

SELVITYS TAPAHTUMA-AKTIVITEETTIN
MERKITYKSESTÄ TAPAHTUMAKÄVIJÖIDEN JA
TAPAHTUMANJÄRJESTÄJIEN NÄKÖKULMASTA

Hanna Heikkinen ja Katri Kallunki

Opinnäytetyö
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma
Restonomi AMK

2015

Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma

| | | | |
|----------------------------|--|-------|------|
| Tekijät | Hanna Heikkinen ja Katri Kallunki | Vuosi | 2015 |
| Ohjaajat | Mervi Angeria ja Merja Vankka | | |
| Toimeksiantaja | Tapahtumaelämykset Funny Adventures | | |
| Työn nimi | Selvitys tapahtuma-aktiviteettien merkityksestä tapahtumakävijöiden ja tapahtumanjärjestäjien näkökulmasta | | |
| Sivu- ja liitemäärä | 42 + 3 | | |

Opinnäytetyön aiheena oli selvittää tapahtuma-aktiviteettien merkitystä tapahtumakävijöiden ja tapahtumanjärjestäjien näkökulmasta eri tapahtumissa. Opinnäytetyön tavoitteena oli kartoittaa, millaisia aktiviteetteja ihmiset kaipaavat tapahtumiin ja onko niillä merkitystä tapahtumiin osallistumisessa sekä kuinka suuressa osassa tapahtuma-aktiviteetit ovat tapahtumia järjestettäessä. Toimeksiantajana toimi Tapahtumaelämykset Funny Adventures.

Opinnäytetyön tietoperustassa käsitellään tapahtumien luokittelua, tapahtuma-aktiviteetteja ja elämyksellisyyttä. Tietoperustan tukena on käytetty toimeksiantajan haastattelua. Tapahtuma-aktiviteettien merkitystä selvitettiin kyselyillä ja havainnoinnilla. Tapahtumakävijöiden näkökulma selvitettiin määrällisellä kyselyllä, joka toteutettiin kahdessa eri tapahtumassa. Tapahtumanjärjestäjien näkökulmaa sen sijaan selvitettiin laadullisella kyselyllä, joka toteutettiin sähköpostitse.

Tuloksista saatiin selville millaisia tapahtuma-aktiviteetteja tapahtumakävijät kaipaavat musiikkifestivaaleille sekä messuille ja markkinoille. Tapahtuma-aktiviteeteilla ei ollut merkitystä tapahtumaan osallistumisessa. Tapahtumanjärjestäjillä ja tapahtumakävijöillä oli erilainen näkökulma tapahtuma-aktiviteettien tärkeydestä tapahtumissa. Tapahtumanjärjestäjät olivat sitä mieltä, että tapahtuma-aktiviteeteilla on tärkeä merkitys tapahtumissa, kun taas tapahtumakävijät eivät kokeneet niitä niin merkittäviksi.

Opinnäytetyötä voidaan hyödyntää kun suunnitellaan tapahtuma-aktiviteetteja tapahtuman kohderyhmää vastaaviksi. Selvityksestä saa viitteitä siitä, millaisia aktiviteetteja eri-ikäryhmät tapahtumiin haluavat.

Avainsanat tapahtuma-aktiviteetit, tapahtuma, musiikkifestivaalit, messut, markkinat, elämyksellisyys

Degree Programme in Hospitality
Management

| | | | |
|--------------------------|--|------|------|
| Authors | Hanna Heikkinen and Katri Kallunki | Year | 2015 |
| Supervisors | Mervi Angeria and Merja Vankka | | |
| Commissioned by | Tapahtumaelämykset Funny Adventures | | |
| Subject of thesis | Significance of Event Activities for event visitors and event organizers | | |
| Number of pages | 42 + 3 | | |

The purpose of the thesis was to find out how significant event activities are for event visitors and event organizers. The aim was to find out what kind of event activities people want to have at events and are they significant when they plan participating the event and also how important activities are when planning the event. The commissioner of the thesis was Tapahtumaelämykset Funny Adventures.

The Theoretical part of the thesis consists of event classification, event activities and the concept of experience. The interview of the commissioner supports the theoretical part. The significance of event activities was clarified with a questionnaire survey and observation. The perspective of event visitors was surveyed by a quantitative method with two questionnaire surveys in two different events. The perspective of event organizers was clarified by qualitative research which was done as an e-mail enquiry.

The results of the thesis clarify which kind of event activities the event visitors want to have in music festivals, fairs and markets. Event activities had no influence on event visitors' participation in the events. The event organizers and event visitors had different opinions on the significance of the event activities in events. The event organizers thought that event activities are more important for the events than what the event visitors thought. The results of this thesis can be used for example when planning event activities for people of different ages.

Key words event activities, event, music festivals, fairs, markets, experience

SISÄLLYS

| | | |
|-----|---|----|
| 1 | JOHDANTO..... | 2 |
| 2 | TAPAHTUMAEELÄMYKSET FUNNY ADVENTURES..... | 3 |
| 3 | TAPAHTUMAT | 4 |
| 3.1 | TAPAHTUMIEN LUOKITTELUTAPOJA..... | 4 |
| 3.2 | MUSIIKKIFESTIVAALIT | 8 |
| 3.3 | MESSUT JA MARKKINAT | 10 |
| 4 | TAPAHTUMA-AKTIVITEETIT..... | 11 |
| 5 | ELÄMYKSELLISYYS | 13 |
| 6 | TAPAHTUMA-AKTIVITEETTIEIEN MERKITYKSEN SELVITTÄMINEN | 18 |
| 6.1 | MÄÄRÄLLINEN KYSELY TAPAHTUMAKÄVIJÖILLE | 18 |
| 6.2 | LAADULLINEN KYSELY TAPAHTUMANJÄRJESTÄJILLE | 21 |
| 6.3 | HAVAINNOINTI TAPAHTUMISSA..... | 24 |
| 7 | TULOKSET TAPAHTUMAKÄVIJÖIDEN JA JÄRJESTÄJIEN NÄKEMYKSISTÄ | 25 |
| 7.1 | CASE SATAMA OPEN AIR | 25 |
| 7.2 | CASE MAASEUDULTA KÄSIN -MESSUT | 30 |
| 7.3 | TAPAHTUMANJÄRJESTÄJIEN NÄKEMYKSET..... | 32 |
| 7.4 | TULOSTEN JOHTOPÄÄTÖKSET | 35 |
| 8 | POHDINTA | 38 |
| | LÄHTEET..... | 40 |
| | LIITTEET | 43 |

TAULUKKOLUETTELO

| | |
|---|----|
| TAULUKKO 1. TAPAHTUMA-AKTIVITEETTIEN SUOSIO MUSIIKKIFESTIVAALEILLA IKÄRYHMITÄIN (N=98) | 29 |
| TAULUKKO 2. TAPAHTUMA-AKTIVITEETTIEN SUOSIO MARKKINOILLA JA MESSUILLA IKÄRYHMITÄIN (N=69) | 32 |
| TAULUKKO 3. TÄNÄ VUONNA JÄRJESTETTYJÄ TAPAHTUMA-AKTIVITEETTEJA MUSIIKKIFESTIVAALEILLA (N=6) | 33 |

KUVIOLUETTELO

| | |
|---|----|
| KUVIO 1. TAPAHTUMIEN LUOKITTELUA GETZIN (2005, 19–20) MUKAAN | 4 |
| KUVIO 2. TAPAHTUMIEN LUOKITTELUA SHONEN JA PARRYN (2004, 4) MUKAAN..... | 6 |
| KUVIO 3. PAIKALLISJUHLIEN LUOKITTELUA (KAUHANEN & JUURAKKO & KAUHANEN 2002, 18)..... | 7 |
| KUVIO 4. THE FOUR REALMS OF AN EXPERIENCE (HARVARD BUSINESS PUBLISHING 2015)..... | 14 |
| KUVIO 5. ELÄMYSKOLMIO (OSKE MATKAILUN JA ELÄMYSTUOTANNON KLUSTERIOHJELMA 2011–2013) | 16 |
| KUVIO 6. TAPAHTUMAKÄVIJÖIDEN OSALLISTUMINEN MUSIIKKIFESTIVAALEIHIN VUOSITTAIN (N=101)..... | 25 |
| KUVIO 7. TAPAHTUMA-AKTIVITEETTIEN MERKITYS TAPAHTUMAAN OSALLISTUMISESSA NILLE, JOTKA TIESIVÄT TAPAHTUMA-AKTIVITEETISTA ETUKÄTEEN (N=58)..... | 26 |
| KUVIO 8. TAPAHTUMAKÄVIJÖIDEN OSALLISTUMINEN TAPAHTUMA-AKTIVITEETIIN (N=101) | 27 |
| KUVIO 9. TYYTYVÄISYYS AKTIVITEETTITARJONTAAN (N=101)..... | 28 |
| KUVIO 10. KUINKA USEIN MESSUILLA TAI MARKKINOILLA KÄYDÄÄN VUOSITTAIN (N=69)..... | 30 |
| KUVIO 11. KAIPAAVATKO TAPAHTUMAKÄVIJÄT TAPAHTUMA-AKTIVITEETTEJA MAASEUDULTA KÄSIN-MESSUILLE (N=69)..... | 31 |

1 JOHDANTO

Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää tapahtuma-aktiviteettien merkitystä kartoittamalla millaisia aktiviteetteja ihmiset kaipaavat tapahtumiin ja onko niillä merkitystä tapahtumiin osallistumisessa. Lisäksi tavoitteena on selvittää kuinka suuressa osassa tapahtuma-aktiviteetit ovat tapahtumia järjestettäessä.

Suomessa järjestetään vuosittain monia erilaisia tapahtumia. Tässä opinnäytetyössä keskitytään musiikkifestivaaleihin ja messuihin ja markkinoihin. Monet tapahtumista järjestetään vuosittain. Pitkään järjestettyjen tapahtumien tulisi muistaa uudistua ajan vaatimalla tavalla (Vallo & Häyrynen 2014, 76). Tapahtuma-aktiviteetit voivat olla yksi vaihtoehto tapahtuman uudistamisessa. Tapahtuma-aktiviteetilla tarkoitetaan toimintaa ja tekemistä, johon tapahtumakävijä voi oman valintansa mukaan osallistua (Vallo & Häyrynen 2014, 216–217).

Valitsimme aiheen oman kiinnostuksemme mukaan. Olemme kiinnostuneita tapahtumanjärjestämisestä ja halusimme aiheen liittyvän tapahtumiin. Aiheesta emme löytäneet aiempia tutkimuksia, joten meitä kiinnosti selvittää tapahtuma-aktiviteettien merkitystä tapahtumissa. Aihe on myös ajankohtainen, sillä nykyään tapahtumiin järjestetään usein aktiviteetteja.

Toteutimme opinnäytetyön lomakekyselyillä ja havainnoinnilla. Teimme kaksi kyselyä kahdessa erilaisessa tapahtumassa, Satama Open Air musiikkifestivaaleilla ja Maaseudulta Käsin -messuilla. Näissä kartoitimme tapahtumakävijöiden mielipiteitä. Havainnointia käytimme tapahtumissa kyselyiden tukena. Tapahtumanjärjestäjien näkökulman saimme tekemällä sähköisen kyselyn. Lisäksi toimeksiantajan haastattelu antoi tukea tietoperustaan.

Opinnäytetyö koostuu tietoperustasta, selvitysprosessista, tuloksista ja pohdinnasta. Tietoperustaa on koottu tapahtumista, tapahtuma-aktiviteeteista ja elämyksellisyydestä. Selvitysprosessissa käymme läpi opinnäytetyömenetelmiä ja sitä kuinka työ on toteutettu. Opinnäytetyön loppuosa koostuu tuloksista ja pohdinnasta, joista selviää tapahtuma-aktiviteettien merkitys tapahtumakävijöiden ja tapahtumanjärjestäjien näkökulmasta.

2 TAPAHTUMAEELÄMYKSET FUNNY ADVENTURES

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Tapahtumaelämykset Funny Adventures. Yrityksen kohderyhmänä ovat niin suomalaiset kuin ulkomaalaiset asiakkaat (Tapahtumaelämykset 2015). Tapahtumaelämykset on rovaniemeläisen Sakari Hyytisen omistama tapahtumaelämisyritys, joka järjestää luontoretkiä ja seikkailuja Rovaniemellä. Kuusamon Kitkajoelle, Posiolle, Korouomaan sekä Pyhä-Luostolle on myös mahdollista tilata yrityksen järjestämiä seikkailuja. (Uusi Rovaniemi 2015.) Seikkailut voivat painottua veteen, kiipeilyyn, talveen tai aktiviteetteihin. Esimerkkejä näistä ovat koskenlasku, köysilaskeutuminen, kelkkasafari ja sumopaini. Tapahtumaelämykset suunnittelee ja vuokraa välineitä myös erilaisiin tapahtumiin, kuten esimerkiksi yritysten virkistyspäiviin, polttareihin tai koulun teemapäiviin. Vuokrattavia välineitä ovat mm. sumopuvut, SUP-varusteet ja paintball merkkaimet. Lisäksi Tapahtumaelämyksiltä on mahdollista vuokrata myös esimerkiksi palju peräkärryllä tai äänentoistovälineet tilaisuuksiin. (Tapahtumaelämykset 2015.)

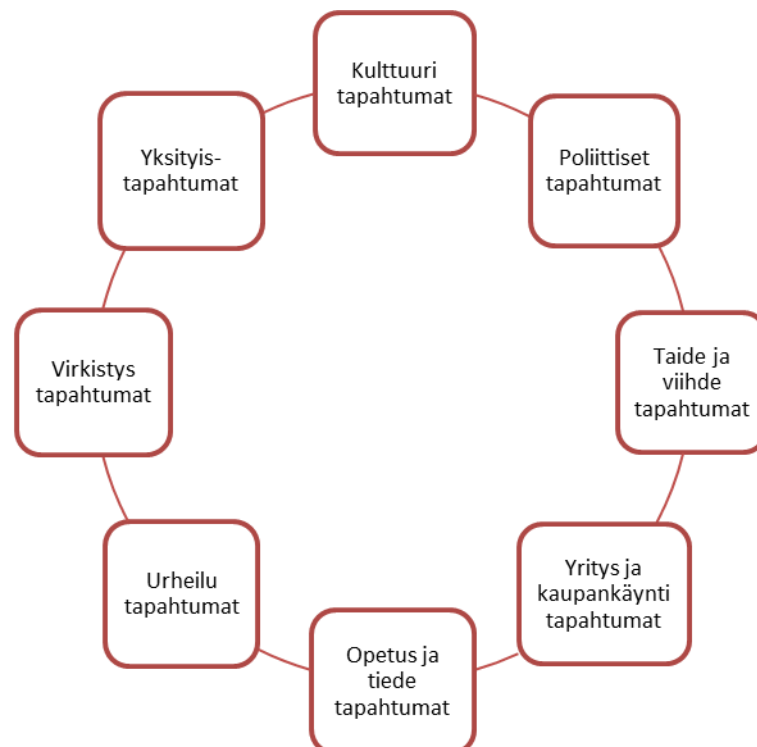
Tapahtumaelämykset on perustettu vuonna 2001. Yritys teki matkailutöitä puolipäiväisesti ja aloitti vuoden 2004 tienoilla järjestämään aktiviteetteja tapahtumissa niin rock festivaaleilla kuin markkinoillakin, kuten esimerkiksi järjesti benjihyppyä festivaaleihin. Yritys on ollut esimerkiksi mukana aikaisempina vuosina Simerockissa ja Kittilän markkinoilla tehden benjihyppyjä ja muita oheisaktiviteetteja. Nykyään yritys on enemmän keskittynyt luontoelämyksiin, mutta on mukana myös tapahtumissa, kuitenkin vähemmän kuin ennen. Nykyään yrityksen toiminta painottuu enemmän virkistyspäiviin. Yritys järjestää esimerkiksi monille seurakunnan leireille aktiviteeteiksi sumopainia ja SUP-lautailua. (Hyytinen 2015.)

Tapahtumaelämykset on yhden hengen yritys ja käsittää pääasiassa työntekijänä vain Sakari Hyytisen. Tarpeen mukaan on kuitenkin lisätyövoimaa, esimerkiksi isolla koskenlaskureissulla voi olla kymmenenkin työntekijää. (Hyytinen 2015.)

3 TAPAHTUMAT

3.1 Tapahtumien luokittelutapoja

Perustermi tapahtumaa määriteltäessä on, että ne ovat hetkellisiä ja ylittävät arkipäivän kokemukset. Jokaisessa tapahtumassa on ainutlaatuinen tunnelma, joka koostuu muun muassa tapahtuman ohjelmasta, hallinnasta ja ihmisistä. (Getz 2005, 15–16; Berridge 2007, 4–5.) Tapahtuma on tuotos jostakin ainutlaatuisesta kokemuksesta tai hetkestä. Jokainen tapahtuma on kuitenkin erilainen. (Berridge 2007, 5–6.) Tapahtuman tavoite määrittää tapahtuman sisällön, ja näin ollen osataan valita kohderyhmälle oikeanlainen ohjelma kun tiedetään tapahtuman tavoite (Vallo & Häyrynen 2014, 107). Tapahtumia voidaan luokitella niiden tavoitteen ja sisällön mukaan erilaisiin ryhmiin. Getz (2005, 19–20) jaottelee tapahtumat eri kategorioihin jakamalla ne kulttuuritapahtumiin, poliittisiin tapahtumiin, taide- ja viihdetapahtumiin, yritys- ja kaupankäyntitapahtumiin, opetus- ja tiedetapahtumiin, urheilutapahtumiin, virkistystapahtumiin sekä yksityistapahtumiin (kuvio1).



Kuvio 1. Tapahtumien luokittelua Getzin (2005, 19–20) mukaan

Kulttuurisia tapahtumia on monenlaisia, kuten esimerkiksi muistotilaisuuksia, karnevaaleja, festivaaleja, uskonnollisia tapahtumia ja juhlakulkueita.

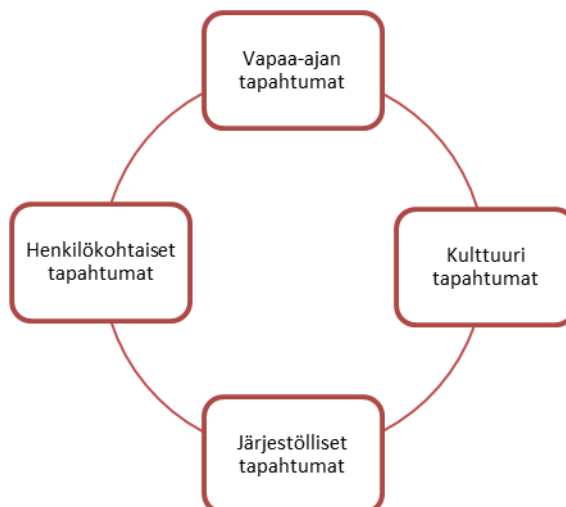
Muistotilaisuuksissa keskitytään jonkin historiallisen tapahtuman muistamiseen. Karnevaaleilla esiintyy hilpeää juhlintaa ja usein pukeudutaan naamiaisasuihin sekä naamareihin. Festivaalit ovat yleisin kulttuurisen tapahtuman muoto ja ne ovat johonkin teemaan liittyviä juhlatapahtumia, esimerkiksi musiikkifestivaalit. Uskonnollisista tapahtumista yleisin on pyhiinvaellus. Taide- ja viihdetapahtumat ovat yleensä juhlia, joissa on esillä näyttelyitä sekä taiteellisia esityksiä. Myös nämä tapahtumat voidaan luokitella kulttuurisiin tapahtumiin. (Getz 2005, 20–23.)

Yritys- ja kaupankäyntitapahtumiin kuuluvat muun muassa kokoukset, konferenssit, markkinat, messut, rahankeräykset ja tiedotustilaisuudet. Markkinoilla esitellään ja kaupataan tuotteita. Nykyään markkinat sisältävät myös viihhteellistä ohjelmaa ja ajanvietettä, mutta keskittyvät kuitenkin kaupankäyntiin. Messuilla ostajat saapuvat myyjien luo tutustumaan heidän tuotteisiinsa ja myyjät saavat mahdollisuuden kaupata tuotteitaan tai luoda ainakin uusia asiakassuhteita. Messut ovat yleensä vuosittain järjestettäviä ja niihin kuuluu aina jokin teema, kuten esimerkiksi elektroniikka, lemmikit tai taide. Kokouksia järjestetään yhteisöille ja järjestöille, joissa on yleensä ohjelmana teeman mukaista keskustelua. (Getz 2005, 23–28.)

Urheilutapahtumia on sekä sisä- että ulkoilmatapahtumia. Urheilutapahtumissa on yleensä kyse jostain kilpailusta. Opetus- ja tiedetapahtumien tarkoituksena on opettaa tapahtuman kävijöille jotain tapahtuman teemaan liittyvää ja ne järjestetään yleensä seminaareina tai työpajoina. Virkistystapahtumia järjestetään hauskanpitoa varten, esimerkkinä erilaiset leikkimieliset kisat. Poliittiset tapahtumat sen sijaan vetävät paljon huomiota, sillä niitä järjestetään tärkeille henkilöille. Yksityisiä tapahtumia ovat esimerkiksi häät ja sukukokoukset. (Getz 2005, 28–30.)

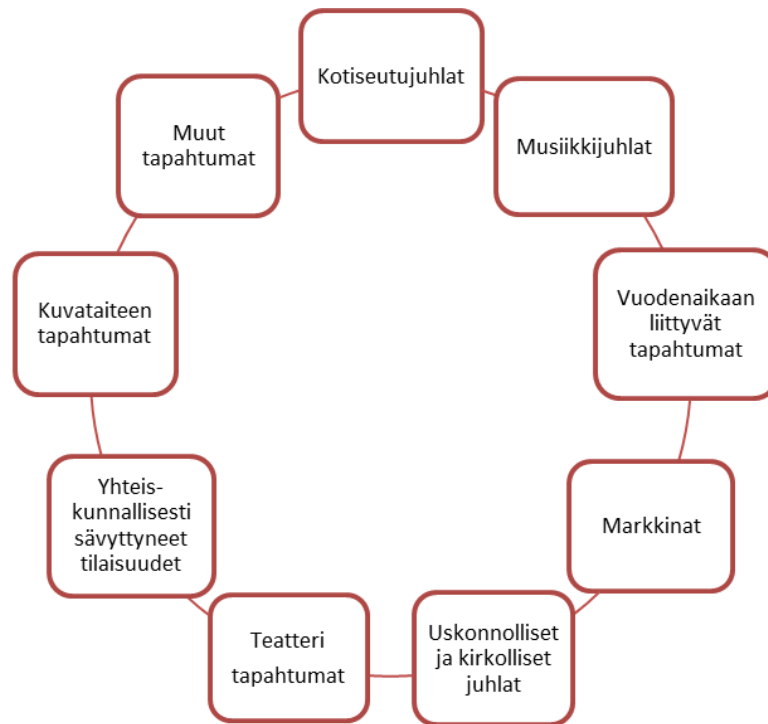
Shone ja Parry (2004, 4) luokittelevat tapahtumat eri kategorioihin jakamalla ne vapaa-aika, kulttuuri, järjestöllisiin ja henkilökohtaisiin tapahtumiin (kuvio 2). Vapaa-ajan tapahtumiin kuuluvat urheilu- ja virkistystapahtumat. Kulttuuritapahtumat ovat seremonioita, uskonnollisia, taide ja kansanperinne tapahtumia. Järjestölliset tapahtumat ovat kaupallisia, poliittisia, markkinoita, messuja ja muita myyntitapahtumia. Henkilökohtaisiin tapahtumiin sen sijaan lasketaan häät, syntymäpäivät ja vuosipäivät. (Shone & Parry 2004, 4.)

Molemmista luokittelutavoista löytyy samoja piirteitä, mutta ne on vain jaoteltu eri tavoin.



Kuvio 2. Tapahtumien luokittelua Shonen ja Parryn (2004, 4) mukaan

Kauhanen, Juurakko ja Kauhanen (2002, 18–22) luokittelevat lisäksi paikallisjuhlat yhdeksään eri ryhmään (kuvio 3). Paikallisjuhlia ovat kotiseutujuhlat, musiikkijuhlat, vuodenaikaan liittyvät tapahtumat, markkinat, uskonnolliset ja kirkolliset juhlat, teatteritapahtumat, yhteiskunnallisesti sävyttyneet tilaisuudet, kuvataiteen tapahtumat ja muut tapahtumat. Kotiseutujuhlia ovat esimerkiksi kaupunkien ja kuntien vuosipäivät, perustamisen vuosijuhlat ja perinteeseen perustuvat tapahtumat sekä kansanmusiikki ja tanssitapahtumat. Musiikkijuhlia ovat yleismusiikkijuhlat, oopperajuhlat, kamarimusiikkijuhlat, jazz- ja rock tapahtumat sekä muut Finland Festivals -ketjun musiikkijuhlat. Vuodenaikaan liittyvät tapahtumat ovat nimensä mukaisesti juhlia, joita juhlitaan tietyn vuodenajan vuoksi. Tästä esimerkkinä ovat elonkorjuujuhlat ja joulukuun juhlat. Markkinat on esitelty samoin kuin aiempienkin luokittelujen mukaan. Uskonnollisia ja kirkollisia juhlia ovat muun muassa suviseurajat. Teatteritapahtumat ovat kulttuuritapahtumia, joista kesäteatterilla on huomattava osuutensa. Yhteiskunnallisesti sävyttyneitä tilaisuuksia ovat poliittisten puolueiden ja järjestöjen juhlat. Kuvataiteen tapahtumia järjestävät muun muassa taidemuseot. Muita tapahtumia ovat esimerkiksi akankantomestaruuskilpailut ja pilkkikilpailut. Getz (2005, 28–30) luokittelisi nämä sen sijaan virkistystapahtumiksi.



Kuvio 3. Paikallisjuhlien luokittelua (Kauhanen & Juurakko & Kauhanen 2002, 18)

Erilaisilla tapahtumilla on erilainen tarkoitus, tunnelma ja ohjelma. Tapahtumien tavoitteelle ja ohjelmalle on kuitenkin annettu jokin suuntaus nimittämällä ne joko esimerkiksi messuiksi tai festivaaleiksi. Kaikkiin tapahtumiin voi kuulua muun muassa juhlintaa, jännitystä ja itsensä toteuttamista, mutta ne voivat kokemisen tasolla ilmentyä eri tavoin. (Getz 2007, 21–23.)

Suomessa tapahtumia järjestettiin parhaimmillaan kuukaudessa vuonna 2014 heinäkuun aikana 14 913 tapahtumaa. Kesällä järjestetään eniten tapahtumia, mutta loka-joulukuun aikana tapahtumia järjestetään myös paljon. Vuonna 2014 joulukuussa järjestettiin 13 631 tapahtumaa. (Tapahtumainfo 2014.) Ihmiset tarvitsevat tapahtumia, sillä ne tarjoavat mahdollisuutta tavata muita ihmisiä, rentoutua, tai saada irtiottoa arjesta. Yritykset esimerkiksi tarvitsevat messuja ja seminaareja, jotta he voivat markkinoida ja verkostoitua. Tapahtumat takaavat ihmisille olennaisia henkilökohtaisia, sosiaalisia, kulttuurisia ja ekonomisia tarpeita. (Getz 2007, 240.)

Shonen ja Parryn (2004, 27) mukaan ihmisellä on sosiaalisia, järjestöllisiä, psykologisia ja henkilökohtaisia motiiveja osallistua tapahtumiin. Sosiaalisia motiiveja osallistua tapahtumaan ovat esimerkiksi ihmisten tapaaminen ja yhteisöllisyyden tunne. Järjestöllisiä motiiveja tapahtumaan osallistumisessa

voivat olla tarve tehdä myyntiä, tarve tuoda yritystään esille sekä sponsoreiden ja yhteisön tuki. Psykologisina motiiveina voi olla muun muassa rentoutuminen muiden ihmisten kanssa, fyysinen haaste, tarve syödä, juoda tai saada viihdytystä. Henkilökohtaisia motiiveja voi olla uusien kokemusten etsiminen, oppiminen, luovuus tai päämäärän täyttymys. (Shone & Parry 2004, 27.)

3.2 Musiikkifestivaalit

Festivaalit ovat juhlia, joihin kuuluu jokin teema. Festivaaleihin kuuluu nykyään myös viihde ja aktiviteetit. (Getz 2007, 31–32.) Festivaalit kuuluvat luokittelujen mukaan kulttuuritapahtumiin ja ovat väliaikaisia, mutta yleensä toistuvia tapahtumia. Festivaalit ovat kohtaamispaikkoja, joissa taiteilijat ja esiintyjät voivat tavata kollegoitaan ja saada uusia vaikutteita. Yleisö pääsee nauttimaan uusista kokemuksista ja mahdollisesti pääsee verkostoitumaan taiteilijoiden kanssa. Festivaaleilla taidetta eli tässä tapauksessa musiikkia kehitetään, esitetään ja siihen osallistutaan. Esiintyjät tuovat ohjelman, mutta yleisö luo festivaalien tunnelman. Säilyttääkseen suosionsa festivaalien tulee myös ajoittain uudistua. (Silvanto 2007, 14.)

Suomessa festivaaleja järjestetään niin suuremmille kuin pienemmillekin paikkakunnille. Finland Festivals on järjestö, johon kuuluu asemansa vakiinnuttaneita taide- ja kulttuuri festivaaleja. Heidän tilastojensa mukaan vuonna 2014 Finland Festivaalien tapahtumissa tapahtumakävijöitä oli yli kaksi miljoonaa. Suosituimpia tapahtumia myytyjen lippujen ja tapahtumakävijöiden perusteella olivat muun muassa Pori Jazz ja Helsingin Juhlaviikot. (Finland Festivals 2014.) Yhä useampi tapahtuma on alkanut nimittää itseään festivaaliksi, mutta tässä opinnäytetyössä keskitymme erityisesti musiikkifestivaaleihin.

Musiikkifestivaalit ovat yhtenäiseksi kokonaisuudeksi koottu tapahtuma, jossa on kaksi tai useampi live musiikkiesitystä, jotka kestävät yhden tai useamman päivän. Ensimmäiset suositut musiikkifestivaalit järjestettiin 1960-luvun lopulla. (Ali-Knight & Robertson & Fyall & Ladkin. 2008, 205.) Suomalainen musiikkifestivaalikulttuuri alkoi kehittyä 1970-luvun alussa. Menestyksekkäimmät musiikkifestivaalit olivat tuolloin Helsingin juhlaviikot, Turun musiikkijuhlat, Pori

Jazz, Savonlinnan oopperajuhlat, Kaustisen kansanmusiikkijuhlat ja Kuhmon kamarimusiikki. Nämä kaikki tapahtumat ovat edelleen merkittäviä. Uusi kansanmusiikki, maailmanmusiikki ja omaleimainen jazz alkoivat esiintyä musiikkitapahtumissa 1990-luvulla. Vuosituhannen alussa suomalainen rock alkoi kiinnostaa myös ulkomaan markkinoita. (Silvanto 2007, 50.)

Musiikkifestivaaleja voidaan jakaa erilaisiin kategorioihin. Näitä kategorioita ovat muun muassa seuraavat. Ensimmäinen kategoria ovat tapahtumat, joissa bändit ja artistit kilpailevat tai tapahtuma, jossa kilpailua ei ole. Ne voidaan jakaa myös voittoa tavoitteleviin tapahtumiin ja tapahtumiin, jotka eivät tavoittele liikevoittoa. Tapahtumat voidaan lisäksi jakaa niiden yleisövalikoiman mukaan. On tapahtumia, joissa tavoitellaan suurta yleisöjoukkoa valtavirtaa edustavan musiikki genren avulla. Vastakohtana ovat tapahtumat, joissa on suppeampi yleisö ja vain yksi erityinen musiikkigenre. Voidaan myös jaotella tapahtumat sen mukaan kuinka paljon erilaisia esityksiä tapahtumassa on. Jossain musiikkifestivaaleilla on vain yhdenlaisia esityksiä kun sen sijaan toisissa saattaa olla eri genren esiintyjä eri lavoilla. On myös musiikkifestivaaleja, joissa esiintyy vain paikallisia esiintyjä kun taas toisissa tapahtumissa esiintyy myös kansainvälisiä esiintyjä. (Ali-Knight ym. 2008, 206–207.)

Pääkaupunkiseudulla tehdyssä kyselyssä vuonna 2006 selvitettiin pääkaupunkiseudun asukkaiden osallistumista festivaaleille ja heidän näkemyksiään niistä. Kyselystä selvisi, että naiset ja miehet osallistuvat festivaaleihin suurin piirtein yhtä paljon, mutta sen sijaan ikäryhmittäiset erot olivat suuria. Eniten festivaaleille osallistui nuoria 15–25 -vuotiaita ja vähiten 56–65-vuotiaita. Suosituimpia festivaalimuotoja olivat musiikkitapahtumat lukuun ottamatta muutamaa poikkeusta. Asukkaille oli tärkeintä hyvä ohjelmisto ja esiintyjät, ja vähiten merkitsi festivaalipaikan kiinnostavuus. (Silvanto 2007, 152–157.)

Musiikki on vain osasy syy musiikkifestivaalien viehättävyyteen. Tapahtuman teema ja sosiaalistuminen ovat myös tärkeässä osassa tapahtumien viihtyisyyttä. Tärkeänä motivaationa musiikkifestivaaleille osallistumiseen on myös kokemus juhlavasta tunnelmasta. Järjestäjien tulisi keskittyä luomaan hauska ja juhlava tunnelma, jossa on myös mahdollisuus sosiaalistua ja saada uusia kokemuksia. (Ali-Knight ym. 2008, 215.)

3.3 Messut ja markkinat

Messut ja Markkinat ovat molemmat Getzin (2005, 20–23) mukaan yritys ja kaupankäynti tapahtumia ja Shonen ja Parryn (2004, 4) mukaan järjestöllisiä tapahtumia. Messut ja markkinat ovat samankaltaisia tapahtumia, sillä molemmissa tapahtumissa yrittäjät esittelevät ja mahdollisesti myyvät tuotteitaan. Tämän vuoksi käsittelemme sekä messuja että markkinoita opinnäytetyössämme.

Markkinat ovat tapahtuma, jossa myydään ja ostetaan tuotteita. Markkinat eroavat messuista siinä, että markkinoilla ennemmin myydään ja messuilla sen sijaan esitellään ja testataan tuotteita. Markkinoilla voi olla myös viihteellistä ohjelmaa tai aktiviteetteja. (Getz 2005, 24.) Oheistapahtumilla on pyritty houkuttelemaan eri ikäryhmiä markkinoille (Kauhanen ym. 2002, 21).

Messut ovat tuotteiden, palveluiden ja yhteisöjen esittelytilaisuuksia ja ne voidaan jakaa ammatti- ja yleisömessuihin. Ammattimessut on suunnattu ammattikunnille, kuten esimerkiksi henkilöstö ja koulutusalan Uudista ja uudistu messut. Yleisömessut sen sijaan on suunnattu kaikille, esimerkkinä maatalous- tai asuntomessut. Messuille osallistutaan muun muassa luomaan uusia kontakteja, myynnin lisäämiseksi, uuden tuotteen lanseeraamiseksi ja organisaation tunnettuuden parantamiseksi. (Vallo & Häyrinen 2014, 83–85.)

Messuja järjestetään ympäri Suomea erilaisilla teemoilla. MediaAuditFinlandin messu tilastojen mukaan parhaimmillaan messuilla tämän vuoden aikana on käynyt 138 756 kävijää Vantaan asuntomessuilla. Suurin osa tilastoihin laskeutuvista messuista järjestetään jopa kerran vuodessa. (MediaAuditFinland 2015.) Helsingin messukeskuksessa kävijöitä on vuosittain yli miljoona ja näytteille asettajia noin 8000 yritystä. (Vallo & Häyrinen 2014, 83.)

Valmistajat testaavat messuilla uusia tuotteitaan, vähittäismyyjät pyrkivät myymään tuotteitaan ja kuluttajat eli asiakkaat etsivät sekä ideoita että viihdettä. Messuilla pääsee vertailemaan tuotteita ja pitämään hauskaa testaillessa uusia tuotteita tai mahdollisesti osallistumalla johonkin aktiviteettiin. (Getz 2005, 25–26.)

4 TAPAHTUMA-AKTIVITEETIT

Aktiviteeteilla tarkoitetaan tapahtumassa olevaa tapahtumakävijälle vuorovaikutteista ja toiminnallista osuutta, jonka toimintaan tai tekemiseen osallistuminen on vapaaehtoista. Aktiviteettien tarkoituksena on viihdyttää kävijöitä, saaden heidät esimerkiksi kiinnostumaan tapahtuma-alueesta laajemmin ja kiertelemään siellä. (Vallo & Häyrinen 2014, 216–217, 266.) Aktiviteettia tai Aktiivisuutta kuvaillaan yleensä aktiivisuuden tilana, energisenä toimintana, eloisuudella tai erityisellä toiminnalla mihin ihminen osallistuu. Tapahtuma aktiviteetit muodostuvat tapahtumapaikan, ohjelman ja tapahtuman kohderyhmän mukaan. (Getz 2007, 30.)

Aktiviteetit ovat osa tapahtumien elämyksellisyyttä. Aktiviteetteja voivat olla kaikki kukkien sidonnasta benjihyppyyn ja siltä väliltä. Kuitenkin tapahtuma-aktiviteetteja mietittäessä tulee varmistaa, että ne sopivat itse tapahtumaan. (Vallo & Häyrinen 2014, 216–217, 266; Getz 2007, 30.) Ei esimerkiksi ole järkevä järjestää lasten ulkoilmatapahtumaan benjihyppyä.

Aktiviteetti sana syntyi tapahtumamarkkinoinnin kehittyessä erilliseksi elämysmatkailusta. Aluksi aktiviteetit olivat yksinkertaisia kuten esimerkiksi tikanheitto, mutta ajan kuluessa ne ovat monipuolistuneet. (Vallo & Häyrinen 2014, 217.) Vuonna 2014 kuusi erikoisinta aktiviteettia olivat jalkapallojen MM-kisojen katsomot, aamujooga, saippuakuplataide, pingis, vesisota ja hiljainen disko. (Paldanius 2014.)

Tapahtuma-aktiviteeteissa kävijällä on mahdollisuus kokea jotain ennen kokematon tai näkemätöntä. Aktiviteettien käyttämiseen tapahtumissa on monia positiivisia syitä. Isoissa tapahtumissa niiden avulla tapahtumakävijät voivat muun muassa saada aikaan kontakteja uusiin ihmisiin. Aktiviteetit soveltuvat hyvin tapahtumiin joihin osallistuu vain miehiä tai naisia, jolloin aktiviteetin voi suunnata sukupuolen kiinnostuksen mukaan, sekä yhdistelmä tapahtumiin, joissa on sekä asia- että hivi koottu yhdeksi tapahtumaksi. (Vallo & Häyrinen 2014, 216–217, 266.)

Järjestämällä tapahtumaan jotain uutta voidaan saada tapahtumaan asiakkaita, jotka eivät välttämättä muuten tapahtumaan osallistuisi. Lisäksi voidaan saada ihmisiä vierailemaan tapahtumassa myös uudelleen, jos heille järjestetään joka

vuosi jotain uutta koettavaa. Asiakkaat voivat myös viipyä kauemmin ja kuluttaa enemmän rahaa tapahtumaan. Ryhmiä voidaan myös tavoittaa paremmin. (Getz 2007, 141–142.)

Aktiviteetit on tärkeä valita niin, että ne miellyttävät useampia tapahtumavierailijoita. Tapahtumissa on yleensä jokin teema jonka ympärille se rakentuu. Kaupallisissa ja yritystapahtumissa tärkeintä on kaupankäynti ja urheilutapahtumissa ne ovat urheilukilpailut. Tapahtumiin kuitenkin järjestetään yleensä myös teeman ulkopuolelle sijoittuvaa ohjelmaa, jotta tapahtumiin saataisiin lisää mahdollisuuksia uusille kokemuksille. (Getz 2007, 224–225.)

YleX:n artikkelin mukaan musiikkifestivaalien ohjelma sisältää nykyään muutakin kuin vain musiikkiesityksiä. Ruokaan ja oheisohjelmaan panostetaan entistä enemmän, sillä tapahtumanjärjestäjät haluavat tarjota asiakkaille kokonaisvaltaisia elämyksiä. (Paldanius 2014.)

Aktiviteetteja on olemassa monenlaisia ja eri tapahtuma-aktiviteettien järjestäjät järjestävät erilaisia aktiviteetteja. Esimerkiksi Tapahtumaelämykset Funny Adventures järjestää tapahtumiin muun muassa benjihyppyä sekä sumopainia ja Actionmakersin järjestämiä aktiviteetteja edellä mainittujen aktiviteettien lisäksi ovat esimerkiksi voimaleka, rodeohärkä, vesijuoksupallo ja pomppulinna. (Tapahtumaelämykset Funny Adventures 2015; Actionmakers 2015.) Monilla musiikkifestivaaleilla on nykyään benjihyppyä. Esimerkiksi Xon-puiston vuoden 2015 benjikiertue käsitti 25 musiikkifestivaalia ympäri Suomen (Xon-puisto 2015). Musiikkifestivaaleista vuonna 2015 esimerkiksi Qstockissa järjestettiin muun muassa benjihyppy, SUP, linko-katapultti sekä puistopelejä (Qstock 2015).

5 ELÄMYKSELLISYYS

Kielitoimisto määrittelee elämys-sanana voimakkaasti vaikuttavaksi kokemukseksi ja kokemus sanan kokemalla saaduksi tiedoksi tai taidoksi, perehtyneisyydeksi, harjaannukseksi, tottumukseksi tai koetuksi tapaukseksi, elämykseksi. (Kotimaisten kielten keskus ja Kielikone Oy 2015.) Vallo & Häyrinen määrittelevät sen moniaistiseksi, merkittäväksi ja unohtumattomaksi kokemukseksi. (Vallo & Häyrinen 2014, 266.) Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus määrittelee elämyksen moniaistiseksi, muistijäljen jättäväksi, myönteiseksi, kokonaisvaltaiseksi ja yksilölliseksi kokemukseksi (Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus 2002, 3; Komppula & Boxberg 2002, 27).

Elämysten tarjoamismahdollisuus on kilpailuetu yritykselle. Liiketoiminnassa on ollut vuosien varrella erilaisia vaiheita kuten esimerkiksi massatuotantoa, josta seuraavana vaiheena on ollut elämisyhteiskunta. Ihmiset haluavat ostaa tunnekokemuksen sen sijaan että ostaisivat vain palveluita ja tavaroita. (Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus CD-ROM.)

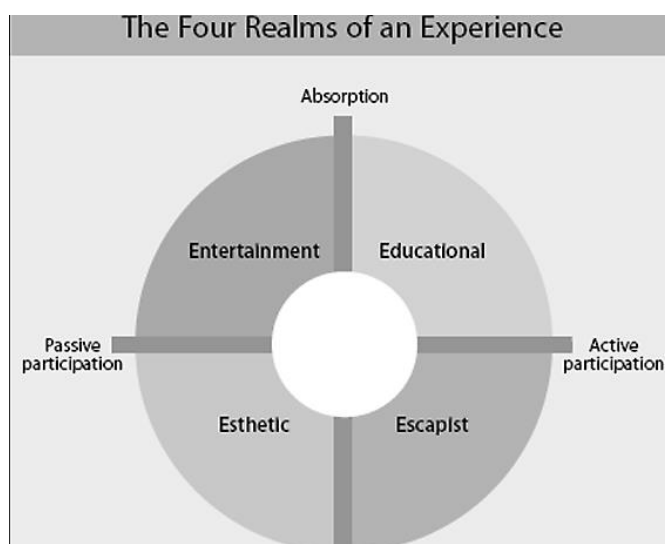
Kokemuksen ja elämyksen ero on erittäin pieni. Elämys on yksilöllisempi verrattuna kokemukseen, eikä sitä sen vuoksi voida vertailla toisten kanssa, toisin kuin kokemusta. Elämys on tunneperäisesti rakentunut ja kokemus on tiedollinen. Elämyksiä ei voida varsinaisesti tehdä, koska ne ovat subjektiivisia eli henkilökohtaisia kokemuksia ja jokainen ihminen kokee ne yksilöllisesti. Elämysten aikaansaamiseksi voidaan kuitenkin järjestää edellytykset palvelukonseptin, palveluprosessin ja palvelujärjestelmän avulla. Palvelukonsepti tarkoittaa tuotteen ideaa, joka perustuu asiakkaan tarpeisiin. Palveluprosessia ovat ne toiminnot, joilla palvelu saadaan toteutettua ja palvelujärjestelmä muodostuu toiminnan edellytyksistä, joilla palveluprosessi onnistuu. (Komppula & Boxberg 2002, 21, 27–29.)

Tapahtuma-aktiviteetteihin voidaan osallistua tai vain katsella niitä, ja ne voivat molemmissa tapauksissa tuottaa elämyksen. Aktiviteetteja voidaan myydä, kuten esimerkiksi benjihyppyä, mutta elämyksiä ei voida, sillä ne ovat niin henkilökohtaisia asioita. Osallistuja voi saada hypystä elämyksen tai aivan päinvastaisen kokemuksen. Myös toiset ihmiset voivat ruokkia ja kasvattaa

elämystä tai puolestaan estää elämyksen esimerkiksi ramppikuumeen takia. Joillekin elämys voi olla esimerkiksi oman rajansa löytäminen, joka voi toiselle tarkoittaa hyppäämistä joukkopaineen alla tai toiselle kieltäytymistä joukkopaineesta huolimatta. (Hyytinen 2015.)

Elämyksessä odotetaan syntyvän mielihyvän tunnetta. Tämän vuoksi elämysten lähteet voidaan jakaa fyysisiin, sosiaalisiin ja mentaalisiin eli henkisiin lähteisiin, sen perusteella millaisesta mielihyvästä on kysymys. Eri elämyslähteitä voi sisältyä samaan kokonaiselämykseen. Fyysisiä elämyksiä voi aikaansaada esimerkiksi liikunnallisilla aktiviteeteilla ja terveyteen tai kauneudenhoitoon tarkoitetuilla palveluilla. Sosiaalisia elämyksiä puolestaan voi aikaansaada uusiin ihmisiin ja kulttuuriin tutustumalla tai erilaisissa joukkokokemuksissa esimerkiksi musiikkikonserteissa. Sosiaaliset elämykset voivat olla myös osa matkan motiivia esimerkiksi halu yhteiseen ajanviettämiseen läheisten kanssa. Mentaalisia elämyksiä voi kokea esimerkiksi esteettisinä tai henkisinä kokemuksina kulttuurista, historiasta tai taiteista. (Komppula & Boxberg 2002, 30–31.)

Pine ja Gilmore (2011, 45–47) ovat erottaneet elämykset neljään pääryhmään asiakkaan osallistumisaktiivisuuden sekä tapahtumaan ja ympäristöön osallisuuden mukaan. Tämä on hyvin havaittavissa kuviossa 4.



Kuvio 4. The Four Realms of an Experience (Harvard Business Publishing 2015)

Pine ja Gilmore (2011, 45–47) havainnollistavat tätä kuviolla, jossa vaakatason toisessa päässä on passiivinen osallistuja ja toisessa päässä aktiivinen

osallistuja. Passiivinen osallistuja on esimerkiksi kuuntelijan roolissa, eikä suoraan vaikuta itse tapahtumaan. Aktiivinen osallistuja taas osallistuu henkilökohtaisesti vaikuttamaan tapahtumaan ja näin tuottaa itselleen elämyksen, esimerkkinä urheilija.

Pystysuorassa kuvataan osallistujien yhteyttä tai suhdetta ympäristöön, mikä yhdistää kävijät tapahtumaan. Toisessa päässä on imeytyminen ja toisessa päässä uppoutuminen. Imeytymisellä elämykseen tarkoitetaan sitä, että se vie ihmisen huomion tuomalla elämyksen mieleen, eikä välimatkalla ole väliä, vaan se voi tulla esimerkiksi television välityksellä. Elämyksessä uppoutuminen tulee silloin, kun ihminen fyysisesti tai virtuaalisesti paneutuu elämykseen, kuten esimerkiksi virtuaalisia pelejä pelatessa. (Pine & Gilmore 2011, 45–47.)

Yhdistämällä nämä ulottuvuudet saadaan määriteltyä neljä elämyksen aluetta, joita ovat viihteellinen, koulutuksellinen, todellisuuspakoinen ja esteettinen. Viihteellisiä elämyksiä voivat olla esimerkiksi konsertissa käyminen tai television katseleminen. Koulutuksellisia elämyksiä voi saada esimerkiksi jollain liikunnallisella kurssilla tai opiskelussa. Todellisuuspakoisia elämyksiä voi kokea esimerkiksi vesiaktiiviteeteissa tai pelaamalla uhkapelejä kasinolla. Esteettisen elämyksen voi saada esimerkiksi maisemia tai taiteita ihailemalla. (Komppula & Boxberg 2002, 28–29; Pine & Gilmore, 2011, 47–56.)

Elämyksellisyyttä tapahtumissa voidaan varmistaa myös yllätyksellisyydellä. Sillä tarkoitetaan arkista huomioimista, luovuutta, vaivannäköä ja viitsimistä, jolla tehdään tapahtumasta ikimuistettava ja elämyksellinen. Yllätyksellisyyttä voivat olla esimerkiksi esiintyjä tai ohjelma, josta ei kerrota etukäteen, teema, perinteistä poikkeava toteutus, yhdessä tekeminen tai giveaway-lahja. (Vallo & Häyrynen 2014, 172–174, 274.)

Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskuksen elämyskolmiomalli auttaa elämyksien kanssa työskentelemisessä. Se on konkreettinen malli avuksi elämysten tuottamiseen. Kolmion mallissa mallinnetaan onnistunutta elämystuotetta ja lisäksi kolmio on tuotekehityksen työkalu. Sen ovat suunnitelleet Sanna Tarssanen ja Mika Kylänen (Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus CD-ROM; Tarinakone 2015; Tarssanen 2007, 8-9). Kuvion 5

elämuskolmiossa elämystä tarkastellaan kahdesta eri näkökulmasta, kolmion alapuolella ovat elämyksen elementit ja pystysuorassa ovat asiakkaan kokemuksen tasot. Ihanteellisessa elämystuotteessa jokaisella asiakkaan kokemustasolla ovat myös kaikki elämyksen elementit käytössä. (Tarssanen 2007, 8-9,12.)



Kuvio 5. Elämuskolmio (OSKE Matkailun ja elämystuotannon klusteriohjelma 2011–2013)

Elementeillä pyritään varmistamaan tuotteen elämyksen vaatimukset. Ne eivät itsessään synnytä tai varmista asiakkaissa elämyksen kokemusta, mutta niiden avulla elämyksen kokemiselle annetaan mahdollisimman hyvät olosuhteet toteutua. Elementtejä ovat yksilöllisyys, aitous, tarina, moniaistisuus, kontrasti ja vuorovaikutus. (Tarssanen 2007, 8–12.)

Yksilöllisyydellä tarkoitetaan tuotteen ainutlaatuisuutta, samaa tuotetta ei löydy mistään muualta. Se on nähtävissä asiakaslähtöisyydessä, joustavuudessa sekä mahdollisuudessa muokata tuote asiakkaan mieltymyksiensä mukaan. Esimerkiksi ryhmäohjelman aktiviteetissa huomioitaisiin osallistujien eritasoinen osaaminen ja kasvatettaisiin haasteellisuutta tarpeen mukaan. Täytyy kuitenkin muistaa se, että yksilöllisyys kasvattaa helposti hintaa. Aitoudella tarkoitetaan tuotteen uskottavuutta erityisesti asiakkaan näkökulmasta. Edward Brunerin mukaan asiakas päättää itse onko tuote aito vai ei. Tarinalla yhdistetään eri elementtejä, jotta asiakkaan kokemuksesta tulee yhtenäinen ja vetovoimainen. Tarina antaa

asiakkaalle perustelun kokea tuote sekä merkitystä ja sisältöä kokemukselle. Moniaistisuudella pyritään siihen, että tuote pystytään kokemaan mahdollisimman monella eri aistilla ja että niiden yhteisvaikutelma olisi positiivinen. Kontrastilla tarkoitetaan sellaista erilaisuutta, joka eroaa asiakkaan arjesta. Asiakkaan tulisi kokea tuotteesta jotakin uutta ja eksoottista. Vuorovaikutuksella tarkoitetaan vuorovaikutusta oppaan ja muiden ryhmäläisten välillä. On tärkeää, että se olisi onnistunutta. Myös yhteisöllisyyden tunne liittyy vuorovaikutukseen, ja se nostaa yleensä elämyksen arvoa kokijassa, vaikka elämyksen voi kokea myös yksin. (Tarssanen 2007, 9–12.)

Kokemuksen tasoihin kuuluvat alhaalta ylöspäin lueteltuna motivaation taso, fyysinen taso, älyllinen taso, emotionaalinen taso sekä henkinen taso. (Tarssanen 2007, 8). Motivaation tasolla herätellään asiakkaan kiinnostusta ja esitellään tuotetta. Fyysisellä tasolla asiakas tutustuu tuotteeseen fyysisten aistiensa perusteella. Älyllisellä tasolla syntyy mielipide tuotteesta ja mahdollisesti eri kokemuksia, kuten esimerkiksi oppimiskokemuksia. Emotionaalisella tasolla koetaan varsinainen elämys ja siihen liittyviä hyvinvointitunteja, kuten esimerkiksi iloa. Viimeisellä eli henkisellä tasolla elämyksen kaltainen tunnereaktio voi saada asiakkaan henkilökohtaiseen muutosprosessiin, jonka tulokset voivat olla pysyviä henkilön elämässä. Esimerkiksi materialisti voi saada erämaavaellukselta uusia arvoja. (Tarssanen 2007, 12–14)

6 TAPAHTUMA-AKTIVITEETTIENTEN MERKITYKSEN SELVITTÄMINEN

6.1 Määrällinen kysely tapahtumakävijöille

Toteutimme kyselyn kahdessa erityyppisessä tapahtumassa, jotta voimme verrata kuinka merkittäviä tapahtuma-aktiviteetit ovat erilaisissa tapahtumissa ja vaikuttaako tapahtuman luonne siihen millaisia aktiviteetteja asiakkaat tapahtumaan kaipaavat. Tapahtumiksi valitsimme Satama Open Airin sekä Tervolan Maaseudulta Käsin -messut, koska niiden ajankohta sopi opinnäytetyö prosessimme aikatauluun ja halusimme tapahtumien sijaitsevan kohtuullisen ajomatkan päässä Rovaniemestä. Käytimme määrällistä tutkimusta, koska se soveltuu parhaiten kun halutaan saada mahdollisimman paljon vastauksia, joiden avulla voidaan yleistää tulos koskemaan koko tutkittavaa tapahtumaa. Lisäksi määrällisen tutkimuksen kyselylomake on selkeä ja kysymykset ovat yleensä yksinkertaisia monivalinta kysymyksiä, joiden avulla voidaan saada laaja aineisto. Tapahtumat joista keräsimme tutkimusaineistoa, olivat tuhannen kävijän tapahtumia, joten oli tarpeen kerätä niistä kattava määrä aineistoa.

Määrällinen eli kvantitatiivinen tutkimus antaa yleiskuvan mitattavien ominaisuuksien eroista sekä niiden välisistä suhteista. Yleensä se vastaa kysymykseen kuinka paljon, kuinka moni tai miten usein. Tutkimus on objektiivinen eli tutkija ei vaikuta tutkimustulokseen. Määrällisessä tutkimuksessa mitattavia ominaisuuksia käsitellään yleisesti kuvaillen numeroiden avulla. Tutkimustulokset saadaan siis numeroina tai ryhmitellään laadullinen aineisto numeeriseen muotoon. Kvantitatiivisen tutkimuksen aineistolle on tyypillistä, että vastausmäärä on suuri. Suositeltavaa olisi saada vähintään 100 vastausta, jos käytetään tilastollisia menetelmiä. (Vilkka 2007, 13 – 15.) Riittävä määrä tuloksia takaa, että tulokset ovat luotettavia ja ne voidaan yleistää koskemaan koko perusjoukkoa. Kvantitatiivisen tutkimuksen toteuttamista varten ilmiö tulee ymmärtää niin hyvin, että sitä pystytään mittaamaan määrällisen tutkimuksen menetelmin. (Kananen 2008, 10.)

Määrällisen tutkimuksen aineistoa voi kerätä kyselylomakkeella, haastattelulomakkeella, systemaattisella havainnoinnilla, valmiiden rekisterien ja tilastojen tai muiden aineistojen avulla. Kvantitatiiviselle tutkimukselle olennaista on, että aineisto kerätään mitattavassa muodossa tai muutetaan mitattavaan muotoon. (Vilkka 2007, 35.) Selvitystämme varten käytimme aineiston

keräämistapana standardoitua kyselylomaketta, selvittääksemme asiakkaiden näkökulman tapahtuma-aktiviteettien merkityksestä. Kysely on nopea ja helppo tapa saada aineisto suurelta ihmisjoukolta ja se voidaan toteuttaa monin eri tavoin esimerkiksi sähköisenä kyselynä tai tapahtumassa paikanpäällä (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 121). Määrällisen tutkimuksen kyselyssä kysymysten muoto on vakioitu eli kaikilta vastaajilta kysytään samat kysymykset samassa järjestyksessä ja samalla tavalla. Kyselylomaketta käytetään yleensä silloin kun havainnoidaan esimerkiksi henkilön mielipiteitä, asenteita, ominaisuuksia tai käyttäytymistä. (Vilka 2007, 28.)

Määrällisessä tutkimuksessa on tarkoituksena yleistää tutkimustulokset eli kysytään pieneltä joukolta asianomaisia ja tehdään näistä tuloksista johtopäätöksiä. Otos on edustava joukko tutkittavaa ilmiötä, ja sillä pyritään saamaan riittävän tarkka tutkimustulos. (Kananen 2008, 13.) Otoksen tulisi edustaa kaikkia perusjoukon ominaisuuksia ja tämän vuoksi kaikilla perusjoukkoon kuuluvilla pitäisi olla yhtä suuri mahdollisuus valikoitua otokseen. Näin ollen suurempi otoskoko takaa luotettavamman tuloksen. (Vilka 2007, 56–57.) Selvitystä varten on valittava myös otantamenetelmä. Otantamenetelmiä on useita, mutta meidän opinnäytetyössä käytettiin yksinkertaista satunnaisotantaa, johon valitaan otos sattumanvaraisesti. Kaikilla perusjoukkoon kuuluvilla on tällöin yhtä suuri mahdollisuus tulla valituksi otokseen. (Vilka 2007, 53.) Otokseen emme ottaneet pelkästään tapahtuma-aktiviteetteihin osallistuvia, vaan kaikki tapahtumaan osallistujat, jottei tutkimustulos vääristyisi.

Teimme ensimmäisen kyselyn Satama Open Airissa 31.7–1.8.2015, jolloin keräsimme aineistoa selvittääksemme miten tapahtuma aktiviteetit vaikuttavat kävijöiden tapahtumaan osallistumisessa ja millaisia aktiviteetteja tapahtumaan kaivattaisiin. Satama Open Air on vuosittain Kemissä järjestettävä musiikkifestivaali. Halusimme selvittää aktiviteettien suosiota musiikkifestivaaleilla, sillä nykyään festivaaleilla yleensä on jotain aktiviteetteja oheistoimintana. Järjestäjille olisi hyödyllistä tietää onko aktiviteeteilla vaikutusta tapahtuman kävijämääriin ja millaisia aktiviteetteja tulisi järjestää, jotta tapahtumakävijät olisivat tyytyväisiä tapahtuman aktiviteettitarjontaan. Satama Open Air festivaaleilla järjestettiin tänä vuonna benjihyppyä, joten kyselimme myös kuinka moni siihen aikoo osallistua.

Teimme kyselyn kyselylomakkeilla, mutta haastattelimme itse tapahtumakävijät ja kirjassimme vastaukset lomakkeisiin, jotta saisimme mahdollisimman luotettavan tuloksen. Kyselylomake on opinnäytetyön liitteenä 1. Satama Open Airin kyselylomakkeessa kysyimme aluksi taustatiedot, joita olivat sukupuoli, asuinpaikka, ikä ja kuinka usein osallistuu festivaaleille vuosittain. Webropolin avulla voimme yhdistää taustatietoja muihin kysymyksiin, jolloin saamme tietoa muun muassa aktiviteettien suosiosta iän tai sukupuolen perusteella. Käytimme taustatietoja muun muassa siten, että saimme selvitettyä millaisia tapahtuma-aktiviteetteja tapahtumakävijät kaipaivat festivaaleille ikäryhmittäin.

Taustatietojen lisäksi kyselylomakkeessa kysyimme tapahtuma-aktiviteettien merkittävyyden selvittämiseksi oleellisia kysymyksiä. Kysyimme muun muassa oliko tapahtuma-aktiviteeteilla merkitystä tapahtumaan osallistumisessa, osallistuiko kyseltävä johonkin aktiviteettiin tapahtuman aikana, miten tyytyväinen oli tapahtuman aktiviteettitarjontaan ja millaisia aktiviteetteja tapahtumiin kaivattaisiin. Saimme kerättyä aineistoa 101 tapahtumakävijältä.

Toisen kyselyn teimme Tervolan Maaseudulta Käsin -messuilla 29.8–30.8.2015. Messut ovat Tervolassa vuosittain järjestettävä tapahtuma, jossa on maatalouteen panostavia yrityksiä myymässä ja esittelemässä tuotteitaan. Messuilla on myös esiintyjä ja muuta oheistoimintaa. Teimme messuille erilaisen kyselylomakkeen kuin Satama Open Airiin, sillä kyseessä on kaksi hyvin erilaista tapahtumaa, joten aktiviteetit ja kohderyhmä olivat erilaisia. Kyselylomakkeet noudattivat samaa kaavaa, mutta muokkasimme kysymyksiä kyseisiin tapahtumiin sopiviksi. Kyselylomake on liitteenä 2. Toteutimme kyselyn muuten samalla tavalla kuten aikaisemman kyselyn.

Kyselylomakkeessa kysyttiin ensin taustatiedot kuten Satama Open Airissäkin ja seuraavaksi kysyttiin tapahtuma aktiviteettien merkittävyyden kannalta oleellisia kysymyksiä. Kysyimme muun muassa kaipaavatko tapahtumakävijät lisää aktiviteetteja Tervolan Maaseudulta Käsin messuille ja kokevatko he niiden tuovan tapahtumalle lisää suosiota. Viimeisenä kysyimme millaisia aktiviteetteja he haluaisivat messuille ja markkinoille. Vastausvaihtoehdot poikkesivat hieman Satama Open Airin vastausvaihtoehdoista, mutta molemmissa kyselyissä mukana oli myös avoin vastausvaihtoehto. Messuilla aktiviteetteja olivat lasten karuselli ja pomppulinna, pallonheittoa, kantritanssin opetusta ja ammuntaa.

Messuilta keräsimme aineistoa 71 kyselylomaketta, joista jouduimme hylkäämään kaksi niiden epäselvyyksien vuoksi, joten lopullinen aineistomäärämme oli 69 kyselylomaketta.

Määrällisessä tutkimuksessa valitaan analyysimenetelmä, joka kertoo mitä ollaan tutkimassa. Sopiva aineiston analysointimenetelmä löytyy vain kokeilemalla kyseiselle muuttujalle eli tulosten aineistolle soveltuvia menetelmiä. Analyysitapaan vaikuttaa ollaanko tutkimassa yhtä muuttujaa vai useamman muuttujan välistä vaikutusta toisiinsa. Yhden muuttujan jakaumaa selvittäessä käytetään sijaintilukuja eli useimmiten keskiarvoa tai moodia. Keskiarvolla tarkoitetaan havainnoitavien arvojen keskimääräistä suuruutta ja moodi saadaan ryhmittelemällä tuloksia, jolloin moodi on se ryhmä, jossa havainto esiintyy useimmin. Selvittäessä useamman muuttujan välistä suhdetta käytetään ristiintaulukointia tai korrelaatiokerrointa. Näiden avulla voidaan löytää muuttujien välisiä riippuvuuksia yhdistelemällä tulosten aineistoa. (Vilkkä 2007, 119–129.)

Käsittelimme aineistoa Webropolin avulla. Syötimme kaikki vastaukset Webropoliin, josta saimme raportin tuloksista. Käytimme tulosten analysointiin prosenttilukuja ja kuvioita, jotka selventävät tulosten analysointia. Lisäksi käytimme useamman muuttujan välisten suhteiden selvittämiseksi ristiintaulukointia. Ristiintaulukointia käytimme kyselylomakkeen viimeisen kysymyksen analysoimisessa, jolloin saimme selville ikäryhmittäin, mitä tapahtuma-aktiviteetteja kyseisiin tapahtumiin kaivattaisiin. Suodatimme aina yhden ikäryhmän kerrallaan ja vertailimme ikäryhmien tuloksia ja teimme niistä taulukon. Teimme molempien kyselyjen tulosten analysoinnin samalla kaavalla, jotta niitä olisi helpompi vertailla keskenään opinnäytetyön tulosten johtopäätökset osiossa.

6.2 Laadullinen kysely tapahtumanjärjestäjille

Halusimme saada selville myös tapahtumanjärjestäjien mielipiteitä tapahtuma-aktiviteettien merkityksestä. Tähän soveltui parhaiten laadullinen tutkimus ja menetelmäksi valikoitui Webropolin kautta tehty sähköinen lomakekysely. Tämä sen vuoksi, että halusimme saada kattavan aineiston kyselemällä tapahtumanjärjestäjiltä ympäri Suomen.

Laadullisen tutkimuksen tarkoituksena on kuvata todellista elämää, jolloin todellisuus käsitetään laajaksi kokonaisuudeksi, jota ei voi erotella osiin miten sattuu. Tutkimuksen kohderyhmä on valittu tarkoituksellisesti ja tutkimusaineistosta puhutaan näytteenä, toisin kuin määrällisessä tutkimuksessa, jossa käytetään sanaa otos. Tutkimuksen kohteita on myös vähemmän kuin määrällisessä tutkimuksessa, mutta aineistoa voi kuitenkin syntyä paljon esimerkiksi haastattelujen auki kirjoittamisesta. Laadullista menetelmää käytetään silloin, kun tutkimuksen aihetta ei tunneta hyvin ja sitä halutaan ymmärtää enemmän. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014,105.)

Laadullisessa tutkimuksessa halutaan ymmärtää kokonaisvaltaisesti kohteen laatua, ominaisuuksia ja merkityksiä. Siinä voidaan käyttää monenlaisia eri menetelmiä. (Jyväskylän yliopisto 2015.) Tavallisimpia niistä ovat haastattelu, kysely, havainnointi sekä dokumentteihin perustuva tieto (Tuomi & Sarajärvi 2009, 71).

Kyselylomakkeessa kysyimme ensin taustatietoja tapahtumajärjestäjästä, järjestikö hän musiikkitapahtumaa vai messuja tai markkinoita ja montako kertaa tapahtuma oli järjestetty. Loput kysymykset painottuivat tapahtuma-aktiviteetteihin. Halusimme kartoittaa millaista aktiviteettitarjontaa tapahtumissa on ollut tällä hetkellä ja millaisia mielipiteitä ja perusteluja tapahtumanjärjestäjillä on siitä, sekä yleisesti mielipiteitä aktiviteettien tarpeellisuudesta tapahtumissa. Kysely löytyy kokonaisuudessaan liitteenä 3. Lähetimme kyselyn linkin sähköpostitse 15 musiikkifestivaalin järjestäjälle ja kymmenelle markkinoita tai messuja järjestävälle. Lähetimme sähköpostit 13.–15.9.2015 ja päätimme vastausajan olevan syyskuun loppuun asti, jolloin suljimme linkin. Saimme kymmenen vastausta, joista kuusi oli musiikkifestivaalien järjestäjiltä ja neljä messujen tai markkinoiden järjestäjiltä.

Sisällönanalyysi on perusanalyysimenetelmä laadullisissa tutkimuksissa (Tuomi & Sarajärvi 2011, 91). Sisällönanalyysi voidaan suorittaa aineistolähtöisesti, teoriaohjaavasti tai teorialähtöisesti (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014,139; Tuomi & Sarajärvi 2011, 95). Käytämme opinnäytetyössämme aineistolähtöistä analyysia, sillä analysointimme perustuu saamaamme aineistoon tapahtumajärjestäjien näkökulmista, eikä aikaisempien havaintojen aiheesta

anneta vaikuttaa analyysin lopputulokseen. Aineistolähtöisessä analyysissä on tavoitteena muodostaa tutkimusaineistosta teoreettinen kokonaisuus, jossa analyysiyksiköt valitaan aineistosta kyseiseen tutkimukseen sopivaksi. Tähän vaikuttaa tutkimuksen tarkoitus ja tehtävänasettelu. (Tuomi & Sarajärvi 2011, 95.).

Aineistolähtöiseen sisällönanalyysiin kuuluu kolme vaihetta, joita ovat aineiston pelkistäminen, ryhmittely ja abstrahointi. Pelkistämässä selkeytetään ja tiivistetään aineisto rajaamalla sitä pienemmäksi. Aineiston ryhmittelyllä tarkoitetaan koodatun aineiston ryhmittelyä. Abstrahointi tarkoittaa käsitteellistämistä. Siinä valikoidaan oleelliset tiedot, jonka pohjalta tehdään teoreettinen käsitteistö. Käsitteitä yhdistellään mahdollisimman paljon, jonka jälkeen niistä muodostetaan kuvaus tutkimuskohteesta. Tällöin uutta teoriaa tehtäessä on koko ajan verrattava teoriaa ja johtopäätöksiä alkuperäisaineistoon. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 139–140; Tuomi & Sarajärvi 2011, 108–113.) Sisällönanalyysia pystytään myös jatkamaan kvantifioimalla aineisto luokittelun tai kategorisoinnin jälkeen. Siinä lasketaan asioiden esiintymiskerrat aineistossa. Kvantifioinnista voi saada lisätietoa tai uusia näkökulmia pohdintoihin. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 142–143; Tuomi & Sarajärvi 2011, 120–122.)

Päätimme käsitellä erillään musiikkifestivaalien sekä messujen ja markkinoiden järjestäjien vastaukset. Näin saimme tietää miten tapahtuma–aktiviteettitarjonta erosi tapahtumien välillä ja pystyimme myös erottelemaan paremmin mahdollisia yhtäläisyyksiä ja eroavaisuuksia tapahtumien välillä. Suodatimme Webropolissa vuorotellen musiikkifestivaalien vastaajat ja messujen ja markkinoiden vastaajat ja saimme näin rajattua vastauksia. Ryhmittelimme vastauksia yhtäläisyyksien mukaan värikoodein pienemmiksi ryhmiksi, ja annoimme ryhmille niitä yhdistävän tekijän. Näin saimme tiivistettyä ja selkeytettyä vastauksia. Pienemmistä ryhmistä saimme poimittua oleelliset tiedot ja muodostettua vastauksista yleiset kannat. Kvantifioimme myös aineiston eli laskimme samojen asioiden ilmenemiskerrat vastauksissa. Tämä oli tärkeää erityisesti järjestettyjen tapahtuma–aktiviteettien kartoituksessa, jossa halusimme tietää mitä aktiviteetteja oli järjestetty ja kuinka paljon.

6.3 Havainnointi tapahtumissa

Havainnointia käytimme muiden menetelmien tukena. Havainnoinnilla on mahdollista saada selville, kuinka ihmiset käyttäytyvät ja toimivat luonnollisessa ympäristössä. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 114.) Havainnointi sopii niin määrälliseen tutkimukseen kuin laadulliseenkin. Määrällisessä tutkimusmenetelmässä havainnointi on yleensä jäsenneilyä ja laadullisessa sen sijaan tutkija osallistuu jollakin tavalla tutkimuskohteensa toimintaan. Havainnointi on kuitenkin ensisijaisesti laadullisena tutkimusmenetelmänä käytetty aineiston keräystapa, sillä määrällisessä se koetaan epäluotettavaksi. Havainnointi voi olla joko ennalta suunniteltua tai vapaata tutkittavan kohteen toimintaan mukautunutta havainnointia. (Vilkkä 2006, 38.)

Havainnointitapoja on useita ja ne voidaan luokitella sen mukaan miten tutkija osallistuu havainnoinnin aikana kohteensa toimintaan. Havainnointitavat ovat tarkkaileva havainnointi, osallistuva havainnointi, aktivoiva havainnointi, kokemalla oppiminen ja piilohavainnointi. (Vilkkä 2006, 42.) Käytimme selvityksessämme tarkkailevaa havainnointia eli kohteen ulkopuolista havainnointia. Tämä havainnointitapa sopii erityisesti havainnoimaan miten ihmiset suhtautuvat ympäristöönsä, toisiin ihmisiin sekä ympärillä oleviin esineisiin. (Vilkkä 2006, 43.)

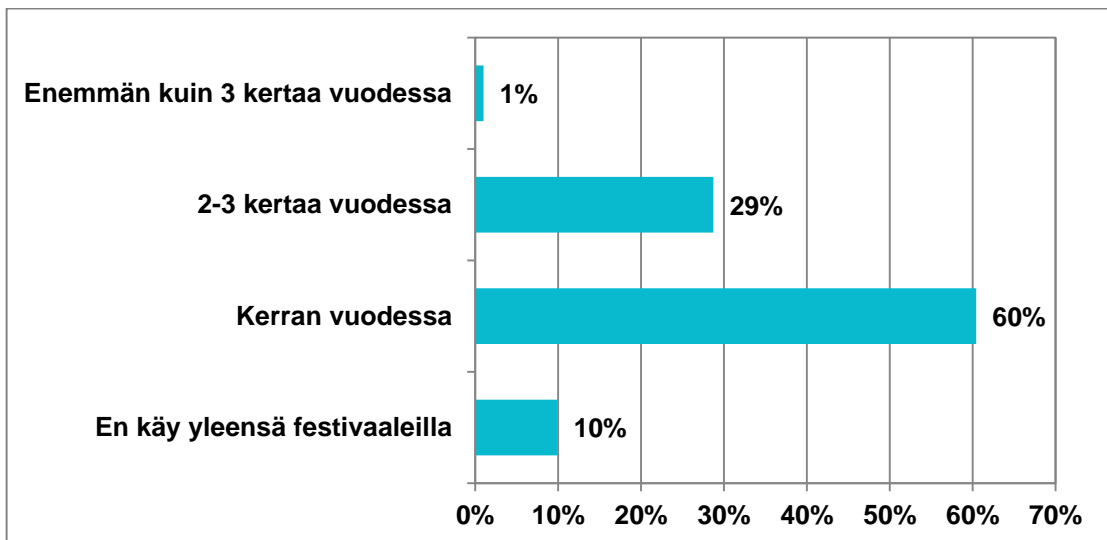
Teimme havainnointia kyselyjen keräämisten ohella vieraillessamme tapahtumissa. Havainnoimme miten suosittuja tapahtuma-aktiviteetit ovat tapahtumissa ja kuinka hyvin ne toimivat kyseisissä tapahtumissa. Käytännössä havainnointi toteutui siten, että kiertelimme tapahtuma-aktiviteettien läheisyydessä tarkkailemassa niiden suosiota ja kirjoitimme havainnoinneista muistiinpanoja. Satama Open Airissa tarkkailimme benjihyppy pistettä. Lisäksi saimme lisätietoja benjihypyn järjestäjiltä kysymällä heidän tietoja ja näkemyksiä benjihypyn suosiota tapahtumassa. Tarkkailimme benjihyppy pisteen suosiota, hyppääjien ikää ja sukupuolta sekä ajankohtia hyppäämisille. Maaseudulta Käsin-messuilla aktiviteetteja oli enemmän ja ne olivat kohdistettu eri ikäryhmille. Havainnoimiamme aktiviteetteja olivat lastenkaruselli ja pomppulinna, talutusratsastus, pallonheitto ja kantritanssin opetus. Myös tässä tapahtumassa kiertelimme tapahtuma-aktiviteettien läheisyydessä havainnoimassa niiden suosiota.

7 TULOKSET TAPAHTUMAKÄVIJÖIDEN JA JÄRJESTÄJIEN NÄKEMYKSISTÄ

7.1 Case Satama Open Air

Kyselyyn vastasi 101 tapahtumakävijää. Vastajista 21 % oli miehiä ja 79 % naisia. Paikkakuntalaisia eli kemiläisiä oli 29 % ja muilta paikkakunnilta oli 71 %. Muilta paikkakunnilta eniten vastauksia saimme Torniossa, Oulusta, Rovaniemeltä ja Keminmaasta. Suurin osa vastajista oli 31–40-vuotiaita (39 %), toiseksi eniten oli 21–30-vuotiaita (30 %) ja vähiten vastajia oli yli 60-vuotiaita (2 %) ja toiseksi vähiten 18–20 -vuotiaita (5 %).

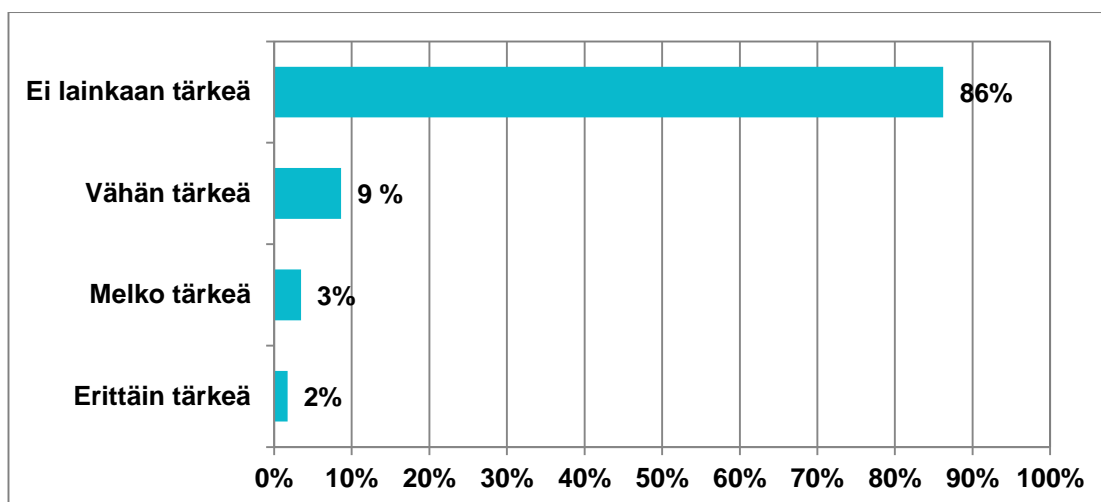
Selvitimme kuinka usein tapahtumakävijä osallistuu festivaaleihin vuosittain, koska halusimme selvittää kuinka aktiivisia musiikkifestivaaleilla kävijöitä vastaajat ovat. Tämän tiedon avulla pystyimme päättämään kuinka merkittäviä tämänkaltaiset tapahtumat ovat heille ja siten selvittämään myös kuinka merkittäviä tapahtuma-aktiviteetit ovat. Vastaajat jotka käyvät useammin musiikkifestivaaleilla mahdollisesti myös osallistuvat aktiviteetteihin todennäköisemmin. Kuviosta 6 huomataan, että suurin osa vastajista (60 %) osallistui kerran vuodessa musiikkifestivaaleihin.



Kuvio 6. Tapahtumakävijöiden osallistuminen musiikkifestivaaleihin vuosittain (n=101)

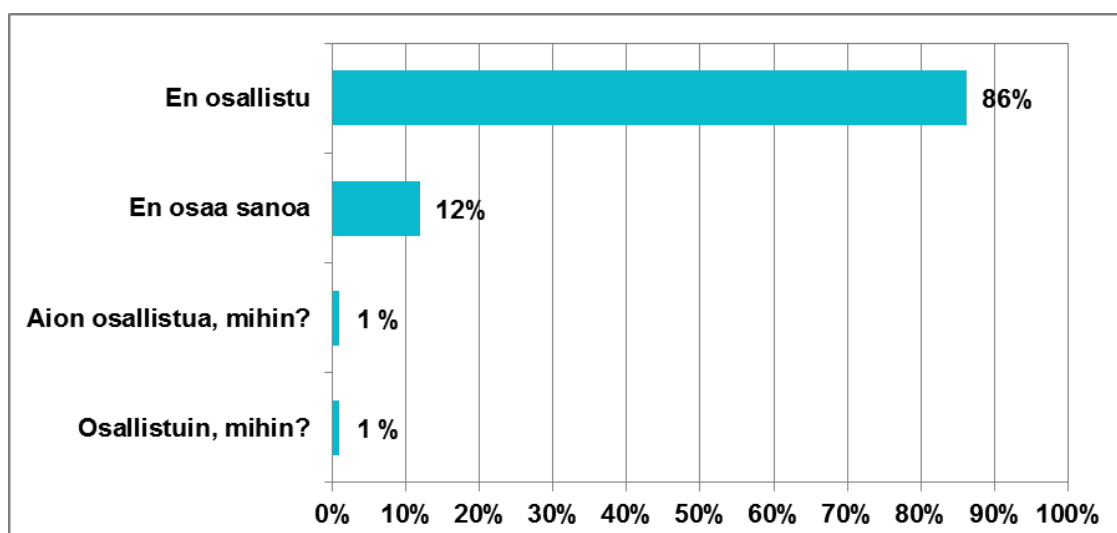
Suurin osa myös tiesi tapahtuma-aktiviteetista ennen tapahtumaan saapumista. Suurin osa vastajista oli saanut tiedon aktiviteeteista aiempien vuosien kokemuksen perusteella. Tietoa oli saatu myös nettisivuilta, Facebookista,

lehdessä ja mainoksesta sekä kaverilta. Lisäksi muutama oli oletanut, että tapahtumassa voisi olla kyseinen aktiviteetti. Hyödynsimme tietoa siitä, kuinka moni tiesi aktiviteetista ennen tapahtumaan saapumista, kun selvitimme kuinka suuri merkitys tapahtuma-aktiviteeteilla oli tapahtumaan osallistumisessa. Päätelimme, että tapahtuma-aktiviteetilla ei voi olla merkitystä tapahtumaan osallistumisessa, jos niistä ei ole tietoa etukäteen. Tämän vuoksi kuvio 7 on suodatettu vastaajista pois ne, jotka eivät tieneet tapahtuma-aktiviteetista etukäteen. Tapahtuma-aktiviteettien merkitys tapahtumaan osallistumisessa ei ollut suurimmalle osalle (86 %) vastaajista lainkaan tärkeää.



Kuvio 7. Tapahtuma-aktiviteettien merkitys tapahtumaan osallistumisessa niille, jotka tiesivät tapahtuma-aktiviteetista etukäteen (n=58)

Tapahtumassa oli vain yksi aktiviteetti, joka oli benjihyppy. Vastaajista suurin osa ei osallistunut aktiviteettiin (Kuvio 8). Suurimman vastaajaryhmän prosenttiluku (86 %) on sama kuin edellisen tuloksen suurin vastaajaryhmä, jolle tapahtuma-aktiviteetit eivät ole tärkeitä osallistumisessa tapahtumaan. Tästä huomataan, että todennäköisesti ne joille tapahtuma-aktiviteeteilla ei ollut merkitystä tapahtumaan osallistumisessa, eivät myöskään osallistuneet aktiviteettiin.

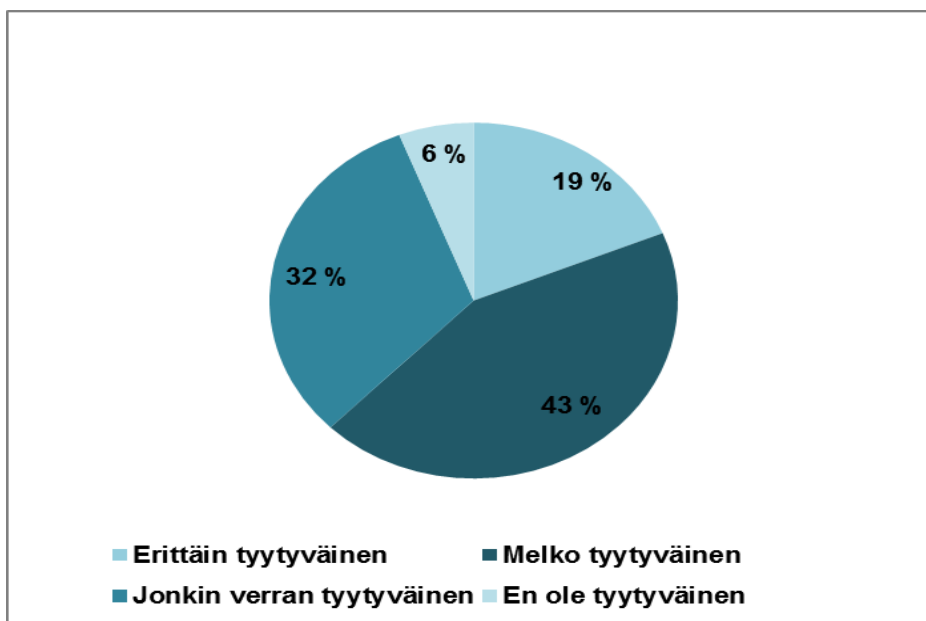


Kuvio 8. Tapahtumakävijöiden osallistuminen tapahtuma-aktiviteettiin (n=101)

Tuloksia voidaan pitää loogisina, sillä kyselyyn vastanneita oli 101 ja heistä kaksi aikoi osallistua aktiviteettiin tai oli jo osallistunut. Luvut ovat verrattavissa hyppääjien kokonaismäärään suhteessa tapahtumakävijöihin. Todellisuudessa tapahtuman aikana benjihypyn hyppäsi 190 tapahtumakävijää. Kaiken kaikkiaan tapahtumassa oli yhteensä 9000 kävijää (Ukkola 2015).

Havainnoinnin yhteydessä kysyimme benjihypyn järjestäjien omia tarkentavia havaintoja. Niiden avulla saimme selville, että suurin osa hyppääjistä oli 25–30-vuotiaita. Enemmistö hyppääjistä oli naisia. Niin sanottuja tandemhyppyjä eli kahden ihmisen yhteishyppyjä tehtiin enemmän kuin yksilöhyppyjä.

Kuviossa 9 käsitelimme tapahtumakävijöiden tyytyväisyyttä aktiviteettitarjontaan. Suurin osa vastaajista oli melko tyytyväisiä tapahtuman aktiviteettitarjontaan. Vain kuusi prosenttia vastaajista eivät olleet tyytyväisiä. Tuloksista voidaan päätellä, että vastaajat ovat tyytyväisiä pelkkään benjihyppyyn, mutta toisaalta erittäin tyytyväisiä tapahtuman aktiviteettitarjontaan oli vain 19 % vastaajista.



Kuvio 9. Tyytyväisyys aktiviteettitarjontaan (n=101)

Viimeisestä kysymyksestä (Liite 1) muodostimme taulukon, jossa vertasimme ikäryhmittäin millaisia tapahtuma-aktiviteetteja vastaajat haluaisivat musiikkifestivaaleille. Kyselylomakkeessa oli sekä valmiita vastausvaihtoehtoja että avoin vastausvaihtoehto. Vastaajalla oli mahdollisuus valita useampi vastausvaihtoehto, mikä on havaittavissa taulukossa 1.

Nuoret ovat selvästi kiinnostuneempia tapahtuma-aktiviteeteista kuin yli 30-vuotiaat. 18–20-vuotiaat halusivat eniten sumopainia ja wakeboardingia. Sumopaini kiinnosti myös 21–30-vuotiaita benjihypyn lisäksi. Ikäryhmät 31-vuotiaista eteenpäin eivät kaivanneet enimmäkseen mitään tapahtuma-aktiviteetteja. Tapahtuma-aktiviteeteista heille suosituin oli kuitenkin benjihyppy. 41–50-vuotiaita kiinnosti myös osallistua johonkin ryhmäurheilulajiin ja 51–60-vuotiaita puolestaan sumopaini. Yli 60-vuotiaita vastaajia oli vain kaksi ja heistä toinen toivoi ryhmäurheilulajia tapahtuma-aktiviteetiksi. Tarkemmat tiedot löytyvät seuraavasta taulukosta (taulukko 1).

Taulukko 1. Tapahtuma-aktiviteettien suosio musiikkifestivaaleilla ikäryhmittäin (n=98)

| | 18-20v. | 21-30v. | 31-40v. | 41-50v. | 51-60v. | yli 60v. |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|----------|
| Benjihyppy | 2 | 11 | 11 | 3 | 2 | 0 |
| Sumopaini | 4 | 11 | 5 | 0 | 2 | 0 |
| SUP | 2 | 3 | 2 | 0 | 1 | 0 |
| Wakeboarding | 4 | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| Banaaniveneajelu | 2 | 10 | 6 | 2 | 1 | 0 |
| Osallistua johonkin ryhmäurheilulajiin esim. pingis tai tanssi | 2 | 4 | 4 | 3 | 1 | 1 |
| Pelata konsolipelejä | 0 | 5 | 2 | 0 | 1 | 0 |
| Ei mitään | 0 | 4 | 15 | 6 | 5 | 1 |
| Muita | 1 | 1 | 7 | 2 | 0 | 0 |
| | | | | | | |
| Vastaajien määrä | (n=5) | (n=30) | (n=37) | (n=13) | (n=11) | (n=2) |
| | | | | | | |

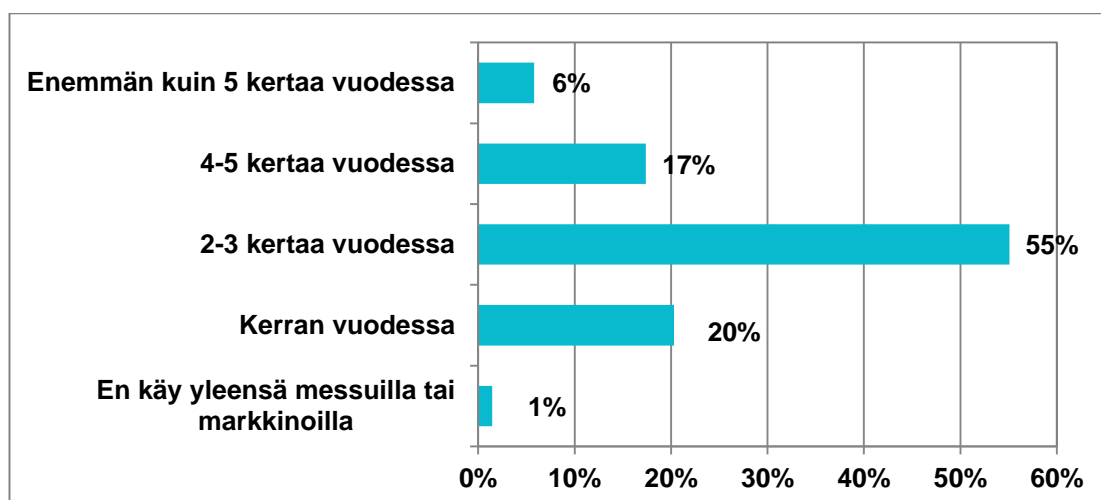
Eniten kaikkien vastanneiden kesken vastattiin, ettei haluttu mitään aktiviteetteja tapahtumaan (32 %) tai haluttiin tapahtumaan aktiviteeteiksi benjihyppy (30 %), sumopaini (22 %) tai banaaniveneajelu (21 %). Kuitenkaan vastausprosenttien erot eivät olleet suuria. Avoimissa vastauksissa ehdotettiin tapahtuma-aktiviteeteiksi rantalentopalloa, tanssiteltoa, korttipelejä, linko-katapulttia, yksinkertaisia hupijuttuja kuten esimerkiksi pallonheittoa, sulkapalloa, minigolfia, BodyCombattia ja jalkapalloa.

Käytimme havaintoja kyselyn tukena. Perjantaina tapahtuma-aktiviteetti eli benjihyppypiste oli aluksi hiljainen, mutta illemmalla noin seitsemän jälkeen tapahtumakävijöitä alkoi enemmän kiinnostamaan benjihypyn hyppääminen. Lauantaina sen sijaan benjihyppääjät jakautuivat pitkin iltaa. Benjihyppääjien määrään ja siihen milloin eniten hypättiin benjihyppyjä voivat vaikuttaa sää ja esiintyjät. Tapahtuman molempina päivinä sää oli epävakainen ja sadekuuroja esiintyi molempina päivinä. Benjihyppy olisi voinut olla enemmän suosiossa jos sää olisi ollut parempi. Esiintyjien suosio mahdollisesti vaikutti myös benjihyppyihin ja esimerkiksi Jari Sillanpään aikana kukaan ei hypännyt benjihyppyä. Toisaalta Sillanpään esityksen aikana satoi myös vettä. Benjihyppyistä yli puolet maksettiin kortilla, mikä viittaa siihen että tapahtuma-aktiviteetit voivat olla suosittumia jos on huomioitu myös maksupäätte.

7.2 Case Maaseudulta Käsin -messut

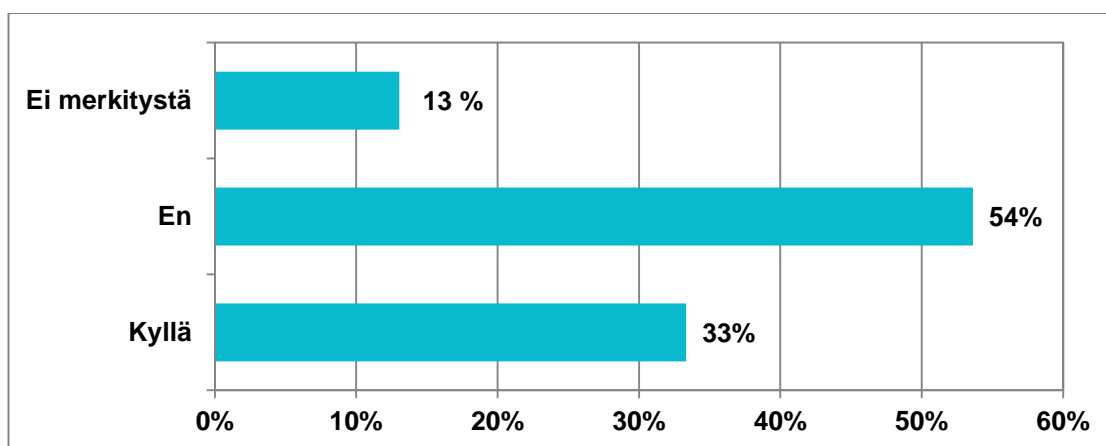
Kyselyyn vastasi 71 tapahtumakävijää. Jouduimme kuitenkin hylkäämään vastauksista kaksi niiden epäluotettavuuden vuoksi eli lopulliseksi vastausmääräksi muodostui 69 vastausta. Vastaajista suurin osa oli naisia (87 %). Enemmistö vastaajista eli 78 % tuli toiselta paikkakunnalta ja paikkakuntalaisia eli tervolalaisia oli vain 22 %. Muilta paikkakunnilta eniten vastauksia saimme Rovaniemeltä, Kemistä ja Tornioista. Vastaajista suurin osa muodostui 21–50-vuotiaista, 21–30-vuotiaita oli 22 %, 31–40-vuotiaita oli 23 % ja 41–50-vuotiaita oli 20 %. Lisäksi yli 60-vuotiaita oli 16 %. Vastaajat jakautuivat tasaisesti molemmille päiville, mutta lauantaina heitä oli hieman enemmän.

Suurin osa oli käynyt aikaisemmin Maaseudulta Käsin -messuilla (80 %). Kuvioista 10 näkyy vastaajien käynnit yleisesti messuilla tai markkinoilla vuosittain. Melkein kaikki vastaajat käyvät vähintään kerran vuodessa messuilla tai markkinoilla. Enemmistö vastaajista käy yleisesti messuilla ja markkinoilla 2–3 kertaa vuodessa. Tästä voidaan päätellä, että tällaiset tapahtumat ovat heille tärkeitä ja mahdollisesti he myös osallistuisivat aktiviteetteihin todennäköisemmin.



Kuvio 10. Kuinka usein messuilla tai markkinoilla käydään vuosittain (n=69)

Suurin osa ei kaivannut lisää tapahtuma-aktiviteetteja Maaseudulta Käsin -messuille (54 %). Vastaajista vain kolmasosa kaipasi lisää aktiviteetteja.



Kuvio 11. Kaipaavatko tapahtumakävijät tapahtuma-aktiviteetteja Maaseudulta Käsin-messuille (n=69)

Edellä esitetyn kuvion perusteella voidaan olettaa heidän olevan tyytyväisiä tapahtuman nykyiseen aktiviteettitarjontaan, koska suurin osa ei kaivannut lisää tapahtuma-aktiviteetteja. Tähän voi vaikuttaa se, että messuilla oli paljon nähtävää ja tekemistä, jolloin ei enää kaivattu lisää aktiviteetteja. Toisaalta kysyttäessä kokivatko he tapahtuma-aktiviteettien lisäävän tapahtuman suosiota, suurin osa vastasi kyllä (71 %). En osaa sanoa vastasi 17 %.

Taulukossa 2 on verrattu ikäryhmittäin millaisia tapahtuma-aktiviteetteja vastaajat haluaisivat messuille tai markkinoille. 18–20-vuotiaat kaipasivat eniten sumopainia kyseisiin tapahtumiin. Seuraavat ikäryhmät 21-vuotiaasta 50-vuotiaisiin kaipasivat pomppulinnaa ja trampoliinia lapsia varten. Itseään varten 21–30-vuotiaat kaipasivat benjihyppyä ja vesiaktiviteetteja, 31–40-vuotiaat eivät kaivanneet mitään ja 41–50-vuotiaat halusivat osallistua johonkin ryhmäurheilulajiin. Suurin osa yli 60-vuotiaista ei kaivannut mitään tapahtuma-aktiviteetteja.

Taulukko 2. Tapahtuma-aktiviteettien suosio markkinoilla ja messuilla ikäryhmittäin (n=69)

| | alle 18v. | 18-20v. | 21-30v. | 31-40v. | 41-50v. | 51-60v. | yli 60v. |
|--|-----------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|
| Benjihyppy | 0 | 1 | 5 | 0 | 1 | 0 | 2 |
| Sumopaini | 0 | 2 | 2 | 1 | 3 | 1 | 1 |
| Vesiaktiviteetit esim. SUP | 0 | 1 | 5 | 2 | 1 | 0 | 0 |
| Osallistua johonkin ryhmäurheilulajiin esim. pingis tai tanssi | 0 | 1 | 2 | 3 | 6 | 2 | 1 |
| Voimaleka | 0 | 0 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Pomppulinna, trampoliini | 0 | 1 | 7 | 5 | 4 | 0 | 2 |
| Muita | 1 | 0 | 2 | 2 | 0 | 1 | 1 |
| En mitään | 1 | 1 | 2 | 6 | 4 | 4 | 6 |
| | | | | | | | |
| <u>Vastaajat</u> | (n=2) | (n=4) | (n=15) | (n=16) | (n=14) | (n=7) | (n=11) |
| | | | | | | | |

Kaikkien vastanneiden kesken eniten vastattiin, en mitään (35 %), pomppulinna sekä trampoliini (28 %) ja osallistua johonkin ryhmäurheilulajiin (22 %). Avoimeen kohtaan ehdotettiin tapahtuma-aktiviteeteiksi helikopteriajelua, tikanheittoa, vahvin isäntä ja emäntä kilpailua, vesijuoksupalloa, kaikenlaista uutta sekä halonhakkuu kilpailua.

Käytimme myös tämän kyselyn tukena havainnointia. Lapsille suunnatut aktiviteetit olivat suosittuja. Karusellissa, pomppulinnassa ja talutusratsastuksessa riitti kävijöitä. Myös pallonheitto oli monen eri ikäryhmän suosiossa. Kantritanssin opetukseen osallistuminen ei herättänyt suurta suosiota, mutta osallistujia oli kuitenkin jonkin verran. Tosin suurin osa tapahtumakävijöistä halusi vain katsella sitä.

7.3 Tapahtumanjärjestäjien näkemykset

Kyselyyn vastasi kymmenen tapahtumanjärjestäjää, joista kuusi järjesti musiikkifestivaalia ja neljä markkinoita tai messuja. Käsittelimme ensin vain musiikkifestivaalien vastauksia ja tämän jälkeen messujen ja markkinoiden järjestäjien vastauksia.

Musiikkifestivaalien vastaajista viiden tapahtuma oli järjestetty yli 20 kertaa ja yhden tapahtuma 16–20 kertaa. Tapahtumat ovat siis vakiinnuttaneet perusideansa. Pitkään järjestettyjen tapahtumien tulisi uudistua ajan vaatimalla tavalla (Vallo & Häyrinen 2014, 76). Lisäksi tulisi muistaa ensikertalaiset mutta myös vanhat kävijät, jotka voivat kaivata yllätyksellisyyttä tapahtuman ohjelmaan (Vallo & Häyrinen 2014, 76–77). Tapahtuma-aktiviteetit voivat olla yksi vaihtoehto tapahtuman uudistamisessa.

Painotimme kyselyssä tapahtuma-aktiviteettien tarkoittavan toimintaa ja tekemistä, johon tapahtumakävijät voivat oman valintansa mukaan osallistua. Tapahtumanjärjestäjien vastauksista saatiin selville että he järjestivät tänä vuonna monenlaisia eri aktiviteetteja tapahtumiin. Tapahtumissa oli erilaisia kilpailuja ja kävijöitä osallistavia ohjelmia, erilaisia liikuntalajeja, väline- ja laite aktiviteetteja, kädentaito-aktiviteetteja ja musiikillisia aktiviteetteja sekä lapsille suunnattuja aktiviteetteja. Kilpailuita olivat esimerkiksi skeittikisat ja katukoristurnaus ja osallistavia ohjelmia keskustelutilaisuus. Liikuntalajeina oli muun muassa jooga ja tanssi. Väline – ja laite aktiviteetteja mainittiin eniten. Niitä olivat muun muassa ihmislinko ja maailmanpyörä. Kädentaito aktiviteetteja olivat esimerkiksi kädentaitopajat ja musiikillisia olivat musiikkityöpajat. Lapsille oli tarjolla myös omaa ohjelmaa. Tarkemmat vastaukset löytyvät taulukosta 3.

Taulukko 3. Tänä vuonna järjestettyjä tapahtuma-aktiviteetteja musiikkifestivaaleilla (n=6)

| Kilpailut ja osallistava ohjelma | Liikunta | Laite- ja väline aktiviteetit | Kädentaito-aktiviteetit | Musiikki-aktiviteetit | Lasten aktiviteetit | Muut |
|-------------------------------------|----------|-------------------------------|---------------------------|-----------------------|-----------------------------|-------|
| Skeittikilpailu | Jooga | Ihmislinko | Hiekkalinnan rakentaminen | Musiikki-työpajat | Pomppulinna | Sauna |
| Pienkilpailuja esim. heittolajeja | Jumppa | SUP-lautailu | Paitojen tuunaus | Yhteissoitto, jamit | Poniratsastus | Disco |
| Tietokilpailu | Tanssi | Nyrkkipallo | Kasvomaalaus | | Puuhatelta | |
| Katukoristurnaus | | Sumopaini | Kädentaitopajat | | Musiikkipaja | |
| Osallistavia oheisohjelma-numeroita | | Vekkulitikkaat | | | <u>Muskarit/rytmiringit</u> | |
| Osallistuminen laulun tekemiseen | | Vaijeriliukurata | | | | |
| Keskustelutilaisuus | | Maailmanpyörä | | | | |

Suurimmalla osalla vastaajista tapahtuma-aktiviteettien tarjonta on lisääntynyt vuosien varrella. Pääsyyksi mainittiin että tapahtumakävijät ovat niitä toivoneet sekä on haluttu antaa heille kokonaisvaltaisempi tapahtumaelämys. Tapahtumajärjestäjien mielestä tapahtuma-aktiviteetit ovat merkittäviä, koska tapahtumakävijät haluavat elämyksiä ja he haluavat osallistua tapahtumaan. Myös tapahtumanjärjestäjät itse haluavat osallistaa heitä tapahtuma-aktiviteettien avulla. He kokevat merkittäviksi tapahtuma-aktiviteeteiksi tapahtumaansa järjestetyt aktiviteetit. Vastauksista nousee esiin lasten ja nuorten aktiviteetit sekä musiikkipainotteiset tapahtuma-aktiviteetit.

Kaikki vastaajat pitivät tärkeänä, että tapahtumassa on aktiviteetteja ja he myös halusivat että tapahtumassa on tulevaisuudessakin tapahtuma-aktiviteetteja. Perustelut tapahtuma-aktiviteettien tärkeydestä he mainitsivat seuraavissa lauseissa.

”Asiakkaat ovat kokeneempia ja osaavat vaatia palveluita. Joskus parhaimman muiston tekee joku muu kuin keikka.”

”Ihmiset sitoutuvat paremmin, kun saavat osallistua ja jakaa kokemuksiaan.”

”Ne elävöittävät omalla paikallaan, mutta konserttipuistoon emme niitä kaipaa.”

”Yleisö haluaa elämyksiä, lisäsisältöä kokemuksiinsa, jotain mitä jakaa.”

”Tapahtuman tunnelma paranee merkittävästi, kun kävijät voivat kokea olevansa myös tekijöitä.”

”Pidän tärkeänä osana monimuotoista elämysviikonloppua - osin myös alueen visuaalisuuden kannalta.”

Messujen ja markkinoiden järjestäjistä neljä vastasi kyselyyn. Vastaajien tapahtumissa painottui käsillä tekeminen, erilaiset kilpailut sekä lapsille suunnatut aktiviteetit. Käsillä tekemistä oli ohrarieskanleivonta, räsymatonkudonta ja korun tekeminen. Erilaisia kilpailuja olivat kahviruletti, asukilpailu ja paras koju kilpailu. Lapsille suunnattuja aktiviteetteja olivat polkuautolla ajaminen ja lasten karuselli,

jota vanhemmat pyörittivät polkupyörämekanismien avulla. Muita tapahtuma-aktiviteetteja olivat tivoli, lentosimulaattori, hevos- ja jokilautta-ajelu, heinäseipään ja suopungin heitto sekä lautta- ja telttasaunat.

Neljästä vastaajasta puolet vastasivat tapahtuma-aktiviteettien lisääntyneen vuosien varrella. Perusteluiksi yksi vastaajista kertoi havainneensa niiden kiinnostavan kävijöitä ja ovat sen vuoksi tarkoituksella lisänneet aktiviteetteja. Toinen vastaajista halusi kehittää joka vuosi jotain uutta tapahtumaan. Lopuilla vastaajista tapahtuma-aktiviteetit olivat joko pysyneet samana tai vähentyneet.

Tapahtumajärjestäjät kokevat merkittävimmiten aktiviteeteiksi lasten tapahtuma-aktiviteetit. He haluavat panostaa lasten viihtyvyyteen tapahtumissa. Kaikki vastaajat kokivat tärkeänä että tapahtumissa on tapahtuma-aktiviteetteja. Neljästä vastaajasta kolme perusteli vastauksensa. Kaikissa vastauksissa tuli esille osallistuminen. Kaksi vastaajista pitää tärkeänä että tapahtumakävijät voivat myös itse osallistua tapahtumaan. Yksi vastaaja mainitsi asian toisin; tapahtumakävijät voivat olla kiinnostuneita seuraamaan tapahtuma-aktiviteetteja, vaikka eivät itse haluaisikaan osallistua. Kaikki vastaajat halusivat, että tapahtumassa on myös tulevaisuudessa aktiviteetteja.

Sekä musiikkifestivaalien järjestäjien että messujen- ja markkinoiden järjestäjien vastauksista nousi esille seuraavanlaisia asioita. Erilaiset kilpailut, käsillä tekeminen ja lasten aktiviteetit olivat molemmilla suosittuja tapahtuma-aktiviteetteja tänä vuonna. Lisäksi sauna löytyi molempien tahojen vastauksista. Molemmilla tapahtuma-aktiviteettien tarjonta oli suurimmalla osalla vastaajista lisääntynyt, mutta he painottivat eri syitä siihen. Merkittävimmiten tapahtuma-aktiviteeteiksi he mainitsivat lasten aktiviteetit, mutta musiikkifestivaaleilla painotettiin myös nuorten aktiviteetteja. Kaikissa vastauksissa pidettiin tärkeänä että tapahtumassa on aktiviteetteja ja haluttiin että niitä on myös tulevaisuudessa.

7.4 Tulosten johtopäätökset

Tuloksista nousi esiin kaksi erilaista näkökulmaa. Tapahtumanjärjestäjillä ja tapahtumakävijöillä oli erilainen näkökulma tapahtuma-aktiviteettien

merkityksestä tapahtumissa. Tapahtumanjärjestäjät olivat sitä mieltä, että tapahtuma-aktiviteeteilla on tärkeä merkitys tapahtumissa kun taas tapahtumakävijät eivät kokeneet kuitenkaan niitä niin merkittäviksi. Satama Open Airin vastauksista kävi ilmi, että tapahtuma-aktiviteeteilla ei ollut vaikutusta tapahtumaan osallistumisessa. Vaikka suurin osa tapahtumakävijöistä tiesi tapahtuman aktiviteeteista etukäteen, sillä ei ollut merkitystä tapahtumaan osallistumisessa. Tämä tarkoittaa, etteivät tapahtuma-aktiviteetit välttämättä vedä kävijöitä tapahtumiin. Tätä ei tule kuitenkaan sekoittaa siihen, etteivätkö tapahtumakävijät voisi innostua tapahtuman sisällä tapahtuma-aktiviteeteista.

Tapahtumanjärjestäjät kokivat tapahtuma-aktiviteetit tärkeiksi ja halusivat tuottaa tapahtumakävijöille kokonaisvaltaisia elämyksiä. Komppula ja Boxberg (2002, 21, 27–28) mainitsevat, että elämyksien aikaansaamiseksi voidaan järjestää edellytyksiä, mutta niitä ei voida varsinaisesti tehdä, sillä jokainen ihminen kokee ne yksilöllisesti. Elämysten yksilöllinen kokeminen voi näkyä myös tuloksissamme. Satama Open Airin vastaajat eivät välttämättä kokeneet benjihyppyä elämystä tuottavaksi tapahtuma-aktiviteetiksi. Jokin muu aktiviteetti olisi voinut tuoda paremmin elämyksellisyyttä ja olla näin merkittävämpi tapahtumakävijöiden näkökulmasta. Tapahtumanjärjestäjät olivat kokeneet tapahtumakävijöiden haluavan lisää elämyksellisyyttä tapahtumiinsa, toisin kuin tapahtumakävijöiden kyselyistä kävi ilmi. Voi olla, että tapahtumanjärjestäjien järjestämissä tapahtumissa tapahtumakävijät kokivat tapahtuma-aktiviteetit elämyksellisinä ja näin he myös osallistuivat ja pitivät niitä tärkeänä osana tapahtumaa.

Elämyksen voi saada osallistumalla tai vain katselemalla toisten osallistumista tapahtuma-aktiviteetteihin (Hyytinen 2015). Maaseudulta Käsin -messuilla havainnoidessamme Kantritanssinopetus tapahtuma-aktiviteettia, huomasimme vähemmistön tapahtumakävijöistä osallistuvan itse tanssimiseen ja enemmistön vain katselevan sitä sivusta. Yksi tapahtumanjärjestäjistä oli myös sitä mieltä, että tapahtumakävijät voivat olla kiinnostuneita seuraamaan tapahtuma-aktiviteetteja sivusta, vaikka eivät itse osallistuisikaan siihen. Tapahtuma-aktiviteetit voivat siis olla merkittäviä ja tuoda elämyksiä myös niille, jotka eivät osallistu niihin henkilökohtaisesti.

Musiikkifestivaaleilla nuoret olivat eniten kiinnostuneita aktiviteeteista. Myös tapahtumanjärjestäjien järjestämissä tapahtumissa näkyi nuorten aktiviteetteihin panostaminen. Messuilla ja markkinoilla sen sijaan panostettiin lapsille suunnattuihin aktiviteetteihin. Messuilla vastanneista ne, joilla oli lapsia, useimmiten kaipasivat eniten lasten aktiviteetteja. Lapsiperheiden voidaan olettaa olevan suurin kävijämäärä havainnointimme perusteella. Musiikkifestivaaleille haluttiin eniten aktiviteeteiksi benjihyppyä, sumopainia ja banaaniveneajelua tai ei mitään aktiviteetteja. Messuille ja markkinoille haluttiin eniten pomppulinna, trampoliini ja osallistua johonkin ryhmäurheilulajiin, mutta samoin kuin musiikkifestivaaleilla, vastanneista suurin osa ei halunnut mitään aktiviteetteja. Tästä voidaan nähdä mitkä aktiviteetit mahdollisesti kiinnostaisivat musiikkifestivaaleilla ja messuilla ja markkinoilla.

Satama Open Airin ja Maaseudulta Käsin messujen molempien kyselyiden vastaajat olivat tyytyväisiä nykyiseen aktiviteettitarjontaan. Tapahtumiin ei välttämättä kaivattu lisää tapahtuma-aktiviteetteja vaikka esimerkiksi Satama Open Airissa oli vain yksi aktiviteetti. Toisaalta voi olla, että tapahtumaan ei välttämättä osata kaivata uusia aktiviteetteja ennen kuin niitä sinne järjestetään.

Tapahtumanjärjestäjien mukaan tapahtuma-aktiviteetit ovat suuressa osassa tapahtumia järjestettäessä. Kaikki tapahtumajärjestäjät pitivät aktiviteetteja tärkeinä tapahtumissa ja halusivat että niitä on myös tulevaisuudessa. Myös Maaseudulta Käsin -messuille osallistujista suurin osa koki, että tapahtuma-aktiviteetit lisäävät tapahtuman suosiota.

8 POHDINTA

Opinnäytetyömme tavoitteena oli selvittää tapahtuma-aktiviteettien merkitystä tapahtumakävijöiden sekä tapahtumanjärjestäjien näkökulmasta. Halusimme tietää millaisia aktiviteetteja ihmiset kaipaavat tapahtumiin, onko niillä merkitystä tapahtumiin osallistumisessa ja kuinka suuressa osassa tapahtuma-aktiviteetit ovat tapahtumia järjestettäessä. Tapahtumanjärjestäjät kokivat tapahtuma-aktiviteetit merkittäviksi, mutta tapahtumakävijät eivät pitäneet niitä niin merkittävinä. Eri ikäryhmät kaipasivat erilaisia tapahtuma-aktiviteetteja tapahtumiin. Tapahtuma-aktiviteeteilla ei ollut merkitystä tapahtumiin osallistumisessa, mutta niillä on kuitenkin suuri merkitys tapahtumia järjestettäessä.

Pidämme selvityksen tuloksia luotettavina, mutta niitä ei kuitenkaan voida yleistää kaikkiin tapahtumiin. Tapahtumakävijöiden vastauksiin voi vaikuttaa se, millaisessa tapahtumassa kyselyä on tehty. Tapahtumanjärjestäjiltä kysyimme ympäri Suomen, mutta tapahtumakävijöiden kyselyt painottuivat Lappiin. Olisimme voineet saada erilaisia vastauksia kysymällä esimerkiksi Etelä-Suomessa tai eri tapahtumissa.

Saimme selvitettyä tapahtuma-aktiviteettien merkitystä tapahtumakävijöiden näkökulmasta kahdessa erilaisessa tapahtumassa. Lisäksi saimme tapahtumajärjestäjien mielipiteitä aktiviteettien merkityksestä. Kyselyt toteutimme itse haastatteleamalla tapahtumakävijöitä ja merkitsemällä vastaukset lomakkeille. Tämä lisäsi kyselyjen luotettavuutta, sillä kysymykset todennäköisesti ymmärrettiin ja merkittiin oikein. Tämä näkyi kyselyidemme vähäisessä hylättyjen lomakkeiden määrässä. Satama Open Airista ei tullut yhtään hylättyä lomaketta ja Maaseudulta Käsin -messuilta vain kaksi. Kyselyidemme viimeisessä kysymyksessä (Liite 1 ja Liite 2) oli vaihtoehtoja erilaisista aktiviteeteista, joita vastaaja haluaisi tapahtumaan. Olimme itse määrittäneet vaihtoehtoja, jotka voisivat sopia sen tapaisiin tapahtumiin. Nämä vastausvaihtoehdot ovat voineet vaikuttaa ohjaavasti vastaajien vastauksiin, mutta toisaalta ilman niitä vastaajilta ei välttämättä olisi saatu aktiviteetti ehdotuksia. Kysymyksessä oli kuitenkin myös avoin vastausvaihtoehto, johon sai sanoa muita omia ehdotuksia.

Opinnäytetyömme avulla toimeksiantaja voi kehittää toimintaansa esimerkiksi miettimällä tapahtuman kohderyhmää. Selvityksestämme saa viitteitä, millaisia

aktiviteetteja eri-ikäryhmät tapahtumiin haluavat. Lisäksi selvityksestä käy ilmi, että musiikkifestivaaleilla kannattaa panostaa nuoriin ja messuilla sekä markkinoilla lapsiperheisiin. Tapahtuma-aktiviteetteja järjestettäessä tulisi muistaa panostaa elämysten edellytysten tuottamiseen. Esimerkiksi Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskuksen elämyskolmionmallin elementtien avulla, joita ovat yksilöllisyys, aitous, tarina, moniaistisuus, kontrasti ja vuorovaikutus (Tarssanen 2007, 8–12).

Jatkotutkimuksina aiheitamme voidaan jatkaa esimerkiksi valitsemalla tutkimuksen kohteeksi erilaisia tapahtumia, joissa mahdollisesti olisi laajempi aktiviteettitarjonta kuin työmme tapahtumissa. Voidaan tutkia myös tapahtumia, joissa ei ole ollenkaan aktiviteetteja. On myös mahdollista keskittyä vain yhteen tiettyyn tapahtumaan, jolloin voidaan keskittyä yhden tapahtuman aktiviteettitarjonnan kehittämiseen. Lisäksi olisi hyvä selvittää tapahtuma-aktiviteettien järjestäjien näkökulmia aiheesta tai tapahtuma-aktiviteettien taloudellisia merkityksiä, esimerkiksi minkä verran tapahtumakävijät ovat valmiita maksamaan aktiviteeteista.

Opinnäytetyön tekeminen oli opettavainen kokemus. Haasteenamme oli kattavan tietoperustan kerääminen, sillä emme löytäneet vastaavanlaisia tutkimuksia tapahtuma-aktiviteeteista. Myös kirjallisuuden löytäminen aiheesta oli vaikeaa. Muuten työn tekeminen oli kiinnostavaa, sillä olemme kiinnostuneita tapahtumien järjestämisestä ja saimme uudenlaista näkökulmaa siihen opinnäytetyömme myötä, minkä uskomme kasvattaneen ammatillista osaamistamme.

LÄHTEET

- Actionmakers 2015. Muut laitteet. Viitattu 13.10.2015 <http://actionmakers.fi/>.
- Ali-Knight, J & Fyall, A & Ladkin, A & Robertson, M. 2008. International perspectives of festivals and events. Paradigms of analysis. San Diego: Elsevier Ltd.
- Berridge, G. 2007. Events Design and Experience. Oxford: Elsevier Ltd.
- Finland Festivals 2014. Festivaalien käyntimäärät 2014. Viitattu 7.10.2015 <http://www.festivals.fi/tilastot/festivaalien-kayntimaarat-2014/#>.
- Getz, D. 2005. Event management and event tourism. Second edition. New York: Cognizant communication corporation.
- Getz, D. 2007. Event Studies. Theory, research and policy for planned events. Oxford: Elsevier Ltd.
- Harvard Business Publishing. Welcome to the experience economy. The Four Realms of an Experience. Viitattu 4.10.2015 <https://hbr.org/1998/07/welcome-to-the-experience-economy>.
- Hyytinen, S. 2015. Tapahtumaelämykset. Toimeksiantajan haastattelu 22.6.2015.
- Jyväskylän yliopisto 2015. Laadullinen tutkimus. Viitattu 17.9.2015 <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/laadullinen-tutkimus>.
- Kananen, J. 2008. Kvantti. Kvantitatiivinen tutkimus alusta loppuun. Jyväskylä: Jyväskylän Ammattikorkeakoulun julkaisuja sarja.
- Kauhanen, J & Juurakko, A & Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. Helsinki: WSOY.
- Komppula, R. & Boxberg, M. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Kotimaisten kielten keskus 2015. Kielitoimiston sanakirja. Elämys ja kokemus. Viitattu 8.9.2015 <http://www.kielitoimistonsanakirja.fi/netmot.exe?motportal=80>.
- Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus 2002. Lapin elämysteollisuuden strategia 2002–2006. Viitattu 3.10.2015 http://www.lappi.fi/lapinliitto/c/document_library/get_file?folderId=53864&name=DLFE-3200.pdf.
- Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus. Elämys. Miten se tehdään. CD-ROM.

- MediaAuditFinland 2015. Messutilasto 2015. Viitattu 8.10.2015
<http://mediaauditfinland.fi/wp-content/uploads/2015/09/Messutilasto2015.pdf>
- Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2014. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: Sanoma Pro Oy.
- Pine II, B.J. & Gilmore, J.H. 2011. The experience economy. Work Is Theatre & Every Business a Stage. Boston: Harvard Business School Publishing.
- Shone, A & Parry, B. 2004. Successful event management. A practical handbook. Second edition. London: Thomson learning.
- Silvanto, S. 2007. Festivaalien Helsinki. Helsingin kaupungin tietokeskus.
- Tapahtumaelämykset 2015. Tapahtumaelämykset. Viitattu 26.7.2015
<http://www.tapahtumaelamykset.com/>.
- Tapahtumainfo 2014. Tilastot. Viitattu 8.10.2015
<http://tapahtumainfo.fi/tilasto.php>.
- Tarinakone 2015. Miten luodaan elämyksiä. Viitattu 29.9.2015
<http://www.tarinakone.fi/blogi/4-miten-luodaan-elamyksia/>.
- Tarssanen, S. 2007. Elämystuottajan käsikirja. Rovaniemi: Lapin yliopistopaino.
- Torvinen, A. 2015. Uusi näkökulma vesille. Sakari Hyytinen esittelee suppailua. Uusi Rovaniemi N:0 44, 10–11.
- Tuomi, J. Sarajärvi, A. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Vantaa: Tammi.
- Vallo, H & Häyrynen, E. 2014. Tapahtuma on tilaisuus. Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Helsinki: Tietosanoma Oy.
- Vilka, H. 2006. Tutki ja havainnoi. Vaajakoski: Gummerus kirjapaino Oy.
- Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa. Määrällisen tutkimuksen perusteet. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.
- OSKE Matkailun ja elämystuotannon klusteriohjelma 2011–2013. Elämysten johtaminen auttaa tuottamaan elämyksiä suunnitelmallisesti. Elämyskolmio. Viitattu 28.9.2015
<http://www.experiencebusiness.fi/osaamisklusteri/painopisteet/elamysten-johtaminen.html>.
- Paldanius, J. 2014. Kun pelkkä musiikki ei riitä – kuusi erikoisinta aktiviteettia festareilla. YleX. Viitattu 13.10.2015
http://yle.fi/ylex/uutiset/kun_pelkka_musiikki_ei_riita__kuusi_erikoisinta_aktivi-teettia_festareilla/3-7579161.
- Qstock 2015. Oheisohjelma. Viitattu 13.10.2015
<http://www.qstock.fi/author/labu/page/2/>.

Ukkola, A. 2015. Runsas ennakkomyynti pelasti Satama Open Airin. Pohjolan Sanomat. Viitattu 14.10.2015 <http://www.pohjolansanomat.fi/vapaalla/runsas-ennakkomyynti-pelasti-satama-open-airin/>.

Xon-puisto 2015. Kesä 2015. Kesän 2015 benjihyppy kiertue. Viitattu 13.10.2015 <http://www.xonpuisto.com/benjihyppya-ympari-suomea>.

LIITTEET

- Liite 1. Satama Open Air, kyselylomake
- Liite 2. Maaseudulta Käsien -messut, kyselylomake
- Liite 3. Tapahtumajärjestäjät, kyselylomake

LAPIN AMK¹
Lapland University of Applied Sciences



Arvoisa vastaaja,

Olemme restonomiopiskelijoita Lapin ammattikorkeakoulusta ja selvitämme opinnäytetyönämme tapahtuma-aktiiviteettien merkittävyyttä Lapin alueen tapahtumissa. Kysely on nimetön ja vastauksia käytetään vain opinnäytetyössämme.

TAUSTATIEDOT

1. Sukupuoli

mies nainen

2. Asuinpaikka

Paikkakuntalainen Muu, mikä? _____

3. Ikä

18–20 v. 21–30 v. 31–40 v. 41–50 v. 51–60 v. yli 60 v.

4. Kuinka usein osallistut festivaaleihin?

En käy yleensä festivaaleilla Kerran vuodessa 2-3 kertaa vuodessa Enemmän kuin 3 kertaa vuodessa

TAPAHTUMA-AKTIVITEETTIEN MERKITTÄVYYS

Tapahtuma-aktiiviteeteilla tarkoitetaan toimintaa ja tekemistä, mihin tapahtumakävijät voivat oman valintansa mukaan osallistua, kuten esimerkiksi benji-hyppy.

5. Olitko tietoinen tapahtuman aktiviteeteista ennen tapahtumaan saapumista?

Kyllä, mistä sait tiedon?

En

6. Kuinka suuri merkitys tapahtuma-aktiviteeteilla oli tapahtumaan osallistumisessa?

Erittäin tärkeä Melko tärkeä Vähän tärkeä Ei lainkaan tärkeä

7. Osallistutko johonkin aktiviteettiin tapahtuman aikana?

Osallistuin, mihin? _____

Aion osallistua, mihin? _____

En osaa sanoa

En osallistu

8. Minä päivinä osallistut tapahtumaan?

Perjantaina Lauantaina Molempina päivinä

9. Miten tyytyväinen olet tämän tapahtuman aktiviteettitarjontaan?

Erittäin tyytyväinen Melko tyytyväinen Jonkin verran tyytyväinen En ole tyytyväinen

10. Millaisia aktiviteetteja haluaisit festivaaleille?

Benji-hyppy

Sumopaini

SUP

Wakeboarding

banaaniveneajelu

Osallistua johonkin ryhmäurheilulajiin, esim. pingis tai tanssi

Pelata konsolipelejä

Ei mitään

Muita, mitä? _____

LAPIN AMK
Lapland University of Applied Sciences



Arvoisa vastaaja,

Olemme restonomiopiskelijoita Lapin ammattikorkeakoulusta ja selvitämme opinnäytetyönämme tapahtuma-aktiviteettien merkittävyyttä Lapin alueen tapahtumissa. Kysely on nimetön ja vastauksia käytetään vain opinnäytetyössämme.

TAUSTATIEDOT

1. Sukupuoli

mies nainen

2. Asuinpaikka

Tervola Muu, mikä? _____

3. Ikä

alle 18v. 18-20v. 21-30v. 31-40v. 41-50v. 51-60v. yli 60v.

4. Minä päivänä osallistut tapahtumaan?

Lauantaina Sunnuntaina Molempina päivinä

5. Oletko käynyt aiemmin Maaseudulta Käsin -messuilla?

Kyllä, kuinka monta kertaa _____ En

6. Kuinka usein käyt messuilla tai markkinoilla?

- En käy yleensä messuilla tai markkinoilla Kerran vuodessa 2-3 kertaa vuodessa 4-5 kertaa vuodessa enemmän kuin 5 kertaa vuodessa

TAPAHTUMA-AKTIVITEETTIENTEN MERKITTÄVYYS

Tapahtuma-aktiviteeteilla tarkoitetaan toimintaa ja tekemistä, mihin tapahtumakävijät voivat oman valintansa mukaan osallistua, kuten esimerkiksi benji-hyppy.

7. Kaipaako lisää tapahtuma-aktiviteetteja Maaseudulta Käsin -messuille?

- Kyllä En Ei merkitystä

8. Koetko että tapahtuma-aktiviteetit lisääisivät tapahtuman suosiota?

- Kyllä En En osaa sanoa

9. Millaisia aktiviteetteja kaipaisit messuille tai markkinoille?

- Benji-hyppy
 Sumopaini
 Vesiaktiviteetit esimerkiksi SUP
 Osallistua johonkin ryhmäurheilulajiin esim. pingis tai tanssi.
 Voimaleka
 Pomppulinna, trampoliini
 Muita, mitä? _____
 En mitään

Tapahtumajärjestäjät kyselylomake Liite 3

Sivu 1/1

Tapahtuma-aktiviteettien merkittävyyden selvittäminen

Arvoisa vastaaja,

Olemme restonomiopiskelijoita Lapin ammattikorkeakoulusta ja selvitämme opinnäytetyönämme tapahtuma-aktiviteettien merkittävyyttä. Kysely on nimetön ja vastauksia käytetään vain opinnäytetyössämme.

1. Millaista tapahtumaa järjestätte? *

Musiikkifestivaalit Messut tai markkinat

2. Montako kertaa tapahtuma on järjestetty? *

Kerran
 2-5 kertaa
 6-10 kertaa
 11-15 kertaa
 16-20 kertaa
 yli 20 kertaa

3. Mitä aktiviteetteja tapahtumassa oli tänä vuonna? *

Tapahtuma-aktiviteeteilla tarkoitetaan toimintaa ja tekemistä, mihin tapahtumakävijät voivat oman valintansa mukaan osallistua, kuten esimerkiksi benji-hyppy, osallistuminen ryhmäurheilulajiin tai pomppulinna.

4. Onko tapahtuman aktiviteettitarjonta lisääntynyt vai vähentynyt vuosien varrella? Ja osaatko selittää miksi? *

Lisääntynyt
 Vähentynyt
 Pysynyt samana
 Tapahtumassa ei ole aktiviteetteja

5. Mitkä aktiviteetit koet merkittäviksi tapahtumassa? Ja miksi ne ovat mielestäsi merkittäviä? *

6. Pidätkö tärkeänä että tapahtumassa on aktiviteetteja? *

Kyllä, miksi?
 En, miksi?

7. Haluatko että tapahtumassa on tulevaisuudessa aktiviteetteja? *

Kyllä
 En
 En osaa sanoa

Kiitos vastaamisesta ja mukavaa syksyn jatkoa!

Lähetä