



SEINÄJOEN KESÄTAPAHTUMAT 2016

Kävijäprofiili, kävijätyytyväisyys
ja aluetaloudellinen
vaikuttavuus

Lokakuu 2016

MARKKINATUTKIMUSPALVELUT

TIIVISTELMÄ

Hannu Tuuri, Marja Katajavirta 2016. Seinäjoen kesätapahtumat 2016, kävijäprofiili, kävijäytyvyisyys ja aluetaloudellinen vaikuttavuus. Seinäjoen ammattikorkeakoulu.

Etelä-Pohjanmaan alueella ja Seinäjoella on runsaasti erilaisia kesätapahtumia, joilla on maakunnassa suuri merkitys. Tapahtumat tarjoavat elämyksiä, elävöittävät kaupunkia ja maakuntaa sekä parantavat alueen asukkaiden elämän laatua. Tapahtumat myös lisäävät tapahtumapaikkakuntien tunnettuutta ja parantavat tapahtumapaikkakuntien imagoa. Lisäksi tapahtumien kävijät tuovat tuloja paikkakuntien yrityksille, toisin sanoen niillä on huomattava taloudellinen vaikutus.

Tämän Into Seinäjoen toimeksiannosta toteutetun tutkimuksen päätavoitteina oli selvittää Seinäjoen kesätapahtumien tapahtumien kävijöiden mielikuvaa Seinäjoesta, tapahtumien taloudellista merkitystä Seinäjoelle, kävijöiden profiilia sekä tapahtumien onnistumista tapahtumakävijöiden arvioimana sekä niiden vahvuuksia ja heikkouksia kehittämistyön tueksi. Tutkimuksen kohdetapahtumina aikajärjestyksessä olivat: Keskustan puoluekokous (Seinäjoki Areena), Provinssi, Seinäjoen Tangomarkkinat ja Seinäjoen Vauhtiajot. Tutkimus toteutettiin Into Seinäjoen toimeksiannosta.

Tutkimusaineiston keruu toteutettiin kaksivaiheisena siten, että tapahtumien kävijöitä haastateltiin tapahtumissa ja muutamia päiviä tapahtuman jälkeen heille lähetettiin valintansa mukaan jatkokysely joko postitse kirjekyselynä tai sähköpostitse linkki kirjekyselyä vastaavaan internetkyselyyn. Tapahtumissa haastateltiin yhteensä 1207 kävijää: noin 300 kävijää jokaisessa tapahtumassa. Tapahtuman jälkeiseen jatkokyselyyn osallistui 42 % tapahtumissa haastatelluista kävijöistä eli yhteensä 510 vastaajaa.

Tutkimuksessa mukana olleet tapahtumat olivat luonteeltaan erilaisia ja myös kävijät poikkesivat toisistaan mm. ikärakenteelta. Keski-ikänsä nuorimmat kävijät olivat Provinssissa (keski-ikä 27 vuotta) ja Seinäjoen Vauhtiajoissa (34 vuotta). Keskustan puoluekokouksen ja Seinäjoen Tangomarkkinoiden kävijöiden keski-ikä oli yli 50 vuotta. Keskustan puoluekokouksen, Provinssin ja Seinäjoen Tangomarkkinoiden kävijöissä oli reilusti yli puolet Etelä-Pohjanmaan ulkopuolelta. Sen sijaan Vauhtiajojen kävijöistä seinäjokelaisia oli yli puolet ja 25 % Etelä-Pohjanmaan ulkopuolelta.

Provinssissa oli lähes puolet kävijöistä (47 %) ensikertalaisia, kun Keskustan puoluekokouksessa ja Vauhtiajoissa heitä oli noin neljännes. Tangomarkkinoilla joka viides kävijä oli ensikertaa tapahtumassa. Tapahtuman ohjelma tai esiintyjät, yhdessäolo ystävien tai perheen kanssa, viihtyisän ajan viettäminen ja tapahtuman tunnelma tai ilmapiiri olivat tekijöitä, joita eri tapahtumien kävijät pitivät yleensä tärkeimpinä tekijöinä päättäessään osallistumisesta tapahtumaan.

Kävijöiden antaessa avointa palautetta kokemuksistaan tapahtumissa, kaikissa tapahtumissa oli onnistumisia, mutta myös kehitettäviä asioita. Pääsääntöisesti tapahtumat olivat kävijöiden odotusten mukaisia tai ylittivät odotukset. Kävijöiden kokonaisarvioinnissa parhaiten menestyivät Provinssi (keskiarvo 8,7) ja Keskustan puoluekokous (8,4). Seinäjoen Vauhtiajojen kokonaisarvosanojen keskiarvo oli 8,0 ja Tangomarkkinoiden 7,7.

Kaikkien tutkimuksessa mukana olleiden tapahtumien vahvuuksiksi nousivat likipitäen samat tekijät; tapahtuman tunnelma ja ilmapiiri, ohjelma ja esiintyjät sekä järjestelyt. Vastaavasti kaikissa tapahtumissa kehitettäväksi osa-alueiksi nousivat mm. ohjelmien aikataulutus, siisteys ja hintataso.

Tutkimuksessa on tarkasteltu tapahtumien sekundäärisiä vaikutuksia, jotka muodostuvat tapahtuman kävijöiden kokonaiskulutuksesta varsinaisella tapahtuma-alueella ja tapahtuma-alueen

ulkopuolella eli Seinäjoella kyseisen tapahtuman aikana. Tähän arviointimenetelmään perustuen arvioitiin myös eri tapahtumien taloudellista vaikuttavuutta. Eri tapahtumiin osallistuneiden kävijöiden kokonaisrahankäyttö tapahtumien aikana vaihteli tapahtuman pituuden ja luonteen mukaisesti. Eniten rahaa tapahtuman aikana käyttivät Seinäjoen Tangomarkkinoiden kävijät, keskimäärin 393 € per henkilö. Vastaavasti Keskustan puoluekokouksen kävijät käyttivät kokouksen aikana rahaa Seinäjoella 216 €, Provinssin kävijät käyttivät rahaa keskimäärin 291 €, Seinäjoen Vauhtiajojen kävijät 208 € henkilöä kohden.

Provinssin kävijöiden kokonaiskulutuksena tuoma tulo Seinäjoelle oli lähes 11 miljoonaa euroa ja Seinäjoen Tangomarkkinoiden kävijöiden tuoma tulo lähes 10 miljoonaa euroa. Seinäjoen Vauhtiajojen kävijät kuluttivat tapahtuman aikana Seinäjoella vastaavasti noin 4,8 miljoonaa euroa ja Keskustan puoluekokouksen osallistujat lähes 0,8 miljoonaa euroa.

Seinäjoesta tapahtumakävijöillä oli pääsääntöisesti myönteinen mielikuva. Yleisimmin vastaajat kuvasivat Seinäjokea laatusanoilla *hyvä, viihtyisä, komia, kehittyvä ja mukava*.

Laajaan tutkimusaineistoon perustuva tutkimus antaa hyvän kuvan eri tapahtumien kävijöiden profiilista, kokemuksista ja näkemyksistä tapahtumien kehitystyön pohjaksi. Lisäksi tutkimus vahvistaa ja tarkentaa kuvaa tapahtumien suuresta taloudellisesta merkityksestä Seinäjoelle.

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	6
1.1 Tutkimuksen tavoite	7
1.2 Taloudelliset vaikutukset	8
1.3 Tutkimuksen tapahtumat	10
1.4 Tapahtumatutkimuksen toteuttaminen	12
1.5 Tutkimusaineisto ja tulosten esittäminen	14
2 TAPAHTUMAKÄVIJÖIDEN PROFIIILI	15
2.1 Tapahtumakävijöiden taustatiedot	15
2.2 Tiedon etsintä/saanti tapahtumista	27
2.3 Miksi tapahtumaan tullaan	32
3 TAPAHTUMAKÄVIJÖIDEN TYYTYVÄISYYS	37
4 MAJOITTUMINEN TAPAHTUMISSA	48
5 TAPAHTUMIEN YMPÄRISTÖYSTÄVÄLLISYYS JA EKOLOGISUUS	55
6 TAPAHTUMIEN ALUETALOUDELLINEN VAIKUTTAVUUS	60
7 MIELIKUVA SEINÄJOESTA	66
8 YHTEENVETO	73
LIITE 1. KYSYMYSLOMAKE	77
LÄHTEET	81

1 JOHDANTO

Seinäjoella ja koko Etelä-Pohjanmaan alueella järjestetään erityisesti kesäisin, mutta myös ympäri vuoden useita merkittäviä tapahtumia, jotka houkuttelevat alueelle paljon matkailijoita ja samalla myös liikuttavat alueen asukkaita. Kesä 2016 oli Seinäjoella tavallista vilkkaampi, sillä kesän perinteisten musiikkitapahtumien Provinssin, Seinäjoen Tangomarkkinoiden, Solar Sound Festivalin lisäksi kaupungissa järjestettiin mm. asuntomessut, Karjalaiset kesäjuhlat ja Keskustapuolueen puoluekokous. Kesäteatterilla on maakunnassa vahvat perinteet, se toimii useissa kunnissa ammatti- ja harrastajanäyttelijöiden voimin. Myös erilaisia urheilutapahtumia, messuja ja markkinoita järjestetään kaupungissa.

Kaikilla tapahtumilla on tärkeä merkitys kyseiselle tapahtumapaikkakunnalle ja koko Etelä-Pohjanmaan asukkaille. Tapahtumat ovat yksi tärkeä osatekijä asukkaiden viihtymisen ja hyvinvoinnin luojana, tuottavathan ne muualta tulleille ja myös alueella asuville tapahtumissa kävijöille upeita elämyksiä ja kokemuksia sekä monilta osin elävöittävät tapahtumapaikkakuntaa ja samalla koko maakuntaa.

Toisaalta tapahtumilla voidaan katsoa olevan monenlaista aluetaloudellista vaikutusta tapahtumapaikkakunnalle (esim. Kainulainen 2005). Ensinnäkin tapahtuman järjestämiseen liittyvistä toiminnoista syntyy suoria talousvaikutuksia alueelle (esim. henkilökunnan palkkaus, hankinnat, vuokrat jne.). Toiseksi tapahtumat tuovat alueelle matkailijoita, jotka kuluttavat alueella rahaa itse tapahtumassa ja tapahtuman ulkopuolella alueen yrityksiin. Kolmanneksi tapahtumat tuovat parhaimmillaan alueelle tunnettuutta ja vaikuttavat positiivisesti mielikuviin alueesta sekä luovat kuvaa vireästä, elinvoimaisesta ja tapahtumarikkaasta paikkakunnasta lisäten näin alueen vetovoimaa myös asuinpaikkana ja yritysten sijaintikuntana. Suuret tapahtumat ovat siten merkittäviä paikkakunnan tunnettuuden ja mielikuvien luojina.

Tapahtumien merkitykset tapahtumapaikkakunnille ja paikkakuntien yrityksille on nostettu viime vuosina entistä tiedostetummin esille. Seinäjoen tapahtumat näkyvät kaupungin mainonnassa jo hyvissä ajoin ennen varsinaista tapahtumaa, mm. Seinäjoen kaupungin www.komiainfo.fi –sivulla otsikolla *Seinäjoen superkesä 2016 – Tienoo täynnä tapahtumia*. Kuntien rooli tapahtumien taustalla on nähtävissä moninaisella tavalla; kunnat ovat merkittävässä asemassa mm. olosuhteiden järjestämisessä ja kehittämisessä.

Nyt toteutetussa tutkimuksessa selvitettiin neljän seinäjokelaisen tapahtuman osalta niiden kävijäprofiilia, aluetaloudellista vaikuttavuutta, asiakastyytyväisyyttä, kävijöiden mielikuvaa Seinäjoesta yleensä sekä tapahtumakaupunkina, tapahtumien ympäristöystävällisyyttä ja majoitustoiveita tapahtumien aikana. Tutkimuksen kohteena oli neljä Seinäjoen kesätapahtumaa ja niiden kävijät. Tapahtumista olivat tutkimuksessa mukana Keskustan puoluekokous, Provinssi, Seinäjoen Tangomarkkinat ja Seinäjoen Vauhtiajot.

Tutkimuksen toimeksiantaja on Into Seinäjoki. Vuosina 2008 ja 2012 Etelä-Pohjanmaalla toteutettiin vastaavanlaiset tapahtumien kävijätutkimukset. Tämä tutkimus toteutettiin pitkälti samoin kuin edeltävät tutkimukset. Suurimmat muutokset toteutuksessa tehtiin kysymyslomakkeen sisältöön, vaikka valtaosa lomakkeen sisällöstä pysyi identtisenä aikaisempien tutkimusten kanssa, osaan lomakkeen kysymyksistä tehtiin selkeitä muutoksia ja osa kysymyksistä poistettiin kokonaan.

1.1 Tutkimuksen tavoitteet

Tämän tutkimuksen päätavoitteena oli saada tietoa Seinäjoen kesätapahtumien merkityksestä Seinäjoelle, tapahtumien kävijöistä, kävijöiden tyytyväisyydestä sekä rahankäytöstä tapahtuman aikana. Tarkemmin esitettynä tutkimuksen avulla pyrittiin saamaan vastauksia seuraaviin teemoihin:

1. Tapahtumien kävijäprofiilit
2. Kävijöiden tyytyväisyys tapahtumaan ja kehitysehdotukset tapahtumalle
3. Tapahtumakävijöiden majoitustarve ja -toiveet
4. Tapahtumakävijöiden ympäristöasenteet
5. Tapahtumien kävijöiden rahankulutus ja kävijöiden kulutuksen kautta muodostuva tapahtumien taloudellinen vaikutus Seinäjoelle
6. Seinäjoki tapahtumakaupunkina

Kävijöiden profiilin ja kävijöiden tyytyväisyyden selvittäminen on tapahtumille oleellista. Tapahtuman kävijöiden tunteminen (esim. sukupuoli, ikä, asuinpaikkakunta, syyt tulla tapahtumaan) auttaa tapahtumajärjestäjiä mm. ohjelman suunnittelussa sekä markkinoinnin suunnittelussa ja kohdistamisessa. Kävijöiden tyytyväisyyden selvittämisen ja kehittämisehdotusten kautta tapahtuma saa arvokasta tietoa mm. siitä, missä asioissa tapahtuma on onnistunut ja mihin asioihin kävijät toivoivat muutosta. Tapahtumien kävijöiden kuuleminen auttaa tapahtuman sisällön kehittämisessä ja jatkuvuudessa. Tapah-

tumien ympäristövaikutukset, ekologisuus ja kestävä kehityksen arvojen toteutuminen tuotannoissa ovat olleet ajankohtaisia keskustelunaiheita sekä kotimaassa että kansainvälisesti jo useiden vuosien ajan. Tapahtumakävijöiden rahankäytön selvittäminen antaa näkökulman tapahtumien taloudellisesta merkityksestä Seinäjoen kaupungille.

1.2 Taloudelliset vaikutukset

Tutkimuksen suunnitteluvaiheessa perehdyttiin useaan selvitykseen, joissa on tutkittu tapahtumia mm. kävijöiden ja yhteistyökumppaneiden näkökulmasta sekä tapahtumien aluetaloudellisia vaikutuksia. Näissä selvityksissä on tutkittu mm. Yleisurheilun MM2005-kisoja (Laakso, Kilpeläinen, Kostianen & Susiluoto 2006), Helsingissä 2006 järjestettyjä Eurovision laulukilpailuja (Kilpeläinen & Laakso 2008), kahtatoista itäsuomalaista kulttuuritapahtumaa (Mikkonen, Ristolainen & Taskinen 2008), Helsingin Juhlaviikkoja (Cantell 1998) ja Helsingin Messukeskuksen taloudellisia vaikutuksia (Cantell & Virkola 2003). Myös Kainulaisen (2005) kulttuuritapahtumien aluetaloudellisiin merkityksiin liittyvä väitöskirja toimi tärkeänä lähdekirjallisuutena tässä tutkimuksessa.

Matkailun aluetaloudellista vaikuttavuutta tutkittaessa on usein käytetty ns. pohjoismaista tulo-meno -menetelmää, jossa matkailun vaikutusta tutkitaan kahdelta suunnalta. Mallin menomenetelmällä selvitetään matkailijoiden käyttämä rahamäärä matkailijaryhmittäin. Ryhmät muodostetaan esimerkiksi majoitusmuodon perusteella. Mallin tulomenetelmällä selvitetään toimialoittain matkailun tulo- ja työllisyysvaikutukset yrityksille.

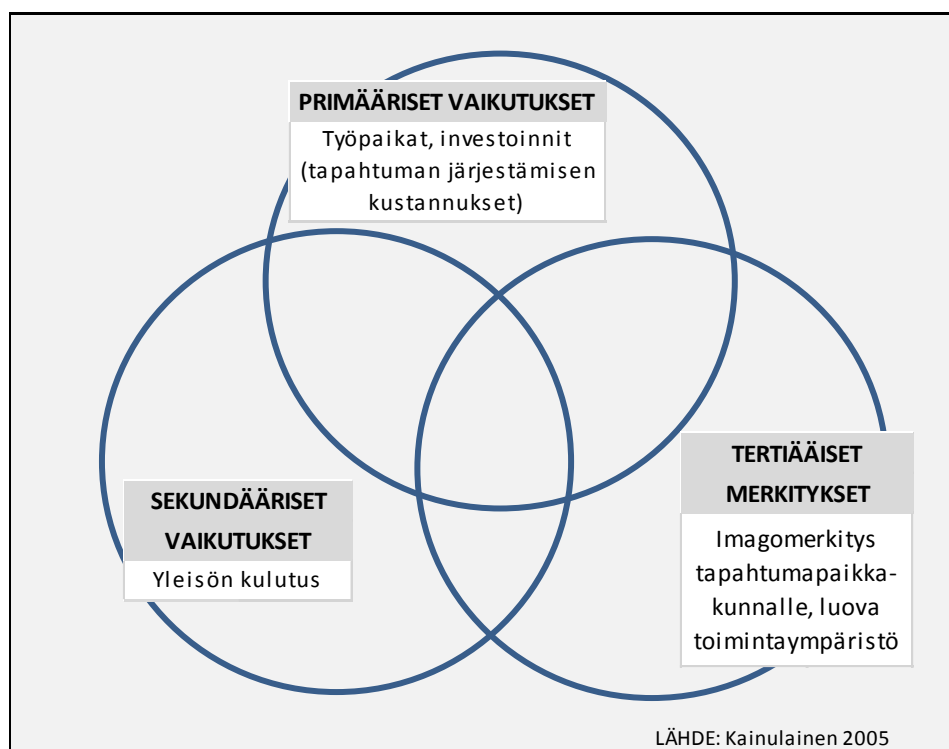
Matkailun taloudelliset vaikutukset jaetaan välittömiin ja välillisiin tulo- ja työllisyysvaikutuksiin sekä verotulovaikutuksiin. Välittömät vaikutukset muodostuvat siitä rahamäärästä, minkä verran matkailijat lisäävät yritysten liikevaihtoa ostaessaan seudulta palveluja ja tuotteita. Matkailuliikevaihto saa aikaan työpaikkojen ja palkkojen määrällistä kasvua, mikä puolestaan lisää verotuloja. Kerrannaisvaikutukset syntyvät, kun välitön matkailumyynti johtaa välilliseen tavaroiden ja palveluiden kysynnän lisäykseen toimialoilla, jotka eivät saa varsinaista matkailutuloa.

Myös tässä tutkimuksessa tutkittaessa tapahtumien aluetaloudellisia vaikutuksia on tätä ns. pohjoismaista mallia käytetty soveltuvien osin. Esimerkiksi Kainulainen (2005) kuvaa tapahtuman aluetaloudellisia merkityksiä jaotellen ne kolmeen osaan. Hän puhuu tapahtuman primäärisistä, sekundäärisistä ja johdetuista vaikutuksista. Kainulaisen käyttämä terminologia poikkeaa hieman pohjoismaisen mallin terminologiasta.

Primääriset vaikutukset syntyvät välittömästi tapahtuman järjestämiseen liittyvistä toiminnoista sekä esimerkiksi tapahtumajärjestäjän ja paikallisen liike-elämän välisestä yhteistyöstä (henkilökunnan palkkaus, vuokrat, paikalliset hankinnat, ostot ja investoinnit). Työntekijöitä tarvitaan esimerkiksi juhlien fyysiseen rakentamiseen ja purkamiseen, siivous-, lipunmyynti-, majoitus-, järjestyksenpitotehtäviin sekä toimistotöihin.

Sekundääriset vaikutukset muodostuvat tapahtuman kävijöiden kulutuksesta, joka kohdistuu tapahtuma-alueella oleviin ja tapahtumapaikkakunnan yrityksiin ja palveluihin. Kävijöiden kulutuksen myötä kertyneitä tuloja vastaanottavat lähinnä majoituspalveluja tarjoavat yritykset, ravintolat, vähittäiskauppa ja erilaiset kuljetuksista ja liikennöinnistä vastaavat yrittäjät. Myös tapahtuma-alueella olevat ruoan, juomien ja muiden tuotteiden myyjät saavat osansa tästä kävijöiden kulutuksesta.

Vastaavasti johdettujen vaikutusten katsotaan koostuvan sekä primäärisistä että sekundäärisistä vaikutuksista ja näin ne kuvaavat ostovoiman ja kulutusmahdollisuuksien lisääntymistä paikallisten toimijoiden keskuudessa. Tapahtuma saa aikaan paikallistalouteen erilaisia kerrannaisvaikutuksia ostovoiman lisääntymisen ja palveluiden kasvavan kysynnän ja kulutuksen kautta.



Kuvio 1. Tapahtumien aluetaloudelliset vaikutukset ja merkitykset alueelle (Kainulainen 2005).

Kainulainen (2005) pitää tärkeänä tapahtuman primääristen ts. ensisijaisten ja sekundääristen eli toissijaisten vaikutusten rinnalla tapahtumien laajempaa tertiääristä merkitystä. Tällä tarkoitetaan tapahtuman imagomerkityksiä sekä tapahtuman vaikutusta paikkakunnan sosiaaliselle ja kulttuuriselle elämälle. Lähtökohtaisesti näkyvyydeltään merkittävät tapahtumat lisäävät tapahtumapaikkakunnan tunnettuutta ja vetovoimaa, mikä voi puolestaan houkuttaa paikkakunnalle matkailijoita, asukkaita ja työntekijöitä. Primääriset ja sekundääriset vaikutukset sekä tertiääriset merkitykset voidaankin nähdä toisiaan täydentävinä osa-alueina. Näiden kolmen osa-alueen yhteisvaikutuksesta tapahtumat heijastavat moniulotteisesti kuntien kehitykseen (kuvio 1.).

Tässä tutkimuksessa aluetaloudellisen vaikutusten tutkimisessa pääpaino on sekundäärisissä vaikutuksissa (pohjoismaisen mallin menomenetelmä), eli tapahtuman kävijöiden kulutuksessa, joka kohdistuu tapahtuma-alueella oleviin ja tapahtumapaikkakunnan yrityksiin ja palveluihin.

1.3 Tutkimuksen tapahtumat

Tähän tutkimukseen valittiin yhdessä tutkimuksen tilaajan Into Seinäjoen kanssa mukaan neljä Seinäjoella järjestettävää kesätapahtumaa, joista yksi oli iso kokoustapahtuma (Keskustan puoluekokous) ja kolme musiikkikeskeistä kesätapahtumaa.

Tutkimus toteutettiin seuraavissa Seinäjoen 2016 kesän tapahtumissa:

- Keskustan puoluekokous (Seinäjoki Areena) 10.–12.6.2016
- Provinssi (Seinäjoki, Törnävä) 30.6.– 2.7.2016
- Seinäjoen Tangomarkkinat (Seinäjoki) 6.–10.7.2016
- Seinäjoen Vauhtiajot (Seinäjoki) 4.–7.8.2016

Näistä kolme jälkimmäistä tapahtumaa oli mukana vuosina 2008 ja 2012 tehdyissä vastaavissa tutkimuksissa.

Seinäjoen kesätapahtumat 2016 tutkimuksessa mukana olleilla tapahtumilla on varsin pitkät perinteet. Tutkimuksessa mukana olleista tapahtumista kesällä 2016 ensimmäisenä oli Keskustapuolueen puoluekokous, joka järjestetään joka toinen vuosi eri paikkakunnalla. Keskustan puoluekokous on järjestetty jo yli 20 kertaa.

Provinssilla, joka vuoteen 2014 saakka oli Provinssirock, järjestettiin ensimmäisen kerran yksipäiväisenä vuonna 1979 ja sen jälkeen tapahtuma on järjestetty yhtäjaksoisesti

joka vuosi. Provinssi järjestettiin tämän vuoden kesäkuussa 38. kerran ja se oli kolmi-päiväinen.

Viisipäiväinen Seinäjoen Tangomarkkinat lukeutuu kävijämäärältään Suomen suurim-piin kesätapahtumiin, se on järjestetty nyt jo 32 kertaa. Tutkimuksen nuorin tapahtuma oli Seinäjoen Vauhtiajot. Vauhtiajoja järjestettiin Seinäjoella jo vuosina 1973-1988, mut-ta sen jälkeen tapahtuman järjestelyissä oli vuosien tauko. Tauon jälkeen ne järjestettiin ensimmäisen kerran vuonna 2004 yhdistettynä autourheilu- ja musiikkitapahtumana, tänä kesänä siis jo 13. kerran. Tämänvuotinen Seinäjoen Vauhtiajot järjestettiin kolmi-päiväisenä.

Tutkimukseen osallistuneet tapahtumat ovat kestoaltaan ja kävijämääriltään erilaisia. Kä-vijämäärältään Seinäjoen Tangomarkkinat oli suurin tapahtuma 101 tuhannella kävijäl-lään. Provinssin kävijöitä oli tänä vuonna 71 000 ja Vauhtiajojen 55 700. Keskustapuolueen puoluekokouksessa oli paikalla n. 3500 osallistujaa (taulukko 1).

Taulukko 1. Taustatietoja tutkimuksessa mukana olevista tapahtumista.

Tapahtuma	Tapahtuma järjestetty ensimmäisen kerran	Tapahtuma-kerta v. 2016	Tapahtuman kävijä-määrä
Keskustan puoluekokous	v.		3540
Provinssi	v. 1979	38.	71000
Seinäjoen Tangomarkkinat	v. 1985	32.	101000
Seinäjoen Vauhtiajot	v. 2004	13.	55700

Kävijämääriä arvioitaessa täytyy muistaa, että tapahtumien ilmoittamien kävijämäärien laskutavat poikkeavat toisistaan eivätkä ole täysin vertailukelpoisia. Kävijämääriä ilmoit-taessaan tapahtumajärjestäjät usein laskevat kyseisen tapahtuman eri osatapahtumissa olleiden kävijöiden yhteismäärän. Näin tapahtumajärjestäjien ilmoittamat kävijämäärät ovat useinkin myytyjen lippujen määriä tai yksittäisiä tapahtumaan osallistuvia henkilö-määriä selvästi suurempia. Yhdellä lipulla saattaa päästä useaan tapahtuman ns. osa-tapahtumaan, esimerkiksi erilaisilla passeilla Tangomarkkinoiden tapahtumiin. Toisaalta lippujen määrä ei välttämättä ole sama kuin tapahtuman yksittäisten kävijöiden määrä,

sillä yksi henkilö on voinut joissakin tapahtumissa ostaa useamman lipun tapahtuman eri osatapahtumiin. Seinäjoen Tangomarkkinat tarjosi kävijöilleen ilmaistapahtumia, mm. keskiviikkoillan pääsymaksuton Tangokadun tapahtumailta ja Torikeskuksessa tangokuninkaallisten esiintymiset.

1.4 Tapahtumatutkimuksen toteuttaminen

Kävijäkyselyn aineiston keruu toteutettiin kaksivaiheisena. Jokaisessa tutkimuksessa mukana olleessa tapahtumassa tehtiin alkuhaastattelu tapahtuman kävijöille. Nämä alkuhaastattelut toteutettiin alueella, johon pääsivät vain tapahtumaan lipun ostaneeet poikkeuksena Seinäjoen Tangomarkkinoiden keskiviikkoillan ilmaiskonsertit Seinäjoen tangokadulla. Tapahtuman jälkeen näille tapahtumassa kyselyyn vastanneille lähetettiin valintansa mukaan joko postitse kyselylomake tai sähköpostitse linkki tutkimuksen kirjekyselyä vastaavaan internetlomakkeeseen, jolla selvitettiin mm. kävijöiden tyytyväisyyttä tapahtumaan ja rahan käyttöä. Kyselylomake oli kaikissa tapahtumissa pääpiirteissään samanlainen. Poikkeuksena oli Keskustan puoluekokous, tämän tapahtuman lomakkeesta karsittiin tapahtuman luonteeseen soveltumattomia kysymyksiä. Lisäksi jokaisella tapahtumalla oli kyselylomakkeessa tapahtuman luonteesta riippuen sekä ajankohtaa että kyseiseen tapahtumaan hankittavia erilaisia lippuvaihtoehtoja koskevia kysymyksiä.

Keskustan puoluekokouksessa kävijöitä haastateltiin perjantaina, lauantaina ja sunnuntaina. Provinssissa haastatteluja tehtiin tasaisesti tapahtuman jokaisena päivänä (torstai, perjantai, lauantai). Seinäjoen Tangomarkkinoilla haastatteluja suoritettiin Tangokadulla, Kisa-areenalla ja Tanssitalossa keskiviikkona, torstaina, perjantaina ja lauantaina. Keskiviikkona kävijöitä haastateltiin ilmaistapahtumassa Tangokadulla. Seinäjoen Vauhtiajoissa haastateltiin kävijöitä tasaisesti torstain, perjantain ja lauantain musiikkitapahtumissa sekä lauantaina ja sunnuntaina ratatapahtumassa. Haastattelumäärät eri tapahtumissa sekä jatkokyselyyn tavoitettujen kävijöiden määrät on esitetty taulukossa 2.

Jokaisessa tapahtumassa oli ennakkoon suunniteltuina haastattelupäivinä ja osatapahtumissa kaksi haastattelijaa paikalla. Haastattelijat liikkuvat tapahtuma-alueella ja valitsivat satunnaisesti tapahtumakävijöitä haastateltaviksi. Haastattelupaikat valittiin etenkin Provinssissa ja Seinäjoen Tangomarkkinoilla myös hieman säiden mukaan vesisateiden häiritessä haastatteluja. Tapahtumissa haastateltavat täyttivät yhden sivun mittaisen lomakkeen joko itse tai haastattelijaa kyseli kysymykset häneltä ja kirjasi vas-

taukset lomakkeeseen. Tässä yhden A4-sivun mittaisessa lomakkeessa kysyttiin taustatietoja vastaajasta ja kyseiseen tapahtumaan osallistumisesta. Lisäksi lomakkeessa kysyttiin vastaajan yhteystiedot jatkokyselyn lähettämistä varten. Kävijät suhtautuivat pääosin myönteisesti haastattelupyyntöön ja osallistuivat mielellään tutkimukseen.

Heti tapahtuman jälkeen seuraavan viikon alkupäivinä tapahtumassa kyselyyn vastanneille kävijöille lähetettiin jatkokysely joko sähköpostitse linkki paperilomaketta vastaavaan internetkyselyyn tai postitse paperilomakkeena. Tässä jatkokyselyssä kysyttiin tarkemmin tapahtumakävijöiden kokemuksista mm. tiedonsaannista tapahtumasta, tyytyväisyydestä tapahtumaan, tapahtumaan liittyviä kehittämissuhteita, majoittumisesta sekä rahankäytöstä tapahtuman aikana. Jatkokyselyyn vastasi lopulta 42 % esikyselyn vastaajista. Osa esikyselyn vastaajista ei antanut yhteystietojaan jatkokyselyyn. Sekä alkuhaastattelun että jatkotutkimuksen kysymyslomakkeet ovat raportin liitteessä 1.

Taulukko 2. Tapahtumissa haastateltujen kävijöiden lukumäärät ja tapahtuman jälkeen tehtyyn jatko-haastatteluun osallistuneiden lukumäärä.

Tapahtuma	Tapahtumassa haastateltujen lukumäärä	Tapahtuman jälkeen tehtyyn jatko-haastatteluun osallistuneiden lukumäärä
Keskustan puoluekokous	300	123 (41 %)
haastattelut pe 11.6	80	
haastattelut la 12.6	220	
Provinsi	307	112 (36 %)
haastattelut to 30.6	65	
haastattelut pe 1.7	142	
haastattelut la 2.7	100	
Seinäjoen Tangomarkkinat	300	153 (51 %)
haastattelut ke 6.7.	30	
haastattelut to 7.7.	49	
haastattelut pe 8.7.	117	
haastattelut la 9.7.	104	
Seinäjoen Vauhtiajot	300	122 (41 %)
haastattelut to 4.8. (festarialue)	39	
haastattelut pe 5.8. (festarialue)	70	
haastattelut la 6.8. (rata + festarialue)	130	
haastattelut su 7.8. (rata-alue)	61	
YHTEENSÄ	1207	510

1.5 Tutkimusaineisto ja tulosten esittäminen

Tutkimusaineisto on käsitelty tilastollisin menetelmin ja tutkimuksen päätulokset esitetään kuvioissa ja taulukoissa tapahtumittain tapahtumat aina ajankohdan mukaan järjestettynä. Osassa tuloksia esitetään myös kaikissa tapahtumissa haastateltujen kaikkien vastaajien yhteistulos. Tuloksia on verrattu soveltuvin osin vuosina 2008 ja 2012 toteutettujen vastaavien tutkimusten tuloksiin. Tapahtumakävijöiden omin sanoin kirjoittamia vastauksia on kommentoitu raportin tekstissä, sekä mm. luvussa, missä esitellään tapahtumien vahvuuksia ja kehittämisen kohteita, ja vastaajien antamien kokonaisarvosanojen perusteluita kommentteja esitetään myös suorina lainauksina. Tapahtumakohtaiset avoimet vastaukset on raportoitu tästä pääraportista erillisissä liiteosioissa tapahtumien järjestäjille. Kyselyssä esitettyjen Seinäjoen kaupunkia koskevien kysymysten alkuperäiset vastaukset on toimitettu erillisessä liitteessä Into Seinäjoelle.

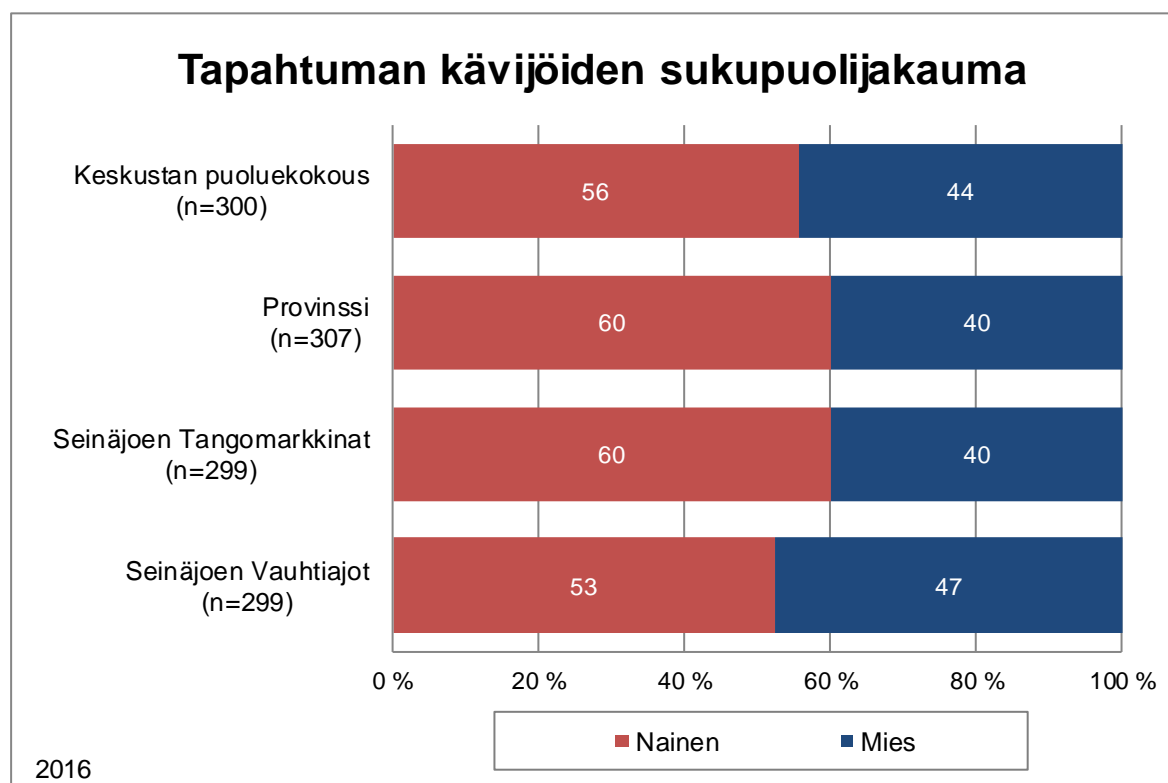
2 TAPAHTUMAKÄVIJÖIDEN PROFILI

2.1 Tapahtumakävijöiden taustatiedot

Tutkimuksessa mukana olevien tapahtumien kävijöiden profiilia tarkasteltiin selvittämällä demograafisia taustatekijöitä (ikä, sukupuoli, asuinpaikkakunta) sekä tapahtumassa käyntiin liittyviä tekijöitä ja käyntiuskollisuutta.

Sukupuoli

Kaikissa tapahtumissa naisia oli haastatelluissa tapahtumakävijöissä hieman miehiä enemmän, tosin ero ei ole suuri. Suhteellisesti eniten naisia oli Provinssissa ja Tangomarkkinoilla haastatelluista 60 %. Puoluekokouksen vastaajista 56 % ja Vauhtiajojen vastaajista 53 % oli naisia (kuvio 2).



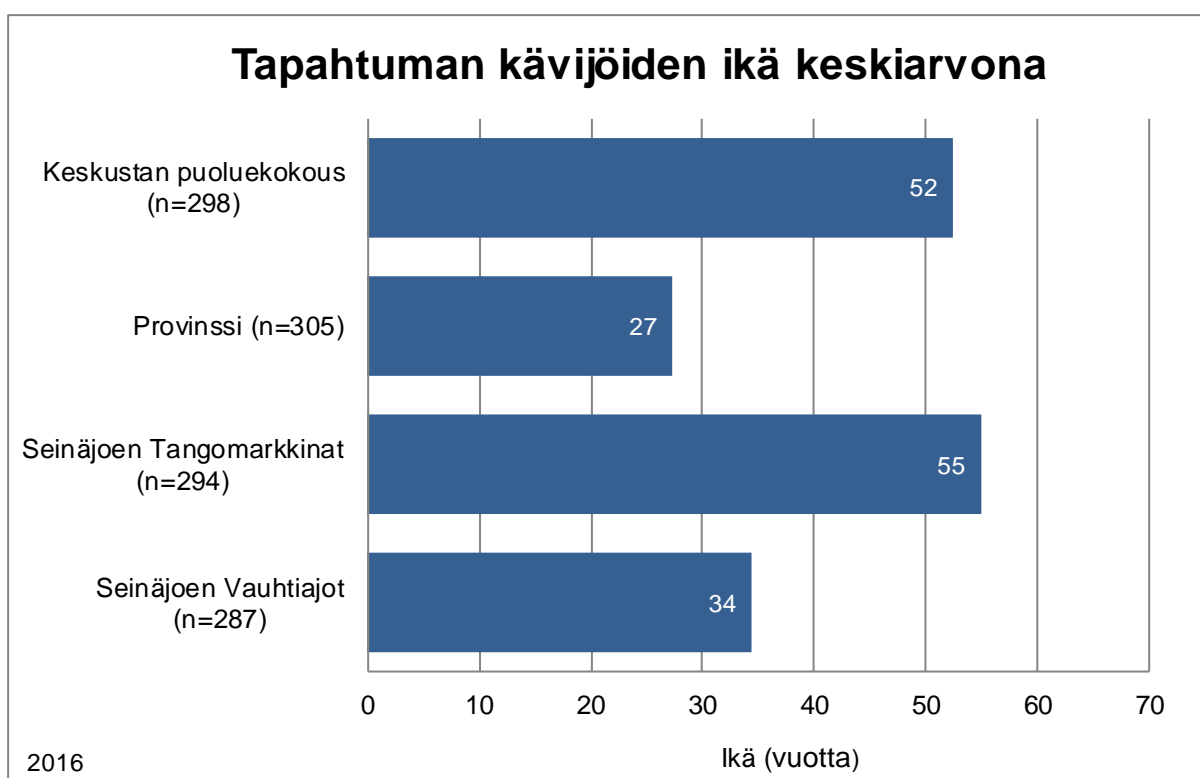
Kuvio 2. Tapahtumien kävijöiden sukupuolijakauma.

Ikä

Tapahtumien kävijöiden ikä on esitetty sekä keskiarvoina (kuvio 3) että prosentuaalisena jakaumana kuuteen eri ikäluokkaan uudelleen luokiteltuna (taulukko 3). Esitetyt ikätarkastelut kuvaavat tapahtumissa haastateltujen kävijöiden ikäjakaumaa, täten tuloksis-

ta ei suoranaisesti voi päätellä koko tapahtuman kävijöiden ikäjakaumaa, mutta suuntaa antava se on.

Tapahtumien kävijöiden ikäjakaumien suhteelliset osuudet noudattelevat luonnollisesti tapahtumien ohjelmaa, luonnetta ja ajateltua kohderyhmää. Provinssin ja Seinäjoen Vauhtiajojen kävijät ovat keskimäärin muiden tapahtumien kävijöitä nuorempia, tosin kaikissa tapahtumissa ikähaarukka vaihteli alle 20 vuoden iästä aina Provinssin 62 vuoteen ja Keskustan puoluekokouksen 82 ikävuoteen. Provinssin kävijöiden iän keskiarvo oli 27 ja Vauhtiajojen 34 vuotta Keskustan puoluekokouksen ja Tangomarkkinoiden keski-iän ollessa yli 50 vuotta.



Kuvio 3. Tapahtumien kävijöiden iän keskiarvot.

Verrattuna aikaisempaan vuoden 2012 tutkimukseen Provinssin kävijöiden keskimääräinen ikä on noussut noin viidellä vuodella (22 v. → 27 v.). Myös Vauhtiajojen kävijöiden keski-ikä oli tässä tutkimuksessa viisi vuotta korkeampi kuin edellisellä kerralla (29 v. → 34 v.). Vauhtiajojen kohdalla täytyy huomioida, että ratatapahtumissa oli osalla kävijöistä myös lapsia mukana. Lapsiperheiden kohdalla haastateltiin aina perheiden aikuisia, joten lasten ikä ei tässä ikäkysymyksessä ole tullut huomioiduksi.

Tarkasteltaessa tapahtumakävijöiden luokiteltuja ikäjakaumia havaitaan, että Keskustan puoluekokouksen ja Tangomarkkinoiden kävijöistä 43 % oli yli 60-vuotiaita (taulukko 3).

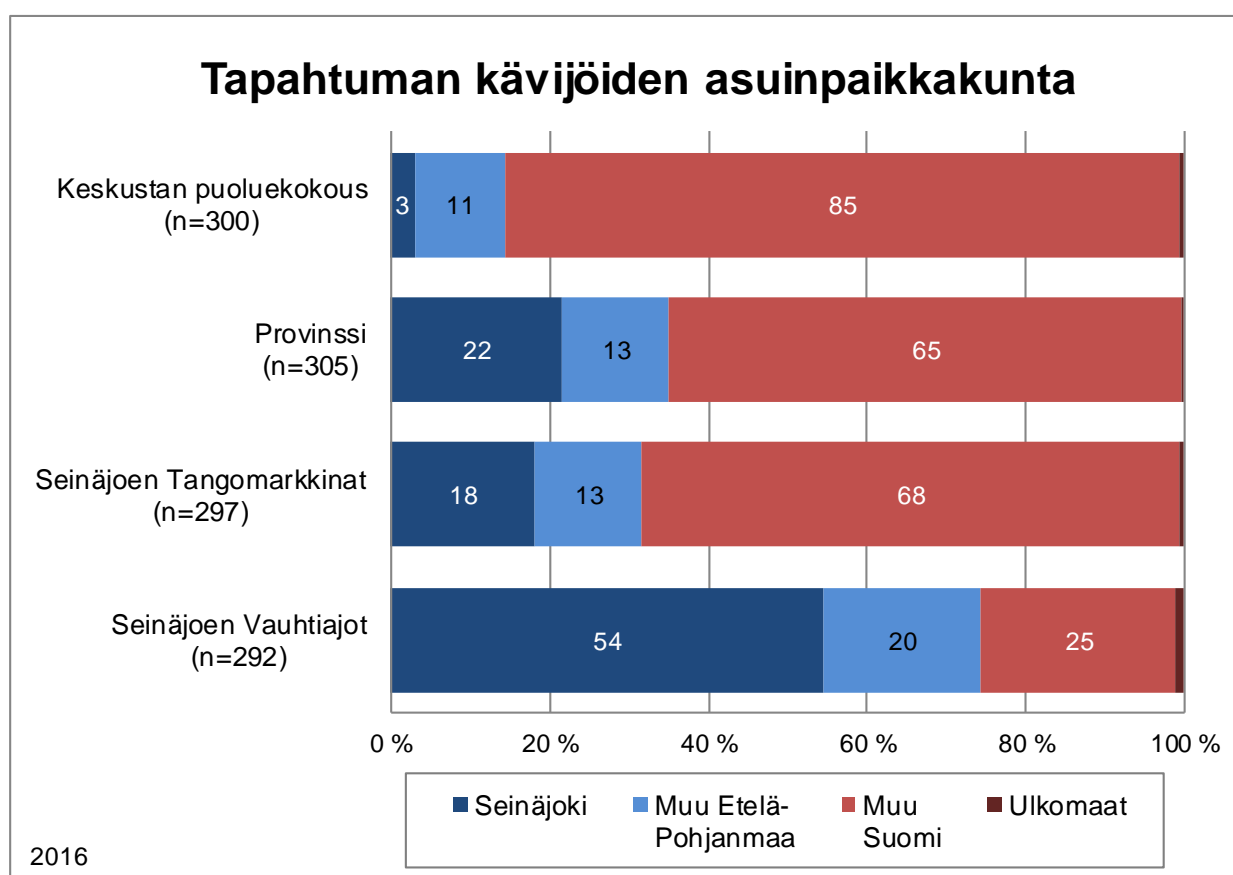
Keskustan puoluekokouksessa haastatelluista 74 % ja Tangomarkkinoilla 87 % oli 40-vuotiaita tai vanhempia. Kun taas Provinssin kävijöistä suurin osa eli 71 % oli alle 30-vuotiaita. Vauhtiajojen kävijät olivat pääosin 20-49-vuotiaita (85 %). Provinssissa haastatelluista aikaisemmassa 2012 tutkimuksessa 43 % oli alle 20-vuotiaita, kun heitä nyt oli 22 %. Vastaava em. ikäluokan suhteellisen osuuden pieneneminen on tapahtunut Vauhtiajojen kävijöiden keskuudessa, edellisessä tutkimuksessa nuoria alle 20-vuotiaita oli viidennes, kun heitä nyt oli vain 3 %.

Taulukko 3. Tapahtumien kävijöiden ikäjakauma.

Vastaajan ikä	Keskustan puoluekokous (n=298)	Provinssi (n=305)	Seinäjoen Tango- markkinat (n=294)	Seinäjoen Vauhtiajot (n=287)
	%	%	%	%
Alle 20 vuotta	3	22	0	3
20 - 29 vuotta	9	49	5	35
30 - 39 vuotta	13	16	8	32
40 - 49 vuotta	12	9	13	18
50 - 59 vuotta	19	4	31	9
60 vuotta tai yli	43	1	43	2
Yhteensä	100	100	100	100

Asuinpaikkakunta

Kävijöiden itse ilmoittamat asuinpaikkakunnat luokiteltiin tulosten käsittelyyn uudelleen sen mukaisesti, asuuko kävijä Seinäjoella eli tutkimuksessa mukana olleiden tapahtumien tapahtumapaikkakunnalla, muualla Etelä-Pohjanmaalla, muualla Suomessa tai ulkomailla. Eniten muualta Suomesta kuin Seinäjoelta tai Etelä-Pohjanmaalta tulleita tapahtumakävijöitä oli Keskustan puoluekokouksessa (85 %). Provinssiin tuli muualta Suomesta 65 % ja Tangomarkkinoille 68 % haastatelluista. Seinäjoen Vauhtiajot näyttäisi olevan eteläpohjalaisen tapahtuma, 54 % kävijöistä oli Seinäjoelta ja viidennes muualta Etelä-Pohjanmaalta (kuvio 4).



Kuvio 4. Tapahtumien kävijöiden asuinpaikkakunnat.

Taulukossa 4 on esitetty vertailuna vuosien 2008, 2012 ja 2016 tutkimusten tulokset kävijöiden asuinpaikkakunnista. Provinssiin ja Tangomarkkinoille tuli aiemman 2012 tutkimuksen mukaan noin neljännes kävijöistä Etelä-Pohjanmaalta, kun tässä tutkimuksessa heitä oli näissä tapahtumissa noin kolmannes. Provinssin haastatelluissa kävijöissä oli tänä vuonna aikaisempia tutkimuksia vähemmän maakunnan ulkopuolelta tul-

leita tapahtumakävijöitä. Seinäjoen Tangomarkkinoiden yleisöstä oli tänä vuonna seinäjokelaisia enemmän kuin muualta Etelä-Pohjanmaalta tulleita verrattuna neljän vuoden takaisin tuloksiin. Vauhtiajojen yleisössä oli tänä vuonna selkeästi enemmän seinäjokelaisia kuin aikaisemmin.

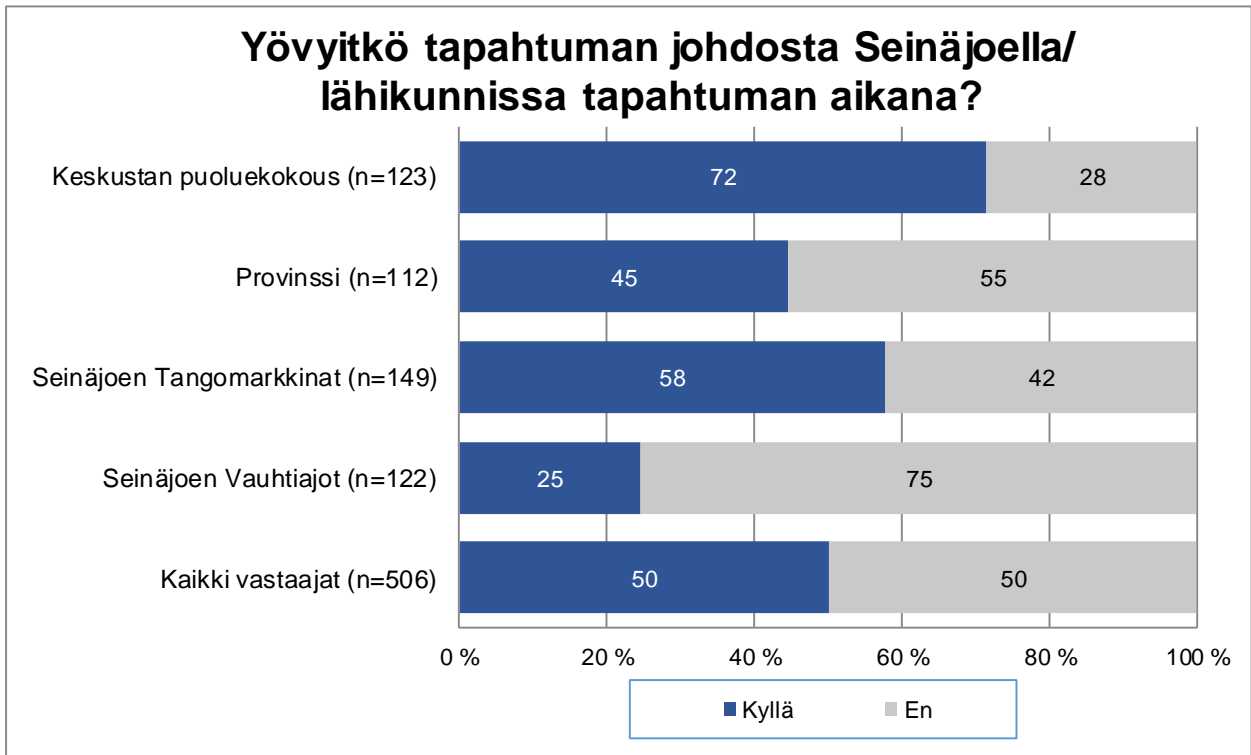
Taulukko 4. Tapahtumien kävijöiden asuinpaikkakunta, vertailussa vuosien 2008, 2012 ja 2016 tutkimusaineistot.

VERTAILU Tapahtumakävijöiden asuinpaikkakunta/ asuinpaikkakunnan sijainti	Provinssin kävijät			Seinäjoen Tango- markkinoiden kävijät			Seinäjoen Vauhtiajojen kävijät		
	2008	2012	2016	2008	2012	2016	2008	2012	2016
	n=479	n=430	n=305	n=604	n=422	n=297	n=346	n=421	n=292
	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Seinäjoki	5	16	22	11	10	18	31	36	54
Muu Etelä-Pohjanmaa	10	7	13	25	14	13	33	22	20
Muu Suomi	85	77	65	63	76	68	36	41	25
Ulkomaat		<1	<1		<1	1			1

Kuntaliitos: Seinäjoki - Nurmo - Ylistaro 1.1.2009

Yöpyminen

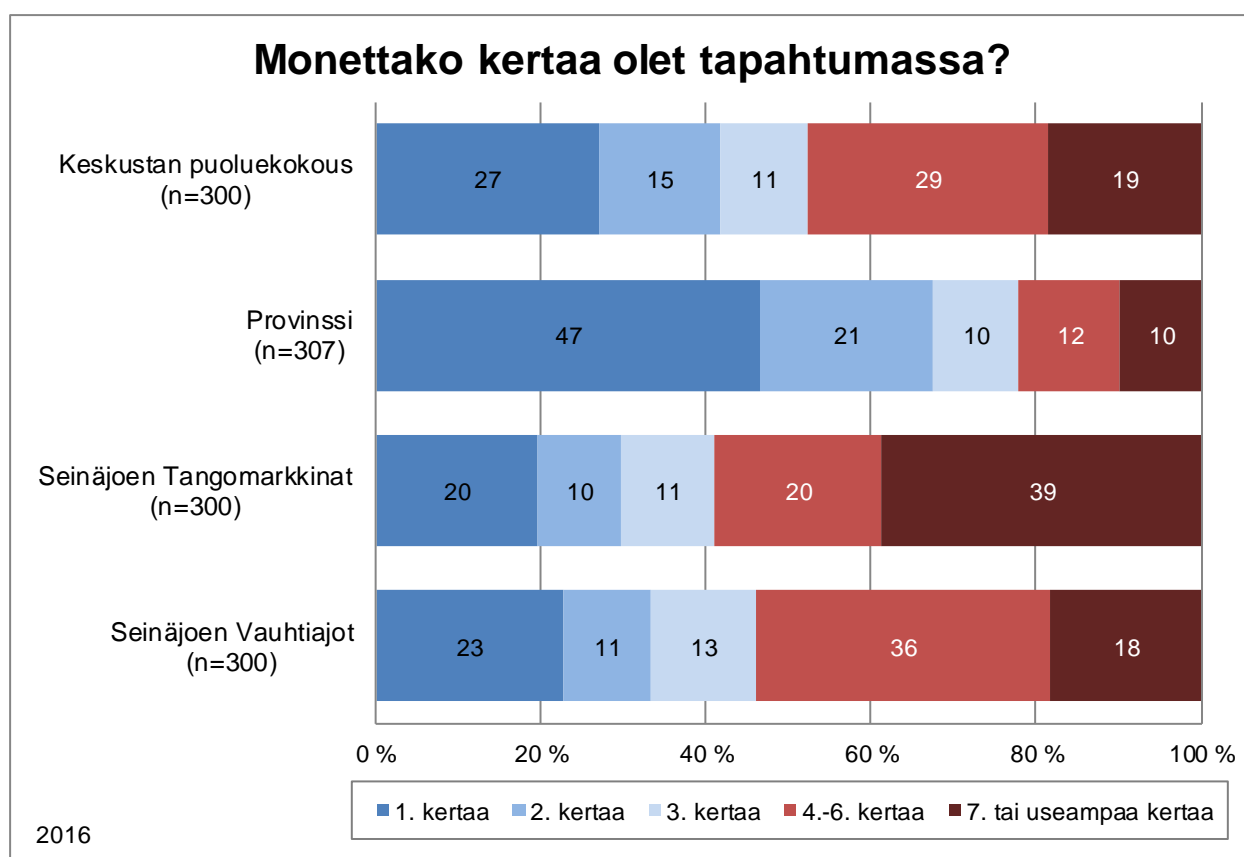
Tapahtumien kävijöiden asuinpaikkakunnalla on luonnollinen yhteys siihen, olivatko kävijät ns. päiväkävijöitä vai Seinäjoella tai lähiseudulla yöpyviä kävijöitä (muualla kuin kotona tai vapaa-ajan asunnolla yöpyvät). Seinäjoella tai lähikunnissa yöpyneitä kävijöitä oli Keskustan puoluekokouksessa 72 %, Provinsissa 45 %, Seinäjoen Tangomarkkinoilla 58 % ja Seinäjoen Vauhtiajoissa noin 25 % (kuvio 5).



Kuvio 5. Tapahtumapaikkakunnalla yöpyneiden (muualla kuin kotona/vapaa-ajan asunnolla) vastaajien osuus kävijöistä.

Monesko kerta tapahtumassa

Eri tapahtumien kävijöitä pyydettiin arvioimaan, monettako kertaa he ovat tapahtumassa mukana. Ensikertalaisia oli kävijöistä suhteellisesti eniten Provinssissa, jossa heitä oli lähes puolet (47 %). Muissa tapahtumissa ensikertalaisten osuus oli selkeästi pienempi, Keskustan puoluekokouksessa noin neljännes haastatelluista kävijöistä oli ensikertalaisia, Tangomarkkinoilla heitä oli viidennes ja Seinäjoen Vauhtiajoissa 23 %. Seinäjoen Tangomarkkinoiden yleisössä oli 59 % ja Vauhtiajoissakin 54 % kävijöitä, jotka olivat osallistuneet vähintään neljä kertaa tapahtumaan (kuvio 6).



Kuvio 6. Monettako kertaa vastaajat olivat tapahtumassa mukana?

Verrattaessa tämän tutkimuksen tuloksia vuosien 2008 ja 2012 samojen nyt mukana olevien tapahtumien tuloksiin, oli tapahtumaan ensi kertaa osallistuneiden määrä kasvanut edellisestä tutkimuksesta Provinssissa (42 % → 47 %), ja vastaavasti pienentynyt sekä Seinäjoen Tangomarkkinoilla (26 % → 20 %) että Seinäjoen Vauhtiajoissa (41 % → 23 %). Näissä kolmessa musiikkitapahtumassa ensikertalaisten määrä oli laskenut

Vauhtiajoissa lähes puoleen aikaisemmista tutkimuksista. Provinssi ja Tangomarkkinat näyttäisivät houkuttelevan sekä ensikertalaisia että kaksi tai useampia kertoja käyneitä suhteellisesti samoja määriä kuin aiemmin.

Taulukko 5. Monettako kertaa vastaajat olivat tapahtumassa mukana?

VERTAILU Monettako kerta olet tapahtumassa?	Provinssin kävijät			Seinäjoen Tango- markkinoiden kävijät			Seinäjoen Vauhti- ajojen kävijät		
	2008	2012	2016	2008	2012	2016	2008	2012	2016
	n=479	n=430	n=307	n=604	n=422	n=300	n=346	n=427	n=300
	%	%	%	%	%	%	%	%	%
1. kertaa	51	42	47	20	26	20	39	41	23
2. kertaa	14	24	21	10	9	10	19	17	11
3. kertaa	10	12	10	9	6	11	22	15	13
4.-6. kertaa	12	14	12	20	19	20	20	20	36
7. tai useampaa kerta	12	9	10	41	39	39	*)	8	18

*) v. 2008 Seinäjoen Vauhtiajot järjestettiin 4. kerran

Kenen kanssa

Alkuhaastattelussa kysyttiin, kenen kanssa haastateltava on tapahtumassa tällä kerralla. Kävijätutkimukseen osallistuneissa tapahtumissa valtaosa yleisöstä on tapahtumassa joko puolison/tyttö-/poikaystävän kanssa tai ystävien kanssa. Keskustan puoluekokouksen kävijät tulivat tapahtumaan yksin (26 % vastaajista), puolison (24 %) tai ystävän (31 %) kanssa. Puoluekokouksen vastaajissa oli 16 % jonkun muun kanssa vastanneita, heistä kolmannes vastasi olevansa tapahtumassa puoluekavereiden tai -kollegojen kanssa. Seinäjoen Tangomarkkinoiden kävijöissä oli selkeästi muita tapahtumia enemmän puolison tai tyttö- tai poikaystävän kanssa tapahtumaan tulleita kävijöitä (64 % vastaajista). Neljännes haastatelluista tuli Tangomarkkinoille ystävän tai ystävien kanssa. Provinssissa puolestaan korostui ystävien rooli tapahtuman seuralaisena, 54 % kävijöistä oli tapahtumassa ystävien kanssa ja 30 % oli kumppanin kanssa. Vauhtiajoissa vastaukset jakautuivat Provinssin kaltaisesti, puolet oli ystävän kanssa ja 27 % kumppanin kanssa. Yksinään musiikkitapahtumaan osallistuneet olivat yleensä melko harvinaisia (taulukko 6).

Taulukko 6. Kenen kanssa tapahtumakävijä oli tapahtumassa?

Kenen kanssa olet tapahtumassa?	Keskustan puoluekokous	Provinssi	Seinäjoen Tangomarkkinat	Seinäjoen Vauhtiajot
	(n=298)	(n=307)	(n=300)	(n=300)
	%	%	%	%
Yksin	26	7	4	7
Puolison/tyttö-/poikaystävän kanssa	24	30	64	27
Ystävän/ystävien kanssa	31	54	25	50
Perheen kanssa, mukana lapsi/lapsia	3	3	3	8
Sisarusten tai muiden lähisukulaisten kanssa (ei lapsia)	1	3	2	2
Jonkun muun kanssa	16	3	2	5

Osallistumispäätöksen ajankohta

Keskustan puoluekokouksessa kysyttiin tapahtumassa haastateltaessa vastaajilta, milloin he olivat tehneet päätöksen osallistua tapahtumaan. Muiden tapahtumien kohdalla tämä kysymys oli jatkokyselyssä.

Noin kolmannes Keskustan puoluekokouksen vastaajista oli päättänyt osallistua kokoukseen Seinäjoella osallistuessaan tapahtumaan edellisellä kerralla kaksi vuotta sitten. Provinssin kävijöistä noin joka kymmenes teki jo edellisellä kerralla ja vajaa kolmannes yli puoli vuotta aiemmin osallistua seuraavan vuoden tapahtumaan. Suurin ryhmä (39 %) Provinssin kävijöistä teki osallistumispäätöksen vähintään kuukausi ennen tapahtumaa. Seinäjoen Tangomarkkinoiden kävijöistä vajaa puolet oli tehnyt vuotta ennen tapahtumaa päätöksen osallistua tapahtumaan. Noin kolmannes Vauhtiajojen kävijöistä teki päätöksen edellisellä vuonna osallistuessaan ja saman verran vastaajia vähintään kuukausi ennen tapahtumaa. Vain noin joka kymmenes vastaaja tekee osallistumispäätöksen vasta viikkoa ennen tapahtumaa tai myöhemmin (taulukko 7).

Verrattaessa osallistumispäätöksen tekemisajankohtaa neljän vuoden takaisen tutkimuksen tulokseen Provinssin ja Tangomarkkinoiden kävijöiden osallistumisen teon päätösajankohdassa ei ollut juurikaan eroa. Sen sijaan Vauhtiajojen kävijät ovat aikaista-

neet osallistumispäätöksen tekoa, heistä vuoden 2012 tutkimuksessa 49 % teki päätöksen osallistua tapahtumaan viimeistään kuukautta ennen tapahtumaa, kun tässä 2016 tutkimuksessa heidän osuutensa oli 64 % vastaajista.

Taulukko 7. Milloin tapahtuman kävijä teki päätöksen osallistua tapahtumaan?

Milloin teit päätöksen osallistua tapahtumaan?	Keskustan puoluekokouksen kävijät	Provinssin kävijät	Seinäjoen Tango-markkinoiden kävijät	Seinäjoen Vauhtiajojen kävijät
	(n=297)	(n=112)	(n=152)	(n=122)
	%	%	%	%
Vuotta aiemmin/osallistuessani tapahtumaan edellisenä vuonna *)	32	11	43	29
Yli puoli vuotta aiemmin	18	29	10	10
1-6 kuukautta aiemmin	34	39	17	25
Korkeintaan kuukautta aiemmin	5	13	11	16
Korkeintaan viikkoa aiemmin	4	4	6	11
1-3 päivää aiemmin	5	3	9	7
Tapahtumaan osallistumispäivänä	1	1	5	3

*) Keskustan puoluekokous järjestetään joka toinen vuosi

Pääsylippujen hankinta-aika

Keskustan puoluekokouksen kyselylomakkeesta oli jätetty pois tapahtuman luonteen vuoksi pääsylippujen hankinta-aikaa koskeva kysymys. Provinssin, Seinäjoen Tango-markkinoiden ja Seinäjoen Vauhtiajojen kohdalla pääsylippujen hankinta-aika vaihteli suuresti. Yli 70 % Provinssin kävijöistä hankki pääsylipun kuukautta ennen tapahtumaa tai vieläkin aikaisemmin. Yli neljännes kävijöistä hankki lipun Provinssiin noin viikkoa tai muutamia päiviä ennen tapahtumaa. Tangomarkkinoille 64 % vastaajista hankki pääsyliput vasta tapahtumaan osallistumispäivänä. Vauhtiajojen kävijät hankkivat melko tasaisesti lippuja sekä tapahtumapäivänä että 1-6 kuukautta aiemmin; kuitenkin suurin osa eli 77 % Vauhtiajojen kävijöistä hankki tai sai pääsylipun viimeisen kuukauden aikana ennen tapahtumaa (taulukko 8).

Taulukko 8. Milloin tapahtuman kävijä hankki/sai pääsylipun tapahtumaan?

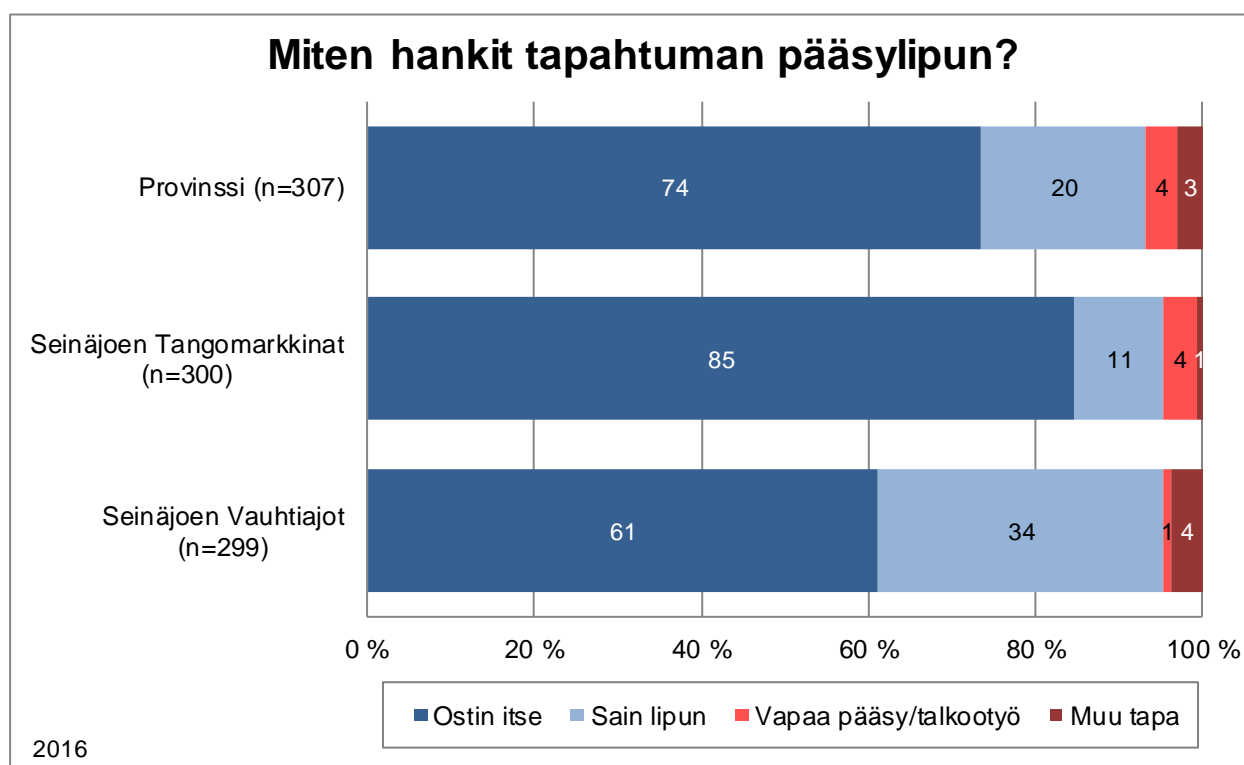
Milloin tapahtuman kävijä hankki tai sai pääsylipun tapahtumaan?	Provinssin kävijät	Seinäjoen Tango-markkinoiden kävijät	Seinäjoen Vauhtiajojen kävijät
	(n=112)	(n=150)	(n=121)
	%	%	%
Vuotta aiemmin/osallistuessani tapahtumaan edellisellä vuonna	0	3	2
Yli puoli vuotta aiemmin	20	7	4
1-6 kuukautta aiemmin	31	12	17
Korkeintaan kuukautta aiemmin	22	4	13
Korkeintaan viikkoa aiemmin	13	3	20
1-3 päivää aiemmin	11	7	26
Tapahtumaan osallistumispäivänä	3	64	18

Verrattaessa tapahtuman pääsylippujen hankinta-aikaa neljän vuoden takaiseen tutkimukseen havaittiin, että Provinssin kävijät hankkivat lippunsa aiemmin tällä kerralla, edellisessä tutkimuksessa kaksi viidestä kävijästä hankki lipun viimeistään kuukautta ennen, kun nyt heitä oli puolet kävijöistä. Tangomarkkinoiden kävijöistä aiempaa useammat (2012; 45 % → nyt 64 %) hankkivat pääsylipun vasta tapahtuman osallistumispäivänä. Vauhtiajoihin lähes puolet kävijöistä hankki pääsylipun neljä vuotta sitten tapahtumapäivänä, kun nyt heitä oli vajaa viidennes. Lippujen hankintahetkeen vaikuttaa osaltaan tapahtuman ohjelman julkaisu, sekä milloin tapahtuman järjestäjän puolesta on mahdollista hankkia pääsylippuja.

Vastaavasti kun tarkastellaan päätöksentekohetkeä osallistua tapahtumaan ja pääsylippujen hankintahetkeä havaitaan, että Provinssin kävijöistä 79 %, Tangomarkkinoiden 70 % ja Vauhtiajojen kävijöistä 64 % tekee osallistumispäätöksen viimeistään kuukautta ennen tapahtumaa, ja Tangomarkkinoiden ja Vauhtiajojen kävijöistä useat jopa vuotta aiemmin osallistuessaan edellisellä kerralla tapahtumaan. Verrattaessa tätä yllä olevaan taulukkoon 8 voidaan nähdä, että suuri osa kävijöistä konkreettisesti hankkii pääsylipun huomattavasti myöhemmin kuin tekee päätöksen osallistumisesta tapahtumaan (vrt. taulukko 7). Suuri osa kävijöistä tekee päätöksen viimeistään kuukautta ennen osallistumista.

Pääsylippujen hankintatapa

Tapahtumien kävijät ostivat pääsääntöisesti itse pääsylipun tapahtumaan. Itse lipun hankkineiden osuudet olivat Provinssissa 74 %, Tangomarkkinoilla 85 % ja Vauhtiajoissa 61 %. Vauhtiajoissa (sisältäen musiikki- ja ratatapahtumassa vastanneet) oli noin joka kolmas kävijä saanut pääsylipun joko lahjaksi tai työnantajalta tai yhteistyökumppanilta. Provinssissa lipun saaneita oli joka viides ja Tangomarkkinoilla tällaisia kävijöitä oli 11 % kävijöistä (kuvio 7).



Kuvio 7. Miten hankit tapahtuman pääsylipun?

Taulukossa 9 on esitetty tarkemmin suhteelliset osuudet, miten eri tapahtumien kävijät olivat pääsylippuja hankkineet.

Taulukko 9. Miten hankit tapahtuman pääsylipun?

Miten hankit tapahtuman pääsylipun?	Provinssi (n=307)	Seinäjoen Tangomarkkinat (n=300)	Seinäjoen Vauhtiajot (n=299)
	%	%	%
Ostin itse	74	85	61
Sain lahjaksi	14	8	21
Sain lipun työnantajalta / yhteistyökumppanilta	6	3	13
Vapaa pääsy	0	3	0
Talkoolaisena tapahtumassa	4	1	1
Muuten	3	1	4

2.2 Tiedon etsintä/saanti tapahtumista

Liittyen tapahtumaa koskevan tiedon etsintään ja tiedon saantiin kävijöiltä kysyttiin Provinssissa, Seinäjoen Tangomarkkinoilla ja Vauhtiajoissa paikan päällä tehdyssä haastattelussa, mistä eri lähteistä he saivat tai etsivät tietoa tapahtumasta. Jatkossa selvitettiin vastaajien sosiaalisen median välineiden käyttöä sekä tapahtuman internetsivuilla vierailleilta sivujen tiedon tarjontaa.

Mistä eri lähteistä tietoa

Lomakkeessa esitettiin 10 eri tiedonlähdettä, lisäksi oli mahdollista kirjoittaa joku muu tiedon lähde tai valita vaihtoehto en etsinyt/saanut tietoa juuri mistään/tiesin tapahtuman entuudestaan. Tämä kysymys puuttui Keskustan puoluekokouksen kävijöiden lomakkeesta.

Taulukossa 10 on esitetty vertailu tapahtuman tiedonhankintaa koskevasta kysymyksestä kahdessa tutkimuksessa 2012 ja 2016. Taulukossa on korostettu kolme joko 2012 tai 2016 eniten kannatusta saanutta vaihtoehtoa. Muutoksen suuntaa näissä em. kolmessa vaihtoehdossa on korostettu vihreällä (osuus kasvanut verrattuna aikaisempaan tapahtumaan) tai punaisella (osuus pienentynyt) nuolella.

Tapahtumien internetsivut on eniten käytetty kaikissa kolmessa tapahtumassa, Provinssissa 74 %, Tangomarkkinoilla 51 % ja Vauhtiajoissa 54 % kävijöistä oli etsinyt tietoa sieltä. Tapahtuman Facebook-sivujen merkitys on tiedonlähteenä Provinssin kävijöiden (62 %) ja Vauhtiajojen kävijöiden (53 %) keskuudessa kasvanut huomattavasti. Kolmannes Provinssin kävijöistä luottaa tuttavilta saatuun tietoon. Tangomarkkinoiden kävijöiden muut suositut tiedonlähteet olivat lehtimainokset (26 %), tuttavat (23 %), tapahtuman esite/lehdet (26 %) sekä radio- ja televisiomainokset (30 %). Vauhtiajojen kävijöistä vajaa kolmannes sai tietoa lehtimainoksista ja tuttavilta. Noin viidennes haastatelluista ei etsinyt tai saanut tietoa tapahtumasta juuri mistään tai tiesi tapahtuman entuudestaan.

Taulukko 10. Mistä eri lähteistä sait tietoa tapahtumasta?

VERTAILU Mistä eri lähteistä sait/ etsit tietoa tapahtumasta?	Provinssin kävijät		Seinäjoen Tangomarkkinoiden kävijät		Seinäjoen Vauhtiajojen kävijät	
	2012	2016	2012	2016	2012	2016
	(n=430)	(n=305)	(n=422)	(n=295)	(n=427)	(n=292)
	%	%	%	%	%	%
Tapahtuman internetsivuilta	86 → 74	56 → 51	66 → 54			
Tapahtuman Facebook-sivuilta	39 → 62	3	18	35 → 53		
Lehtimainoksista	21	14	24 → 26	22 → 32		
Tuttavilta	50 → 34	14	23	33 → 28		
Tapahtuman esitteestä / lehdestä	21	17	17 → 26	8	14	
Aikakauslehden/sanomalehden jutuista	16	8	12	8	7	13
Radio-/televisionmainoksista	7	16	43 → 30	15	10	
Henkilökohtaisesta kirjeestä/tekstiviestistä/sähköpostista järjestäjiltä	8	7	12	6	1	2
Ulkomainonnasta	5	9	1	3	2	7
Messuilta	0	1	1	1	1	1
Muualta	2	6	1	4	2	2
En etsinyt/saanut tietoa juuri mistään/tiesin tapahtuman entuudestaan	23	22	26	24	12	16

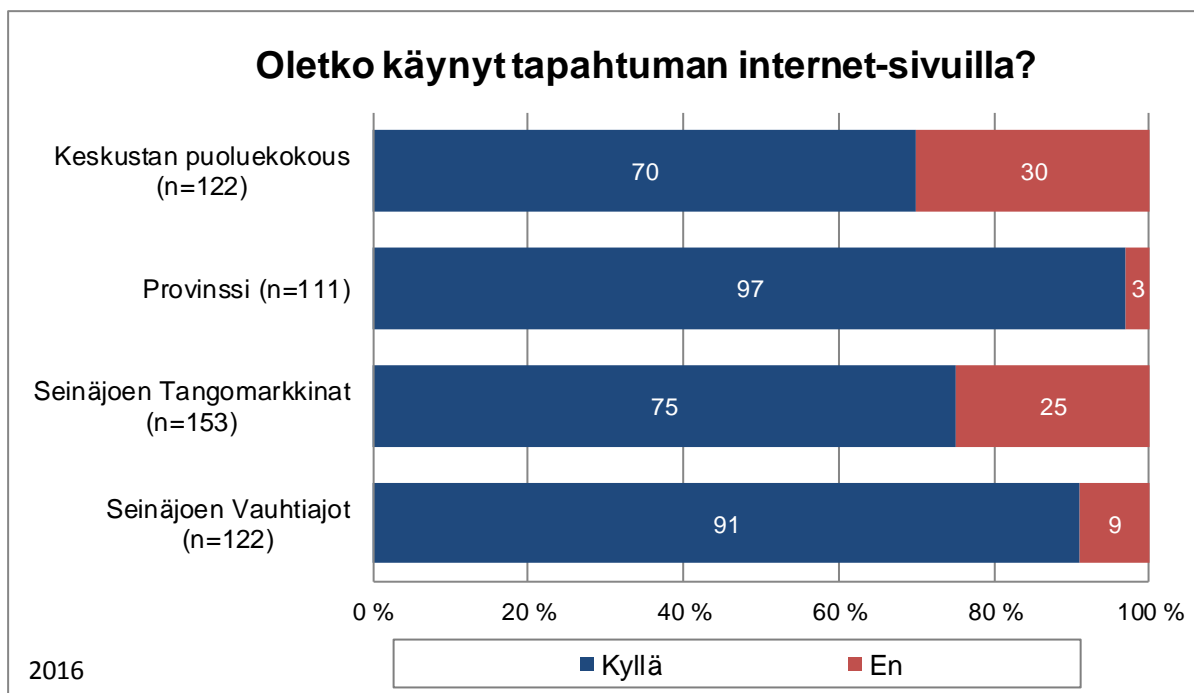
Muualta Suomesta Provinssiin tulleiden tärkeimmät tapahtuman tiedonlähteet olivat internet, tapahtuman Facebook-sivut ja tuttavat. Vastaavat tiedonlähteet olivat Vauhtiajojen muualta Suomesta Vauhtiajoihin tulleille vastaajille. Muualla Suomessa asuvat Tangomarkkinoiden kävijät saivat tai etsivät tietoa internetistä, radio- tai televisiomainoksista sekä tuttavilta (taulukko 11). Tulos on hyvin samankaltainen kuin edellä esitetty vastausjakauma kaikkien tapahtumakävijöiden osalta.

Taulukko 11. Mistä eri lähteistä sait tietoa tapahtumasta?

Asuinpaikkakunta: Muu Suomi tai ulkomaat	Provinssin kävijät	Seinäjoen Tangomarkkinoiden kävijät	Seinäjoen Vauhtiajojen kävijät
	(n=197)	(n=201)	(n=72)
	%	%	%
Tapahtuman internetsivuilta	76	55	49
Tapahtuman Facebook-sivuilta	62	17	50
Lehtimainoksista	9	16	18
Tuttavilta	34	25	39
Tapahtuman esitteestä / lehdestä	14	20	6
Aikakauslehden / sanomalehden jutuista	7	4	8
Radio- /televisionmainoksista	17	30	7
Henkilökohtaisesta kirjeestä/tekstiviestistä/ sähköpostista järjestäjiltä	7	6	1
Ulkomainonnasta	8	2	3
Messuilta	2	1	0
Muualta	7	3	3
En etsinyt /saanut tietoa juuri mistään/ tiesin tapahtuman entuudestaan	21	23	17

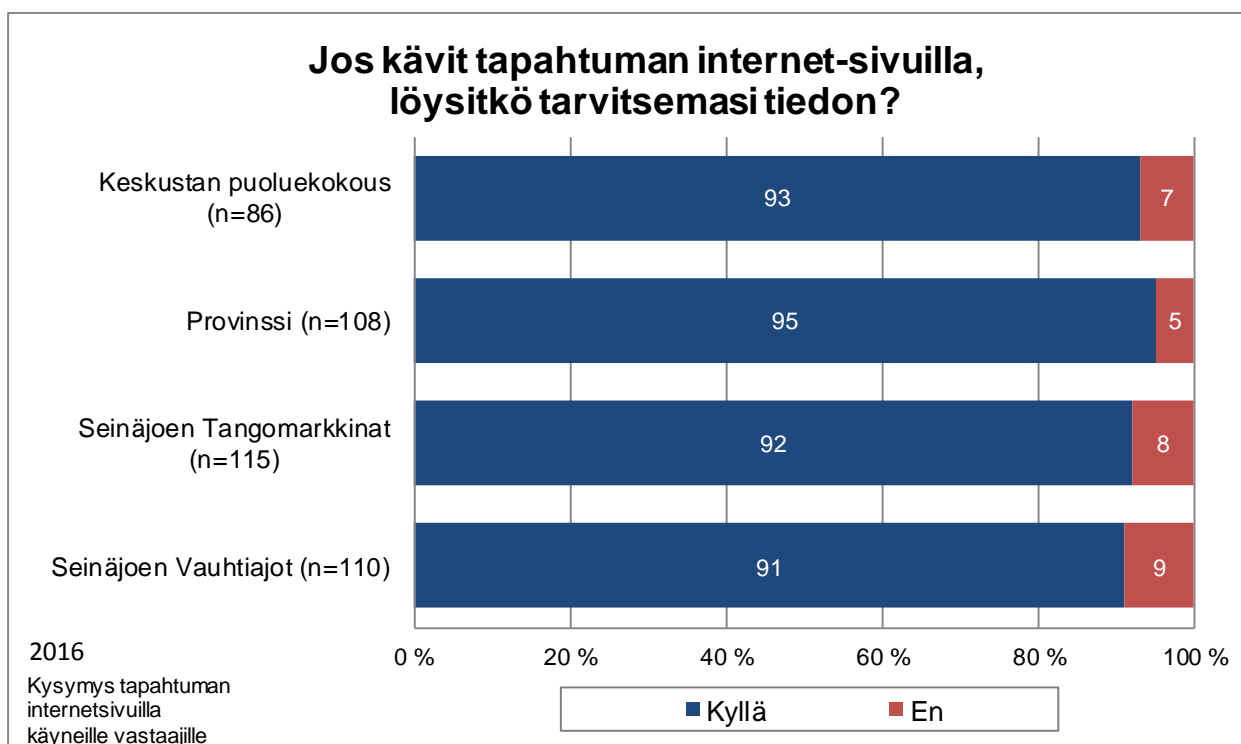
Tapahtumien internetsivut

Kuviosta 8 nähdään, että tapahtuman internetsivut olivat tulleet tutuksi erityisesti Provinssin ja Vauhtiajojen kävijöille; tapahtuman nettisivuilla olivat käyneet käytännössä lähes kaikki kävijät. Keskustan puoluekokouksen kävijöistä 70 % ja Tangomarkkinoiden kävijöistä 75 % oli käynyt tapahtuman internetsivuilla.



Kuvio 8. Oletko käynyt tapahtuman internet-sivuilla.

Lähes kaikki eli yli 90 % eri tapahtumien internetsivuilla vierailleista olivat löytäneet etsimänsä tiedon sieltä. Etsimäänsä tietoa ei ollut löytänyt 7 % Keskustan puoluekokouksen, 5 % Provinssin, 8 % Tangomarkkinoiden ja 9 % Vauhtiajosten nettisivuilla vierailleista kävijöistä (kuvio 9).



Kuvio 9. Jos kävit tapahtuman internetsivuilla, löysitkö tarvitsemasi tiedon?

Kävijöillä, jotka eivät löytäneet tarvitsemaansa tietoa nettisivuilta, oli mahdollisuus omin sanoin kommentoida, mitä tietoa eivät olleet löytäneet. Tapahtumien nettisivuilla vierailleet kävijät kaipasivat sinne tietoa majoitusvaihtoehdoista, mahdollisista kuljetuksista tapahtumapaikan ja majoituspaikan välillä, tapahtuma-alueen karttoja, selkeitä pääsylippujen hinta- ja ostotietoja, ajantasaisia esiintymisaikatauluja.

Facebook, Twitter ja Instagram

Kävijöiltä kysyttiin kolmen sosiaalisen median välineen Facebookin, Twitterin ja Instagramin käytöstä. Taulukosta 12 nähdään, että Provinssin kävijät olivat muiden tapahtumien kävijöitä selvästi ahkerampia sosiaalisen median käyttäjiä. Provinssin yleisöstä 93 % käyttää Facebookia ja 67 % Instagramia. Myös Seinäjoen Vauhtiajojen yleisössä oli runsaasti Facebookin käyttäjiä (84 %) ja Instagramia käyttää noin kolmannes kävijöistä. Tangomarkkinoiden kävijöistä vähän yli puolet on Facebookin käyttäjiä. Keskustan puoluekokouksen kävijöistä 69 % käyttää Facebookia, 23 % Twitteriä, 20 % Instagramia ja 28 % ei käytä mitään edellä mainituista. Seinäjoen Tangomarkkinoiden kävijöissä oli eniten, 46 %, niitä, jotka eivät käytä lainkaan Facebookia, Twitteriä tai Instagramia.

Taulukko 12. Käytätkö Facebookia, Twitteriä ja/tai Instagramia?

Käytätkö seuraavia sosiaalisen median välineitä?	Keskustan puoluekokouksen kävijät	Provinssin kävijät	Seinäjoen Tangomarkkinoiden kävijät	Seinäjoen Vauhtiajojen kävijät
	(n=120)	(n=112)	(n=151)	(n=122)
	%	%	%	%
Facebook	69	93	52	84
Twitter	23	15	5	5
Instagram	20	67	15	34
En käytä mitään näistä	28	5	46	13

Provinssin kävijöistä 77 % on seurannut tapahtumaa Facebookissa ja lähes puolet, 48 %, Instagramissa. Myös Vauhtiajojen kävijöistä suuri osa, yli 70 % on seurannut tapahtumaa Facebookissa. Keskustan puoluekokouksen seuraajia oli 55 % ja Tangomarkki-

noita seurasi 36 % Facebookissa. Tangomarkkinoilla oli eniten kävijöitä, jotka eivät seuranneet tapahtumaa esitetyissä kolmessa sosiaalisen median välineissä (64 %); Keskustan puoluekokouksessa heitä oli 42 % (taulukko 13).

Taulukko 13. Oletko seurannut tapahtumaa sosiaalisessa mediassa?

Oletko seurannut tapahtumaa sosiaalisessa mediassa?	Keskustan puoluekokouksen kävijät	Provinssin kävijät	Seinäjoen Tangomarkkinoiden kävijät	Seinäjoen Vauhtiajojen kävijät
	(n=116)	(n=111)	(n=151)	(n=122)
	%	%	%	%
Facebook	55	77	36	72
Twitter	16	7	1	0
Instagram	11	48	2	8
En missään näistä	42	19	64	28

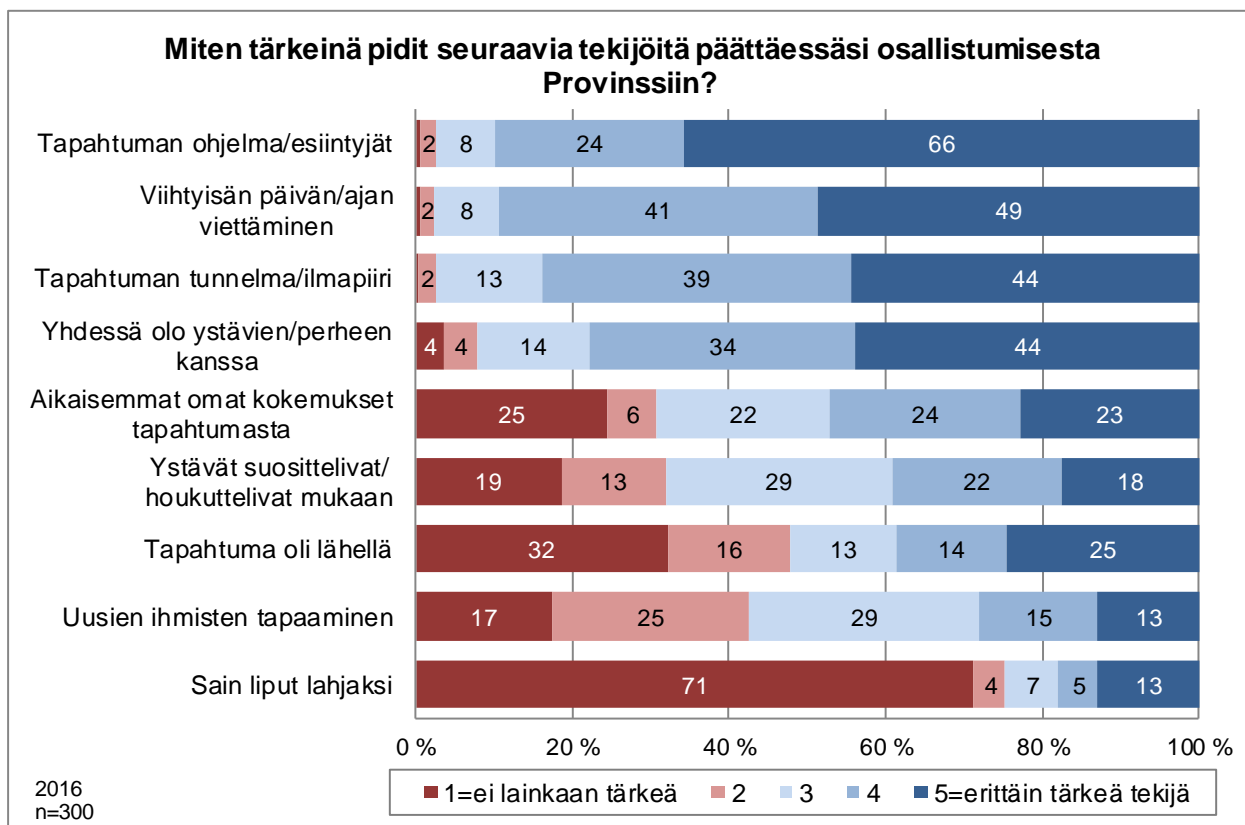
2.3 Miksi tapahtumaan tullaan

Vastaajille esitettiin yhdeksän eri tekijää ja pyydettiin arvioimaan, miten tärkeinä he pitivät niitä päättäessään osallistumisestaan tapahtumaan. Vastaamisessa käytettiin arviointiasteikkoa 1-5, jossa 1=ei lainkaan tärkeä tekijä ja 5=erittäin tärkeä. Lisäksi vastaajilla oli halutessaan mahdollisuus omin sanoin kirjoittaa jokin muu tekijä. Tätä kysymystä ei esitetty Keskustan puoluekokouksen kävijöille.

Eri tapahtumien kohdalla painottuivat hieman eri tavalla eri tekijöiden tärkeys. Provinssin kävijöillä tärkeimmät tekijät osallistua tapahtumaan olivat tapahtuman ohjelma tai esiintyjät sekä viihtyisän päivän/ajan viettäminen; 90 % vastaajista antoi näille vaihtoehdoille arvion 4 tai 5, jossa arvio 5 on pitää tätä tekijää erittäin tärkeänä. Kaksi seuraavaksi eniten kannatusta saanut tärkeää tekijää olivat tapahtuman tunnelma/ilmapiiiri (83 % arviot 4 tai 5) ja yhdessä olo ystävien/perheen kanssa (78 %) (kuvio 10).

Vähiten tärkeimpänä tekijänä osallistumispäätökseen Provinssin kävijät pitivät sitä, että saivat liput lahjaksi; 71 % antoi tälle vaihtoehdolle arvion 1 (ei lainkaan tärkeä). Vastaa-

jilla oli mahdollisuus mainita joku muu osallistumispäätökseen vaikuttava tekijä, Provinssin kävijät mainitsivat mm. tiettyjä nimettyjä esiintyjä (11 vastaajaa), talkootyön (6), kokemukset (2) ja kahdella vastaajalla tapahtumaan osallistuminen on kesäinen perinne.

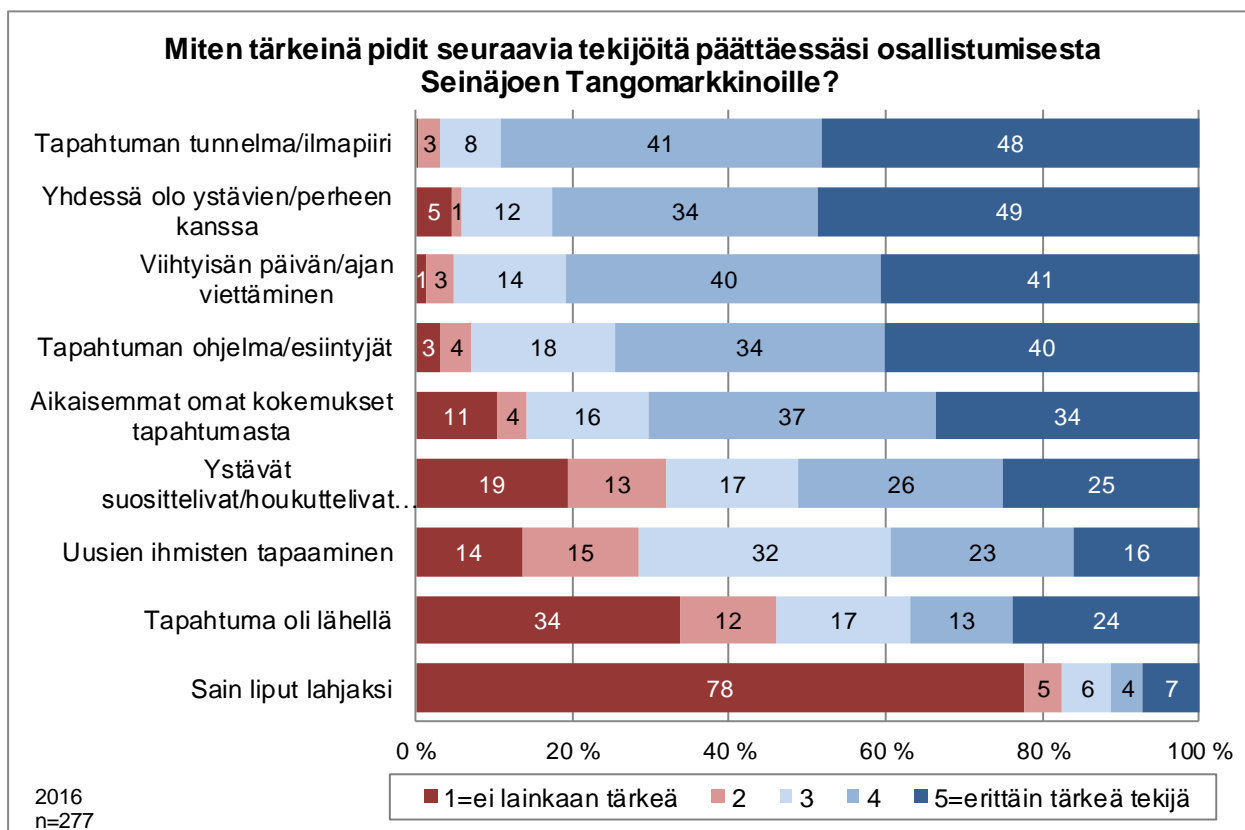


Kuvio 10. Provinssin kävijöiden arviot eri tekijöiden tärkeydestä osallistumispäätökseen.

Seinäjoen Tangomarkkinoiden kävijöillä ensimmäiseksi tekijäksi tärkeydellään nousi tapahtuman tunnelma/ilmapiiiri (89 % vastaajista arvio 4 tai 5). Kolmen tärkeimmän tekijän joukkoon nousi kaksi tekijää, joille yli 80 % vastaajista antoi arvion 4 tai 5, nämä tekijät olivat yhdessä olo ystävien/perheen kanssa sekä viihtyisän päivän/ajan viettäminen. Yli 70 prosentille merkitsee osallistumispäätökseen myös tapahtuman ohjelma/esiiintyjät paljon (kuvio 11).

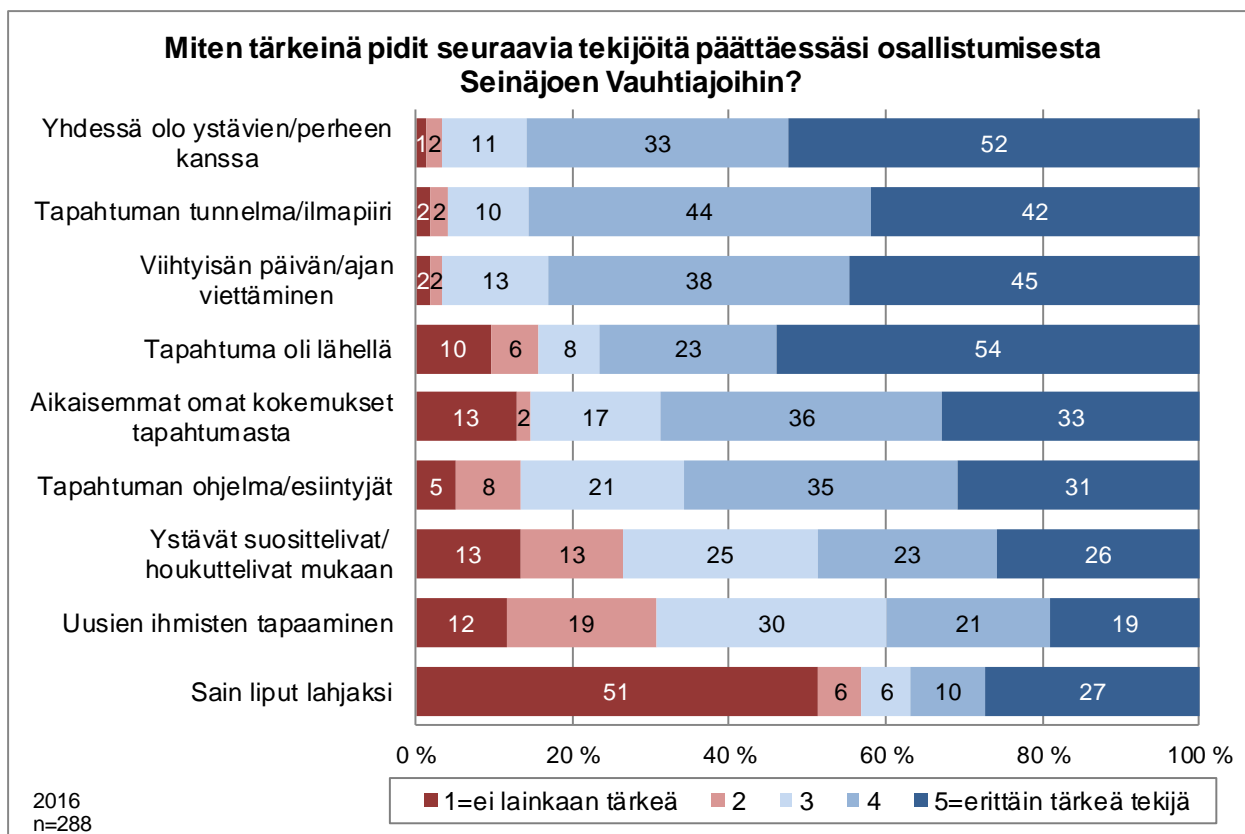
Vähiten tärkeimpänä tekijänä (arvio 1=ei lainkaan tärkeä) Tangomarkkinoiden kävijät pitivät lippujen saamista lahjaksi; 78 %. Tangomarkkinoiden kävijöistä osallistumispäätökseen vaikuttavia joitain muita omin sanoin useimmin mainittuja tärkeitä tekijöitä olivat

tanssiminen (22 vastaajaa), tietty nimetty esiintyjä (7), tapahtuman tunnelma (4), perinne (2), karaoke (2), kokemus (2), loma (2) ja ilmaistapahtumaan osallistuminen (2).



Kuvio 11. Seinäjoen Tangomarkkinoiden kävijöiden arviot eri tekijöiden tärkeydestä osallistumispäätökseen.

Seinäjoen Vauhtiajoissa kolmen osallistumispäätökseen vaikuttaneiden tärkeimpien tekijöiden kärki on yhdessä olo ystävien/perheen kanssa (85 % arviot 4 tai 5), tapahtuman tunnelma/ilmapiiiri (86 %), viihtyisän päivän/ajan viettäminen (83 %). Yli puolelle Vauhtiajojen kävijöistä lippujen saaminen lahjaksi ei ole lainkaan tärkeä tekijä osallistumispäätöksen tekemisessä (kuvio 12).



Kuvio 12. Seinäjoen Vauhtiajojen kävijöiden arviot eri tekijöiden tärkeydestä osallistumispäätökseen.

Taulukossa 14 on vertailtu tämän tutkimuksen tuloksia keskiarvoin edellisen tutkimuksen tuloksiin tapahtumittain osallistumispäätökseen vaikuttavista tekijöistä. Samat tekijät koetaan tärkeiksi tehdessä osallistumispäätöstä kuin neljä vuotta sitten tehdyssä tutkimuksessakin, kävijöille tärkeitä ovat tapahtuman ohjelma ja esiintyjät sekä tunnelma ja ilmapiiri. Lisäksi he haluavat viettää viihtyisää aikaa ja olla yhdessä ystävien tai perheen kanssa. Nämä tekijät saivat korkeimmat arvioiden keskiarvot vuoden 2012 ja tässä 2016 tutkimuksissa jokaisessa kolmessa tapahtumassa. Vauhtiajojen kävijöille tapahtuman läheisen sijainnin tärkeys oli kasvanut edellisestä tutkimuksesta.

Vähiten tärkeä syy oli edellisessä tutkimuksessa lippujen saaminen lahjaksi, sitä se oli nytkin, Vauhtiajoissa tämä vaihtoehto sai keskimäärin hieman korkeampia arvioita, keskiarvon ollessa kuitenkin vielä reilusti alle kolmosen vastausasteikolla 1-5, jossa 1=ei lainkaan tärkeä ja 5=erittäin tärkeä.

Taulukko 14. Miten tärkeinä pidit eri tekijöitä päättäessäsi osallistumisesta tapahtumaan?

VERTAILU Miten tärkeinä pidit eri tekijöitä päättäessäsi osallistumisesta tapahtumaan? Arviointiasteikko 1-5, 1=ei lainkaan tärkeä, 5=erittäin tärkeä	Provinssin kävijät		Seinäjoen Tango- markkinoiden kävijät		Seinäjoen Vauhtiajojen kävijät	
	2012	2016	2012	2016	2012	2016
	(n=430)	(n=300)	(n=422)	(n=277)	(n=427)	(n=288)
	KA	KA	KA	KA	KA	KA
Tapahtuman ohjelma/esiintyjät	4,2	4,5	4,2	4,0	4,0	3,8
Viihtyisän päivän/ajan viettäminen	4,4	4,4	4,2	4,2	4,3	4,2
Yhdessä olo ystävien/perheen kanssa	4,3	4,1	4,1	4,2	4,3	4,3
Tapahtuman tunnelma/ilmapiiiri	4,3	4,3	4,3	4,3	4,1	4,2
Aikaisemmat omat kokemukset tapahtumasta	3,4	3,1	3,7	3,8	3,3	3,7
Ystävät suosittelivat/houkuttelivat mukaan	3,2	3,1	2,8	3,2	3,1	3,3
Tapahtuma oli lähellä	2,5	2,8	2,7	2,8	3,8	4,1
Uusien ihmisten tapaaminen	3,1	2,8	2,9	3,1	2,8	3,2
Sain liput lahjaksi	1,5	1,8	1,7	1,6	2,1	2,6

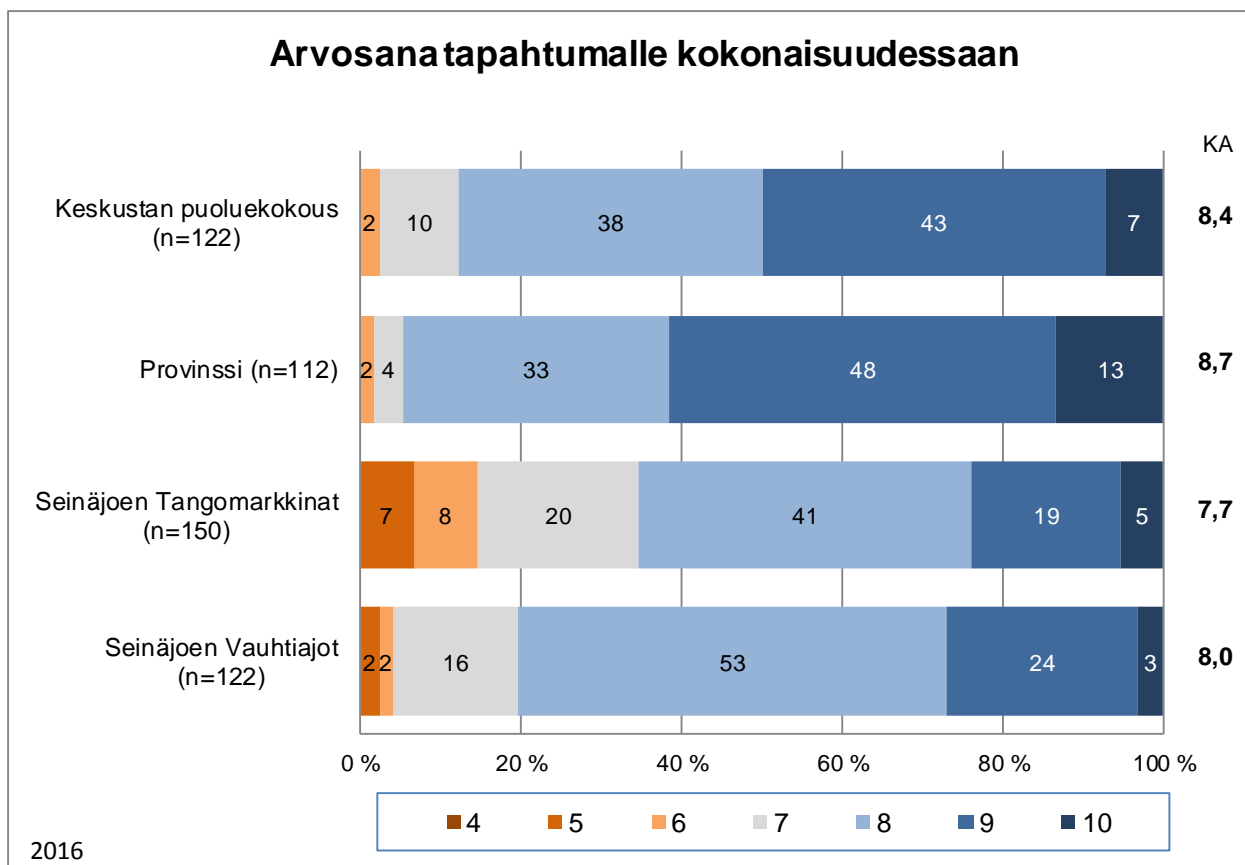
3 TAPAHTUMAKÄVIJÖIDEN TYYTYVÄISYYS

Tapahtumien kävijät arvioivat tutkimuksen jatko-osuudessa tyytyväisyyttään tapahtumaan kokonaisuudessaan antamalla kouluarvosanan tapahtumalle asteikolla 4-10. Vastaajat voivat halutessaan myös omin sanoin perustella antamaansa arvosanaa. Arvosanojen perustelut sellaisenaan on raportoitu erillisissä liitteissä tapahtumille. Tässä luvussa esitetään vastaajien kommentteista suoria lainauksia esimerkkeinä parhaille ja vastaavasti alhaisille arvosanoille.

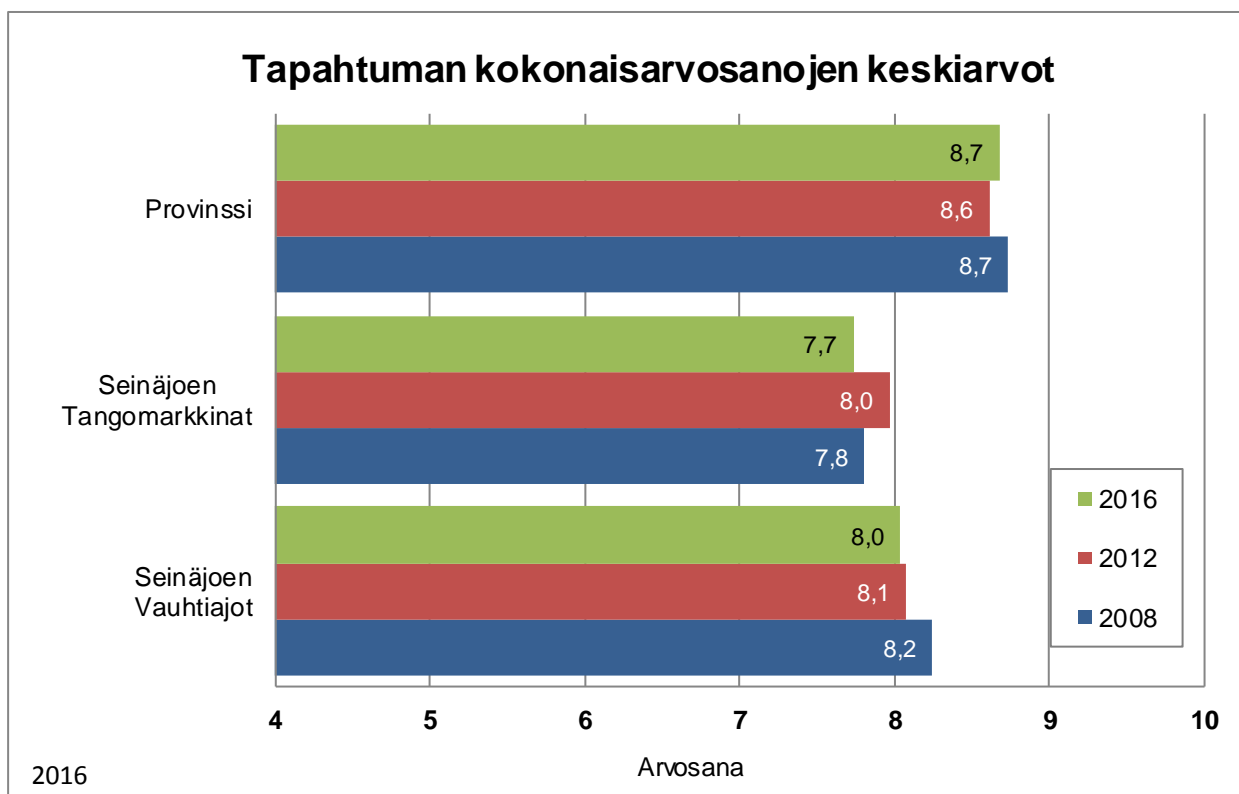
Kokonaisarvosanat tapahtumille

Kokonaisarvioinneissa kaikki neljä tapahtumaa menestyivät kohtuullisen hyvin; arvosanojen keskiarvot vaihtelivat Tangomarkkinoiden 7,7:stä Provinssin 8,7. Parhaiten kokonaisarvioinnissa menestyi jo edellä mainittu Provinssi, jolle 61 % kävijöistä antoi kiitettävän arvosanan 9 tai 10. Keskustan puoluekokouksen kävijöistä puolet antoi tapahtumalle kiitettävän kokonaisarvosanan. Vastaavasti Seinäjoen Vauhtiajojen kävijöistä reilu neljännes (27 %) ja Seinäjoen Tangomarkkinoiden kävijöistä lähes neljännes (24 %) antoi tapahtumalle kiitettävän kokonaisarvosanan (kuvio 13).

Verrattaessa tapahtumien saamia kokonaisarvosanojen keskiarvoja vuosien 2008 ja 2012 tutkimuksissa saatuihin tuloksiin, voidaan havaita Provinssin arvioissa tapahtuneen kolmessa tutkimuksessa vain pientä heilahtelua, keskiarvon ollessa nyt lähes sama 8,7 kuin vuoden 2008 tutkimuksessa. Myös Seinäjoen Tangomarkkinoiden arviot olivat keskimäärin tällä kerralla lähes samaa tasoa (7,7) kuin vuoden 2008 tutkimuksessa (7,8). Neljän vuoden takaisessa tutkimuksessa Tangomarkkinoiden saamien kokonaisarvioiden keskiarvo oli tasan 8,0. Seinäjoen Vauhtiajojen kokonaiskeskiarvot ovat laskeneet yhden kymmenyksen jokaisessa tutkimuksessa, ollen nyt kuitenkin tasan 8,0 (kuvio 14).



Kuvio 13. Minkä kokonaisarvosanan antaisit tapahtumalle kokonaisuudessaan asteikolla 4-10?



Kuvio 14. Tapahtuman kävijöiden tapahtumalle kokonaisuudessaan antamien arvosanojen keskiarvo vuosien 2008 ja 2012 tutkimuksissa.

Vastaajien perusteluja kokonaisarvosanoille

Vastaajilla oli mahdollisuus perustella tapahtumalle antamaansa kokonaisarvosanaa omin sanoin. Seuraavassa esitetään tapahtumittain yhteenvetona asioita, joita haastateltavat kommentoivat perusteluiksi antamalleen tapahtuman kokonaisarvosanalle, suorien kommenttilainauksen perässä on esitetty suluissa vastaajan antama kokonaisarvosana tapahtumalle.

Keskustan puoluekokoukselle korkeimpia arvioita antaneet kävijät perustelivat arvosanaa kiittämällä hyviä järjestelyitä kokouksessa, kokouksen yleistä tunnelmaa ja paikkaa mm. seuraavasti:

- *Kaikki, ihan kaikki järjestelyistä tunnelmaan toimi hyvin. (arvosana 10)*
- *Järjestelyt hoidettu hyvin, hienoa oli linja-autokuljetukset majapaikkoihin. (9)*
- *Järjestelyt joka toiminta-alueella erinomaiset. (9)*

Keskustan puoluekokouksen kokonaisarvioihin vaikuttaneissa kommentteissa mainitsivat alhaisia arvioita antaneet useimmin tapahtuman järjestelyihin liittyviä asioita, mm. kokoushuoneiden ahtaus, kulkeminen portaissa, äänentoisto, valaistus ja jonottaminen. Myös aikataulujen pitävyys, oheisohjelman sisältö, ruoan hinta-laatu suhde ja kahvilan hintataso saivat mainintoja alhaisempia arvioita antaneilta kävijöiltä. Esimerkkejä kommentteista:

- *Hirvittävä käveleminen ja portaita paljon vanhemmille ihmisille. (arvosana 7)*
- *Aulaan tulo oli aina sumpussa, kun mainosten jakajia oli niin paljon. (7)*
- *Ehdokkaiden ja muidenkin pisteiden standitkin kaipasivat parempaa suunnittelua. Valaistus oli epäonnistunut. (7)*

Provinssi sai hyviä kokonaisarvioita antaneilta kävijöiltään eniten kiitosta monipuolista esiintyjäkaartista, yleisestä tunnelmasta, hienosta festarialueesta ja järjestelyistä.

- *Todella siistiä ja viihtyisää. Ekaa kertaa olin eli ei aiempaa kokemusta. (arvosana 10)*
- *Artistitarjonta oli monipuolinen ja laadukas, artisteja löytyi jokaisen makuun, festarialue oli hyvin suunniteltu & vessatkin olivat erittäin hyvässä kunnossa koko festarin ajan. (10)*

- *Festarialueen henkilökunta piti alueen siistinä ja viihtyisänä sekä artistivalinnat olivat hyviä! (9)*
- *Tapahtuma on yksi parhaiten järjestettyjä festivaaleja Suomessa! (9)*

Provinssin kävijöiltä kokonaisarvioiden perusteluissa oli toisaalta kiitosta bajamajojen määrästä, sijoittelusta ja siisteydestä, mutta myös vastakkaisia mielipiteitä bajamajoista kommentteissa oli. Useissa kommentteissa mainittiin lauantain väkimäärän olleen liian suuri esimerkiksi suhteessa alueen kokoon. Muuten arvioiden perusteluissa oli eri esiintymislavoja ja ruoka-alueita koskevia kommentteja. Esimerkkejä kommentteista:

- *Vessoja liian vähän, anniskelualueiden jonot välillä aivan järjettömät, lauantaina alueen kapasiteettiin nähden liikaa ihmisiä. (arvosana 7)*
- *Perjantapäivä oli vähän turha, ei oikein mielenkiintoisia esiintyjä. Näkee, että festarialueen rakentamiseen on nähty paljon vaivaa; mutta roskiksia voisi olla enemmän. Porttia ennen oli melko tukevat hajut, koska ”esijuopottelualueella” oli heitetty tölkkejä ja muita roskia sekä kaadettu juomia maahan. (8)*
- *Ruoka-alue oli tänä vuotena yksi iso kaaos... en tykkää.. muuten koko häppeni-ki oli taas kerran loistava (8)*

Seinäjoen Tangomarkkinoiden kävijöiden perustellessa omin sanoin kokonaisarvioitaan nousi perusteluista hyville kokonaisarvosanoille monipuolinen tapahtuma ja ohjelmatarjonta sekä laadukkaat artistit. Esimerkkejä kommentteista:

- *Ohjelmatarjontaa oli riittävästi ja eri paikoissa, eli riittävä valinnanvapaus (arvosana 9)*
- *Tapahtumia riittävästi ja laadukkaat esiintyjät (9)*
- *Ensikertalaisena ja vain lauantaina paikalla olleena kokemukseni oli erittäin positiivinen. Jokaiselle jotakin ja loppushow aivan huikea, varsinkin Marko Maunuk-sela. (10)*

Seinäjoen Tangomarkkinakävijöiden kertoessa omin sanoin alhaisille kokonaisarvoille perusteluja nousi esiin useita kommentteja hintatason noususta, myös Tangokadulle kaivattiin katetta. Lisäksi oli mainintoja ohjelmien aikataulutuksesta, lippu myytiin koko illalle, mutta ohjelmaa ei ollut. Esimerkkejä:

- *Liian kallis tarjontaan nähden (arvosana 6)*

- *Yksikään ohjelmalehtinen ei pitänyt paikkaansa. Internet oli ainut, mistä sai oikean tiedon. (7)*
- *Tangomarkkinat eivät ole enää tangomarkkinat vaan iskelmäkonsertit. (6)*

Seinäjoen Vauhtiajojen kävijöiden kertoessa omin sanoin perusteluja tapahtumalle antamilleen kokonaisarviolle, nuiissa kiitettiin vastauksissa tapahtuman järjestelyjä ja tunnelmaa. Esimerkkejä vastaajien perusteluista:

- *Mielestäni kaikki järjestelyt toimivat hyvin (ruoka, juoma, wc, lavat) (arvosana 9)*
- *Todella hyvin järjestetty tapahtuma kokonaisuudessaan. Ja koko ajan paranetaan. (9)*

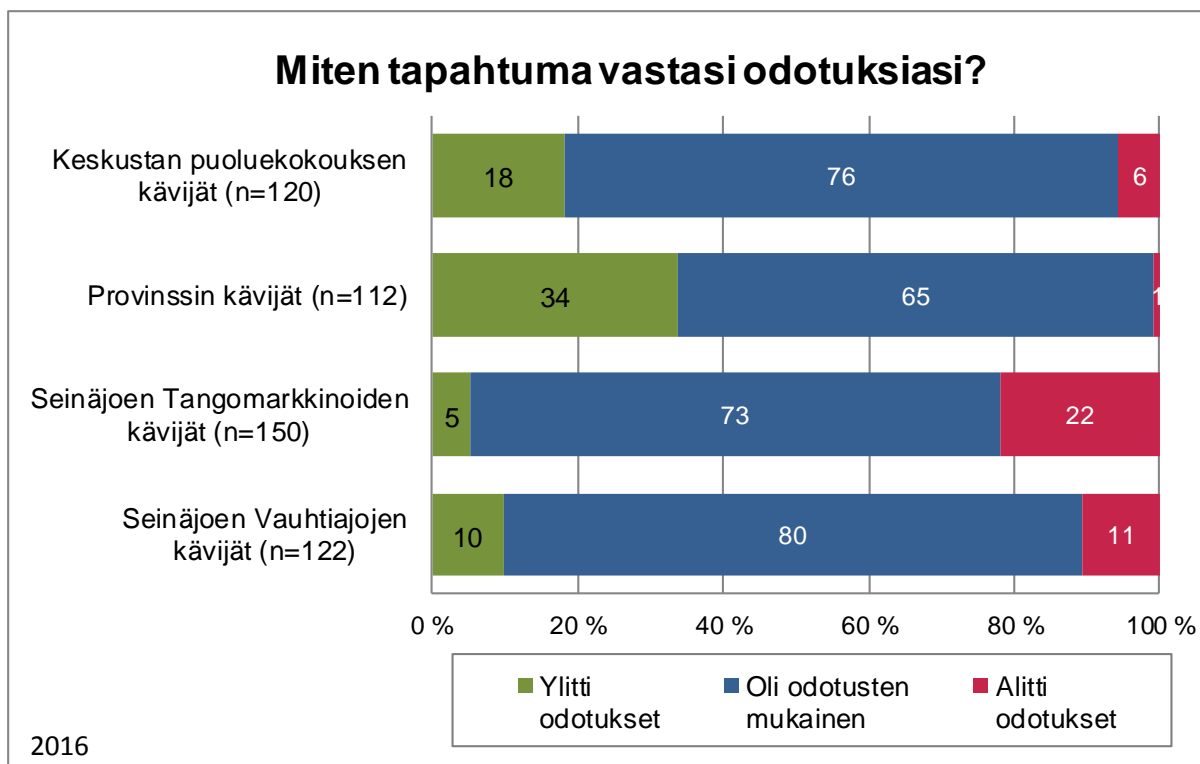
Seinäjoen Vauhtiajojen kävijöiden tapahtuman kokonaisarviota alensivat mm. kommentteissa mainitut aikataulutukset sekä hintataso.

- *Aivan liian myöhään esiintyjät, yleensäkin alkoi turhan myöhään ja jatkuivat aamutunneille. (6)*

Vastasiko tapahtuma odotuksia

Kuviossa 15 on esitetty jatkotutkimukseen osallistuneiden kävijöiden arviot siitä, miten tapahtuma vastasi heidän odotuksiaan. Provinssin kävijöistä noin kolmannes vastasi tapahtuman ylittäneen odotukset. Vastaavasti Keskustan puoluekokouksen kävijöistä vajaa viidennes, Vauhtiajojen kävijöistä 10 % ja Tangomarkkinoiden kävijöistä 5 % koki tapahtuman ylittäneen odotukset. Valtaosa vastaajista kaikissa tapahtumissa piti sitä odotusten mukaisena.

Reilu viidennes Tangomarkkinoiden kävijöistä vastasi tapahtuman alittaneen odotuksensa, Vauhtiajoissa näin vastasi 11 % vastaajista. Keskustan puoluekokouksessa ja Provinssissa kävijöistä vain hyvin pieni osa (6 % ja 1 % vastaajista) koki odotusten alittuneen.



Kuvio 15. Miten tapahtuma vastasi odotuksiasi?

Taulukossa 15 on esitetty tämän tutkimuksen tulokset tapahtuman kävijöiden odotusten täyttymisestä vertailuna vuosien 2008 ja 2012 tuloksiin. Tapahtumien kävijät paljolti tekevät päätöksen osallistua jo vuotta aiemmin tai osallistuessaan edellisen kerran tapahtumaan (taulukko 7, sivu 23), täten näitä uskollisia kävijöitäkin on paljon, mikä tuo haasteita tapahtuman kävijöiden odotusten ylittämiseksi aina uudelleen.

Verrattaessa Provinssin tuloksia aikaisempiin tutkimuksiin, siinä ei ole tapahtunut suurta muutosta, Provinssi on kolmesta tapahtumasta useimmin pystynyt ylittämään kävijöiden odotukset (34 %, 26 % ja 34 %) kolmessa peräkkäisessä tutkimuksessa. Vastaavasti niiden vastaajien osuus, joilla odotukset alittuivat, on pienentynyt tasaisesti kolmessa tutkimuksessa.

Seinäjoen Tangomarkkinoilla tulos on samankaltainen kuin vuoden 2008 tutkimuksessa. Niiden osuus, joiden odotukset Tangomarkkinat oli ylittänyt oli kahdessa aikaisemmassa tutkimuksessa 8 % vastaajista ja nyt 5 %. Vastaavasti niitä vastaajia, joilla odotukset alittuivat oli vuoden 2008 tutkimuksessa reilu neljännes vastaajista, vuoden 2012 tutkimuksessa 10 % ja nyt tässä tutkimuksessa 22 % vastaajista.

Vauhtiajoissa vastaajien arviot odotuksien vastaavuudesta tapahtumassa ovat pysyneet kolmessa tutkimuksessa hyvin samankaltaisena, noin joka kymmenennellä vastaajalla odotukset olivat ylittyneet ja lähes yhtä suurella osuudella ne olivat alittuneet (taulukko 15).

Taulukko 15. Miten tapahtuma vastasi kävijöiden odotuksia, vertailussa vuoden 2008 ja 2012 tutkimustulokset.

VERTAILU Miten tapahtuma vastasi odotuksiasi?	Provinssin kävijät			Seinäjoen Tango- markkinoiden kävijät			Seinäjoen Vauhti- ajojen kävijät		
	2008	2012	2016	2008	2012	2016	2008	2012	2016
	n=272	n=231	n=112	n=414	n=254	n=150	n=249	n=216	n=122
	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Ylitti odotukset	34	26	34	8	8	5	13	8	10
Oli odotusten mukainen	61	71	65	65	82	73	77	83	80
Alitti odotukset	4	3	1	27	10	22	10	9	11

Tapahtumien vahvuudet ja kehittämisen kohteet

Tapahtumien kävijöitä pyydettiin kertomaan omin sanoin, mikä heidän mielestään tapahtumassa oli hyvää ja toisaalta, mitä tapahtumassa pitäisi kehittää. Vastaajien kommenteissa oli samoja asioita vahvuuksina ja kehittämisen kohteina, millä he perustelivat tapahtumalle antamaansa kokonaisarvosanaa, mutta paljon myös eri asioita.

Keskustan puoluekokous sai kävijöiltään kiitosta hyvästä yhteishengestä, tapahtuman tunnelmasta, järjestelyistä ja oheistapahtumista.

- *Kaikki pelasi hyvin, mukava tunnelma.*
- *Puitteet olivat sopivat ja kaikki toimi pääosin hyvin.*
- *Monenlaiset oheistapahtumat ja sidosryhmät.*

Keskustan puoluekokouksen kehittämissuhteissa mainittiin mm. tapahtuman aikataulut, ruuhkat Seinäjoki Areenan tiloissa ja jonottaminen.

- *Sujuvuutta, aikataulutusta, tilojen kunnossa oloa.*

- *Pysäköinti epäselvää ja busseille huonosti kerrottu. Wc-tilat riittämättömät tuollaiselle joukolle.*

Provinssi sai kävijöiltään eniten kiitosta esiintyjäkaartista, monipuolisuudesta, yleisestä tunnelmasta ja festivaalialueesta.

- *Ajankohtaiset ja monipuoliset esiintyjät. Esiintyjä oli sopivasti ripoteltu koko tapahtuman ajalle eli kaikki ”parhaimmat” eivät olleet samana päivänä.*
- *Siisteydestä pidettiin kiitettävästi huolta, alue oli viihtyisä, kivoja istumapaikkoja ympäri aluetta, minua miellyttäviä artisteja paljon, ei liikaa jonoja missään ja ihmiset osasivat käyttäytyä.*
- *Viimevuotinen uudistus; tapahtuma on taas loistossaan ja se näkyy! Tänä vuonna alueen somisteet olivat hienommat kuin koskaan.*

Provinssin kävijöiden tapahtuman kehittämissuunnitelmassa mainittiin lauantain suuri yleisömäärä ja siitä aiheutuneet jonot, vessa- ja ruokailukapasiteetin lisääminen. Myös kattuja alueita toivottiin.

- *Jos halutaan 31 000 ihmistä, silloin myös varaudutaan siihen. Enemmän vessoja, enemmän tiskejä. Päälavan eteen kentälle turvakäytävät!!*
- *Alemmat hintatasot juomille ja ruuille, lisää istumapaikkoja, viimeisenä päivänä haisi vanhat juomat/oksennus yms. porttien tuntumassa.*

Seinäjoen Tangomarkkinoiden kävijöiden kertoessa omin sanoin, mikä oli hyvää tapahtumassa, nousi monissa vastauksissa esille samat asiat kuin kokonaisarvioiden perusteluissa; ohjelman monipuolisuus, tasokkaat esiintyjät ja tapahtuman tunnelma. Esi-
merkkejä:

- *Tunnelma; monipuoliset tapahtumat – jokaiselle jotakin.*
- *Musiikki sitä tuli tuutin täydeltä ja se hyvä. Lähdinkin kuuntelemaan tangoja.*

Seinäjoen Tangomarkkinakävijöiden kertoessa omin sanoin, miten tapahtumaa pitäisi kehittää, saatiin paljon kehittämissuunnitelmia. Kommenteissa mainittiin mm. aikataulu-
tus, tangokadun kattaminen sateen varalle, tapahtuman hintataso. Lainauksia vastaajien kommentteista:

- *Tapahtumaa koko ajaksi.*

- *Hintataso kohtuulliseksi, samalle tasolle muiden kesätapahtumien kanssa.*
- *Nyt liian monta päivää, olisi ehkä kannattavampaa vähentää tarjontaa ja saada sama porukka kuitenkin paikalle. To alkamaan riittää. Pe ja la finaali päiviksi. Finaali aikaisemmin esim. jo klo 19.00 alkamaan, jolloin sieltä olisi hyvä jäädä me-noihin ja kotona katsovatkin ennättäisivät tulla paikalle.*
- *Sateen varalta väliaikainen ”katos”.*

Seinäjoen Vauhtiajojen kävijöiden kertoessa omin sanoin, mikä oli hyvää tapahtumassa, vastauksissa nostettiin usein esille esiintyjät ja erityisesti retrolava sai kiitosta, sekä hyvä ratatapahtuma ja tapahtuman hyvä tunnelma. Kiitosta annettiin myös lippujen kohtuullisesta hinnoittelusta sekä järjestyksenvalvonnasta. Tyypillisiä vastauksia olivat mm. seuraavat:

- *Artistit. Tunnelma. Retropuoli. Ratatapahtuma eli kaikki. 😊*
- *Ajot oli ihan hyvät, ja oli yritetty saada niin, ettei ole turhia taukoja. Näytösajot lähtöjen välillä oli hyvin poistamassa ylimääräisiä taukoja.*
- *Tapahtuma oli lähellä.*
- *Tunnelma radalla ja kadulla.*

Vauhtiajojen kävijöiden esittämissä kehitysehdotuksissa musiikkitapahtumassa mainittiin hintatason korkeus, vessojen vähyys sekä suositeltiin esiintyjien vaihtoa. Ratatapahtuman osalta kommentoitiin kuulutuksia, screenejä, turvallisuutta ja aikataulutuksia sekä katsomotiloja. Kehittämisehdotuksista olivat mm.:

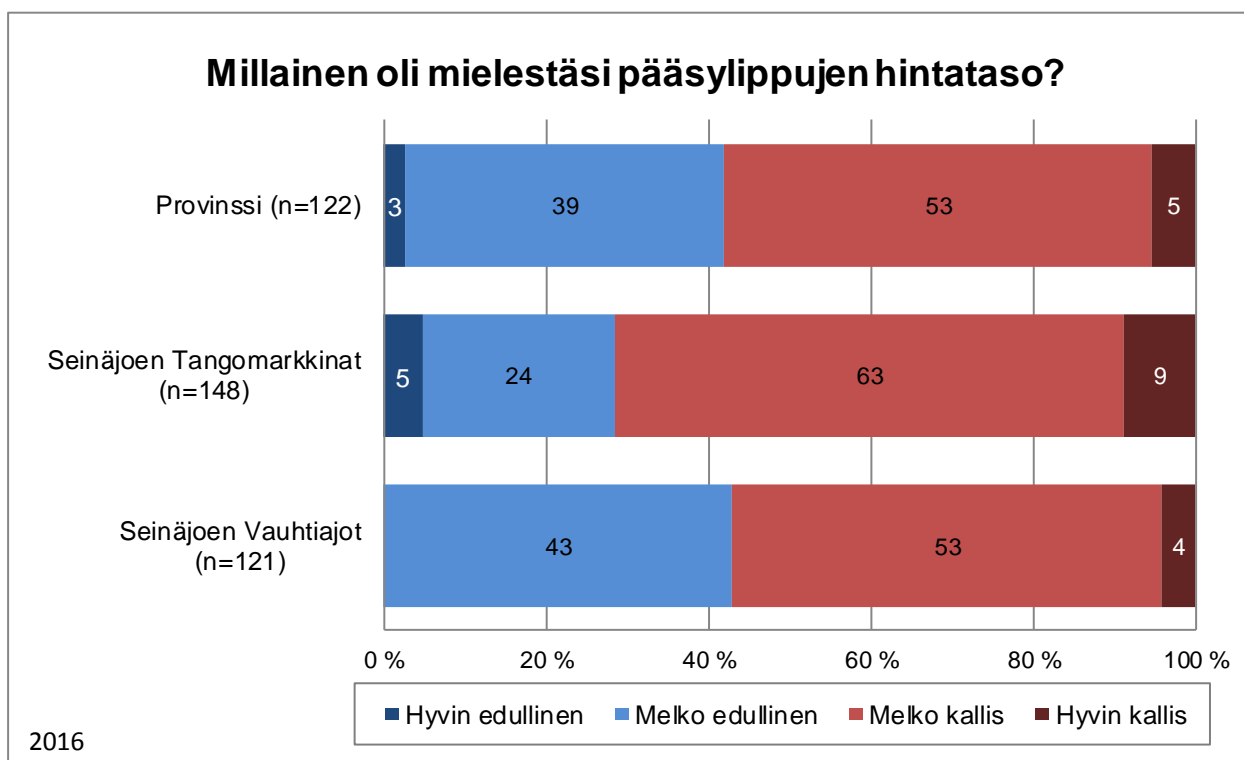
- *Ei joka vuosi samoja esiintyjä.*
- *Vessoja lisää ja niiden siisteyttä pitäisi tarkistaa useammin.*
- *Aikataulun pitävyys. Tauko-ohjelmia liian pitkiä aikoja jolloin ei ole mitään. Selostajalle tietoa enemmän radalla tapahtuvista asioista. Lippupisteet hereillä, kun tapahtuu.*

Pääsylippujen hintataso

Eri tapahtumien kävijöiltä pyydettiin mielipidettä tapahtuman pääsylippujen hintatasosta. Tämä kysymys puuttui Keskustan puoluekokouksen osallistujilta. Jokaisen tapahtuman kohdalla löytyi vastaajia, jotka pitivät lippuja edullisina kuin myös niitä, jotka pitivät niitä kalliina.

Provinssin kävijöistä 42 % piti lippujen hintatasoa joko hyvin tai melko edullisena, Vauhtiajojen kävijöistä 43 % piti lippujen hintatasoa melko edullisena. Vastaavasti lähes 60 % sekä Provinssin että Vauhtiajojen kävijöistä piti pääsylippujen hintatasoa melko tai hyvin kalliina (kuvio 16).

Tangomarkkinoiden kävijöissä oli eniten niitä, jotka pitivät pääsylippujen hintatasoa melko kalliina (63 %) tai hyvin kalliina (9 %). Täten vajaa 30 % Tangomarkkinoiden kävijöistä piti lippujen hintatasoa edullisena.



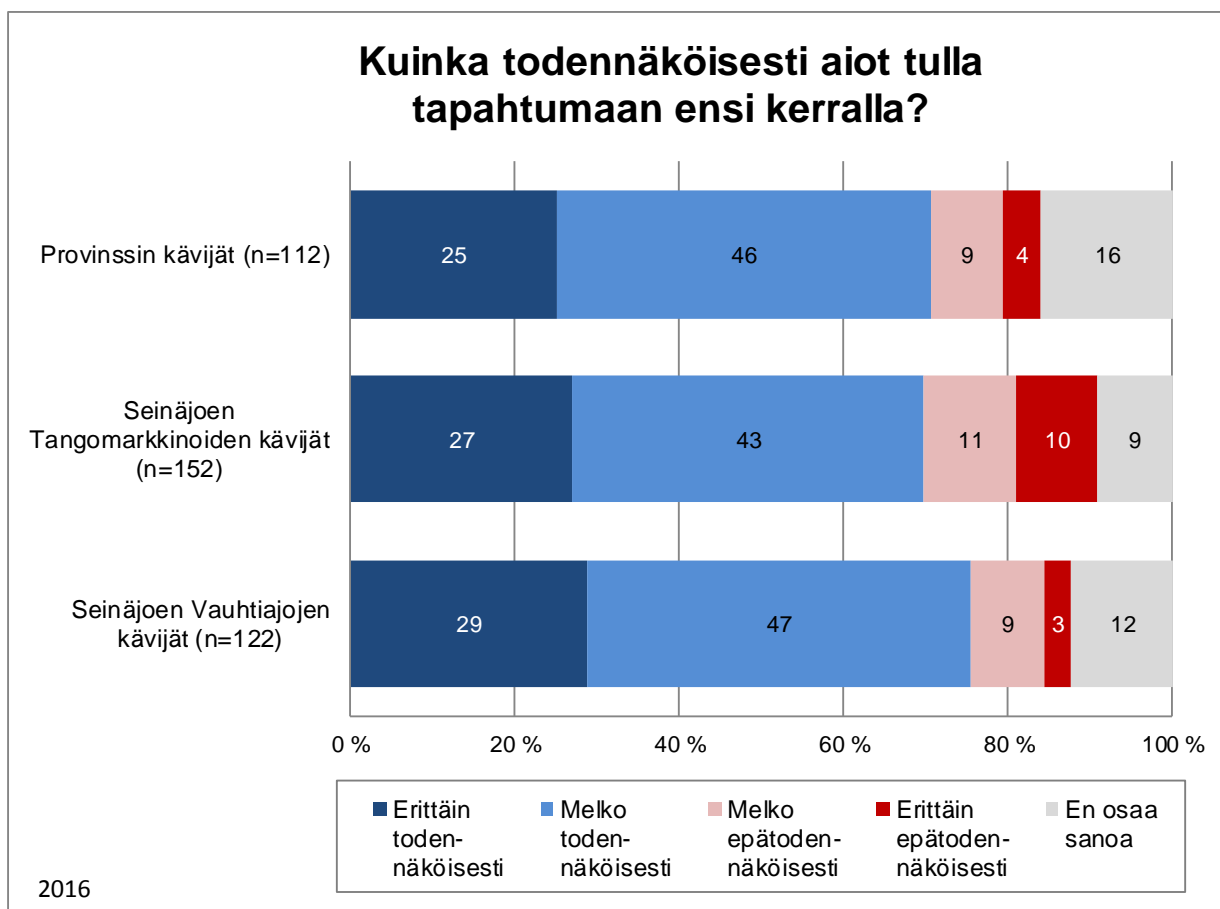
Kuvio 16. Millainen oli mielestäsi pääsylippujen hintataso?

Verrattaessa kävijöiden mielipidettä vuoden 2012 tuloksiin pääsylippujen hintatasosta Provinssin kävijöissä oli tässä tutkimuksessa vähemmän niitä, jotka pitivät lippujen hintaa melko tai hyvin kalliina kuin edellisessä tutkimuksessa (68 % → 58 %). Tangomarkkinoilla kalliina lippujen hintatasoa pitävien osuudet ovat pysyneet lähes samana sekä edullisena että kalliina pitävien osalta molemmissa tutkimuksissa. Vauhtiajoissa oli edellisessä tutkimuksessa 45 % melko tai hyvin kalliina lippujen hintatasoa pitäneitä, kun sellaisia kävijöitä tässä tutkimuksessa oli 57 %.

Osallistuminen seuraavan vuoden tapahtumaan

Tapahtumien kävijöitä pyydettiin arvioimaan, kuinka todennäköisesti he aikovat tulla tapahtumaan, kun se järjestetään seuraavan kerran. Keskustan puoluekokous järjestetään joka toinen vuosi ja eri paikkakunnalla kuin edellisellä kerralla, sen vuoksi sitä ei ole tämän kysymyksen tarkastelussa mukana.

Provinssin ja Tangomarkkinoiden kävijöistä uskollisia kävijöitä on noin 70 %, ts. he aikovat melko tai erittäin todennäköisesti osallistua tapahtumaan ensi kerrallakin. Vauhtiajojen kävijöistä kolme viidestä aikoo melko tai erittäin todennäköisesti osallistua tapahtumaan myös ensi vuonna. Epätodennäköisesti seuraavalla kerralla osallistuvia oli eniten Tangomarkkinoilla (21 %), vastaavasti Provinssissa ja Seinäjoen Vauhtiajoissa hieman vähemmän 13 % ja 12 % vastaajista. Provinssin kävijöistä 16 % ei vielä osannut sanoa aikooko osallistua ensi kerralla, muissa tapahtumissa näiden osuus oli noin 10 % (kuvio 17).



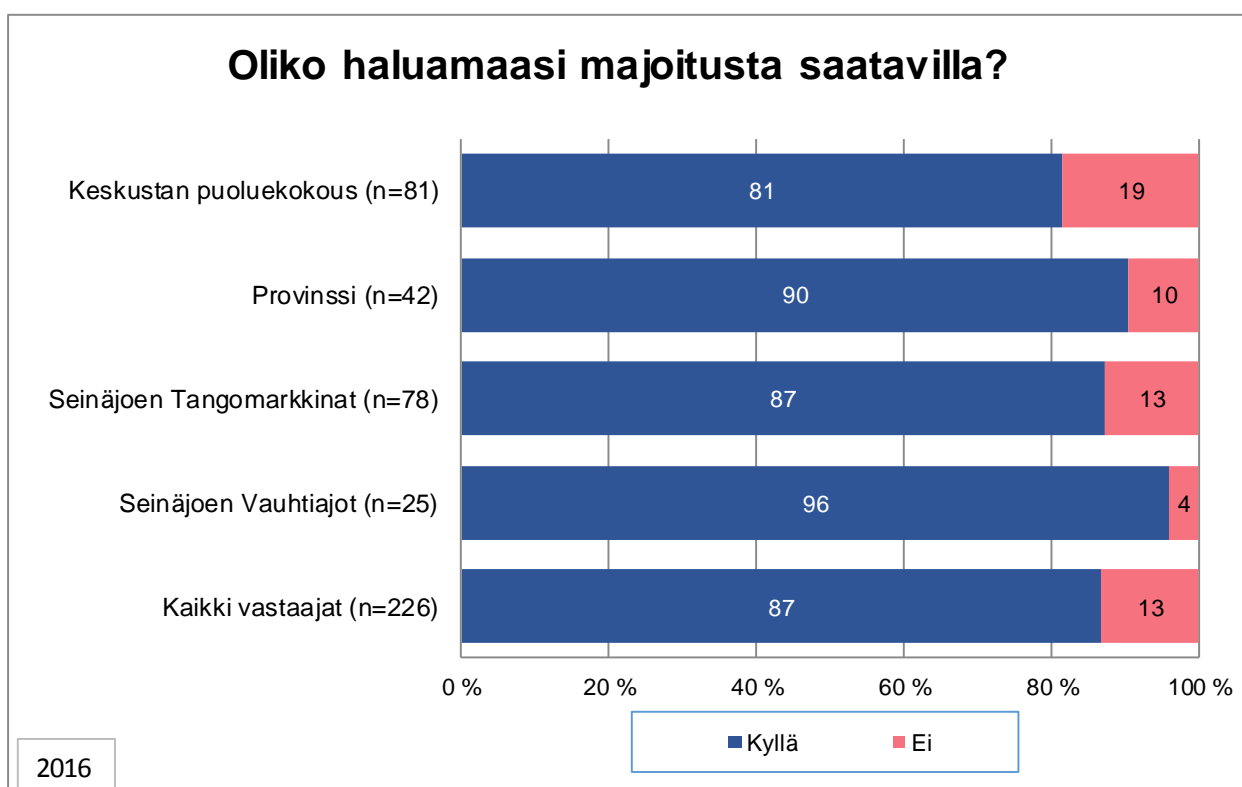
Kuvio 17. Kuinka todennäköisesti aiot tulla tapahtumaan ensi kerralla?

4 MAJOITTUMINEN TAPAHTUMISSA

Tapahtumakävijöille, jotka olivat tapahtuman johdosta yöpyneet maksullisessa majoituksessa Seinäjoella tai lähikunnissa tapahtuman aikana, esitettiin kysymyksiä liittyen kokemuksiin majoittumisesta ja näkemyksistä erilaisiin majoitusmuotoihin.

Löytyikö haluttua majoitusta

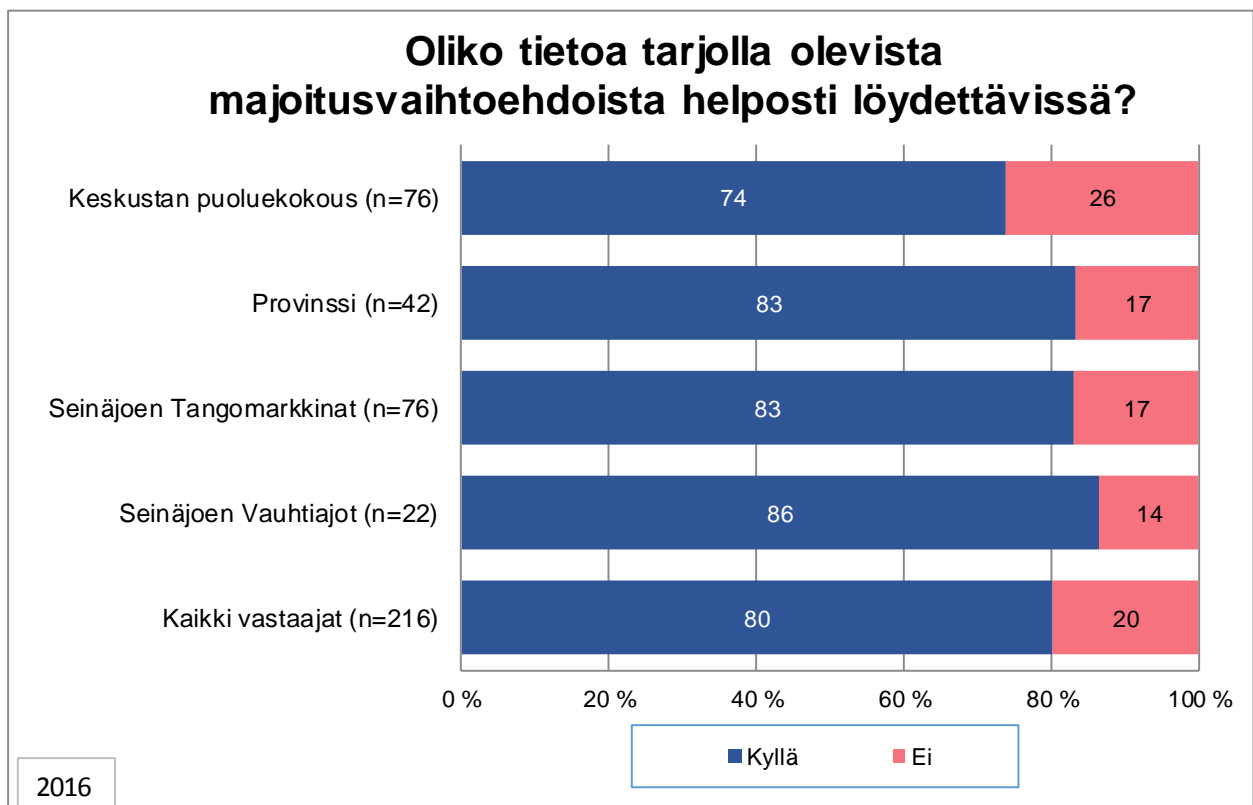
Maksullisessa majoituksessa yöpyneet vastaajat arvioivat pääsääntöisesti haluamaansa majoitusta olleen saatavilla. Haluamaansa majoitusta oli löytänyt eri tapahtumien kävijöistä parhaimmillaan jopa 96 % vastanneista (Provinssi). Keskustapuolueen puoluekokousväestä yöpyneistäkin suurin osa eli 81 % vastanneista oli löytänyt haluamansa majoituksen, mikä oli alhaisin osuus halutun majoituksen saaneista. Toisaalta tulosta tarkasteltaessa täytyy huomioida, että tämä tulos saattaa antaa liian hyvän kuvan majoituksen saatavuudesta; on mahdollista, että osa kävijöistä ei majoittunut lainkaan, koska sopivaa majoitusta ei löytynyt tai jäi majoituksen puuttumisen takia tulematta koko tapahtumaan (kuviot 18).



Kuvio 18. Tapahtuman johdosta maksullisessa majoituksessa yöpyneiden näkemykset siitä, oliko heidän haluamansa majoitusta saatavilla.

Tiedon saanti

Maksullisessa majoituksessa yöpyneet tapahtumakävijät arvioivat tarjolla olevien eri majoitusvaihtoehtoja koskevien tietojen helppoa löydettävyyttä. Provinssin, Seinäjoen Tangomarkkinoiden ja Seinäjoen Vauhtiajojen kävijöistä yli 80 % katsoi tietoa majoitusvaihtoehtoista olleen helposti löydettävissä. Keskustan puoluekokoukaskävijöissä oli hie- man muita tapahtumia enemmän tyytymättömiä; 74 % kuitenkin heistäkin koki tietoa olleen helposti löydettävissä (kuvio 19).



Kuvio 19. Tapahtuman johdosta maksullisessa majoituksessa yöpyneiden näkemykset siitä, oliko tietoa tarjolla olevista majoitusvaihtoehtoista helposti löydettävissä.

Majoitusvarausten tekeminen

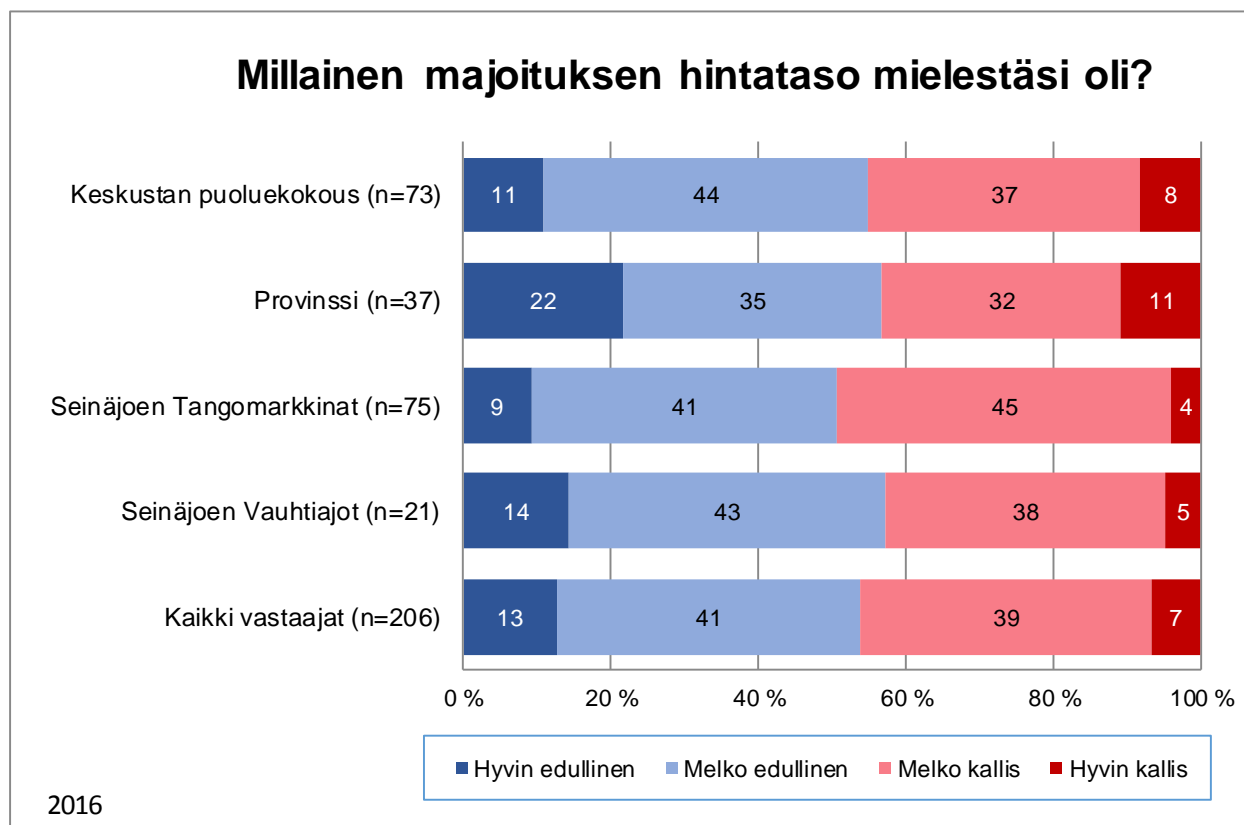
Kaikissa tapahtumissa maksullisessa majoituksessa yöpyneistä yli puolet oli varannut majoituksensa yli kuukausi ennen tapahtumaa. Viimeisen viikon aikana ennen tapahtumaa majoituksen oli varannut 6 % Keskustan puoluekokouksen majoittujista, 31 % Provinssin, 15 % Seinäjoen Tangomarkkinoiden ja 10 % Seinäjoen Vauhtiajojen maksullisista majoittujista (taulukko 16).

Taulukko 16. Tapahtuman johdosta maksullisessa majoituksessa yöpyneiden vastaukset ajankohdasta, koska he tekivät majoitusta koskevan varauksen.

Koska teit majoitusta koskevan varauksen?	Tapahtuma				
	Keskustan puoluekokous (n=81)	Provinssi (n=40)	Seinäjoen Tangomarkkinat (n=77)	Seinäjoen Vauhtiajot (n=20)	Kaikki vastaajat (n=218)
	%	%	%	%	%
Vuotta aiemmin / osallistuessani tapahtumaan edellisenä vuonna	0	0	35	5	13
Yli puoli vuotta aiemmin	10	25	13	10	14
1-6 kuukautta aiemmin	69	30	30	60	47
Korkeintaan kuukautta aiemmin	15	15	6	15	12
Korkeintaan viikkoa aiemmin	6	13	6	10	8
1-3 päivää aiemmin	0	10	5	0	4
Tapahtumaan osallistumispäivänä	0	8	4	0	3
Yhteensä	100	100	100	100	100

Majoituksen hintataso

Kaikkien tapahtumien kohdalla maksullisessa majoituksessa yöpyneistä tapahtumakävijöistä noin puolet tai hieman yli puolet piti majoituksen hintatasoa hyvin tai melko edullisena. Vastaavasti lähes puolet vastaajista (43-50 %) piti majoituksen hintatasoa melko tai hyvin kalliina. Eniten majoituksen hintatasoa hyvin kalliina pitäviä vastaajia oli Provinssin kävijöissä (11 %) (kuvio 20).



Kuvio 20. Tapahtuman johdosta maksullisessa majoituksessa yöpyneiden mielipidejakaumat majoituksen hintatasosta tapahtuman aikana.

Majoituksen ja tapahtumapaikan välimatka

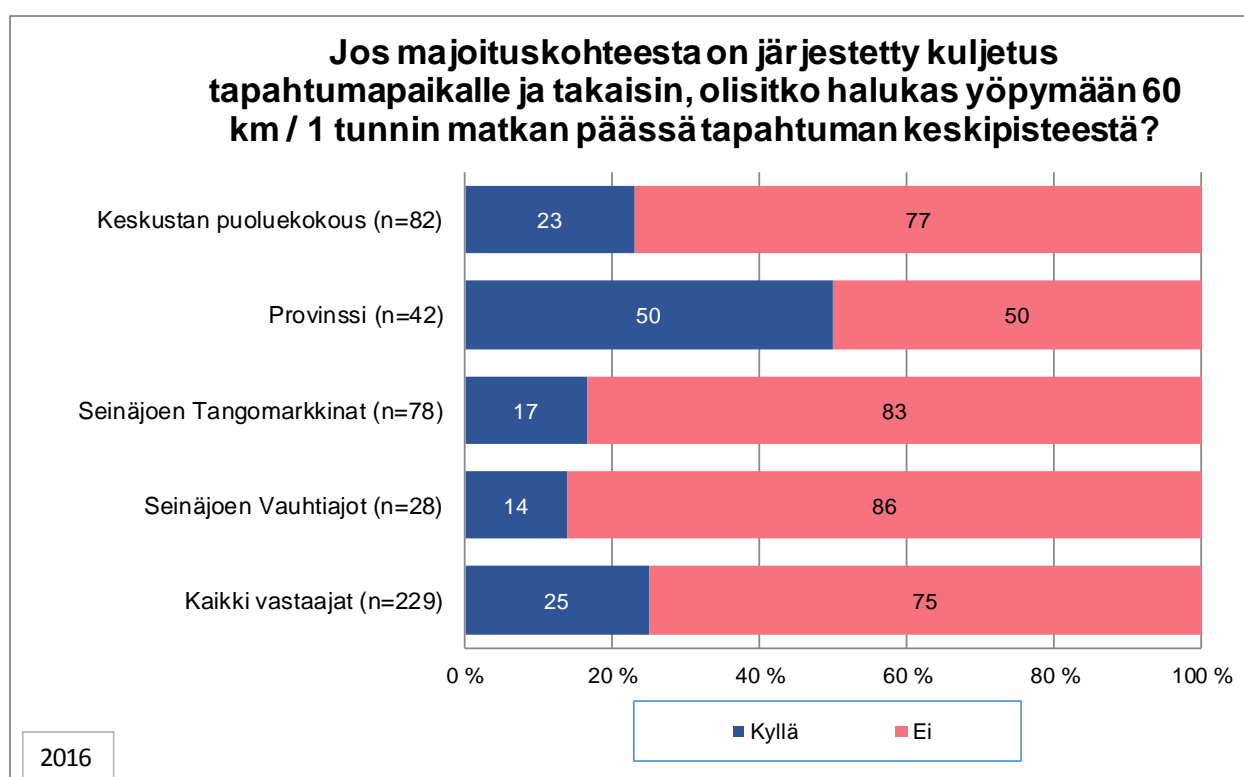
Maksullisessa majoituksessa yöpyneiltä tapahtumakävijöiltä kysyttiin arviota, kuinka kaukana tapahtumapaikasta he olisivat valmiita majoittumaan, mikäli tapahtuma-alueen lähistöltä ei olisi saatavilla majoitusta. Seinäjoen Tangomarkkinoiden ja Seinäjoen Vauhtiajojen kävijöistä yli 70 % haluaa majoittua aivan tapahtuman läheisyydessä, Keskustan puoluekokouksen ja Provinssin kävijöistäkin noin puolet edellyttävät majoituksen löytymistä tapahtuman läheisyydestä, mikäli majoittuvat tapahtumassa. Tangomarkkinoiden ja Vauhtiajojen kävijöistä runsaat 20 % olisi valmis majoittumaan myös hieman etäämmällä, lähinnä 10-30 km etäisyydellä tapahtumapaikasta eli maksimissaan noin puolen tunnin matkan päässä. Puoluekokouksen majoittuneista kävijöistä yli puolet ja Provinssin kävijöistä 43 % olisi valmis majoittumaan myös hieman etäämmällä eli 10 – 50 kilometrin etäisyydellä tapahtumapaikasta. (taulukko 17).

Taulukko 17. Tapahtuman johdosta maksullisessa majoituksessa yöpyneiden arviot, kuinka kaukana tapahtumapaikasta he olisivat valmiita majoittumaan, mikäli tapahtuma-alueen lähistöltä ei olisi saatavilla majoitusta.

Mikäli tapahtuma-alueen lähistöltä ei ole saatavilla majoitusta, kuinka kaukana tapahtumapaikasta olisit valmis majoittumaan?	Tapahtuma				
	Keskustan puoluekokous (n=81)	Provinssi (n=40)	Seinäjoen Tangomarkkinat (n=76)	Seinäjoen Vauhtiajot (n=28)	Kaikki vastaajat (n=225)
	%	%	%	%	%
10 -30 km etäisyydellä tapahtumasta	41	43	22	24	33
31-50 km etäisyydellä tapahtumasta	11	0	0	3	4
51-100 km etäisyydellä tapahtumasta	0	5	0	0	1
Jos majoitun tapahtumassa, on majoituksen löydyttävä aivan tapahtuman läheisyydestä	48	53	78	72	62
Yhteensä	100	100	100	100	100

Majoitushalukkuus naapuripitäjissä

Maksullisessa majoituksessa yöpyneiltä vastaajilta pyydettiin arviota, olisivatko he valmiita yöpymään noin 60 km tai yhden tunnin matkan päässä tapahtuman keskipisteestä, mikäli majoituskohteesta olisi järjestetty kuljetus tapahtumapaikalle. Eniten kävijöiltä löytyi innostusta tällaiselle majoitusvaihtoehdolle Provinssin kävijöissä (50 %). Vastavasti Keskustan puoluekokouksen yöpyneistä kävijöistä 23 % ja Seinäjoen Tangomarkkinoiden ja Seinäjoen Vauhtiajojen kävijöistä alle 20 % olisi halukas yöpymään tunnin matkan päässä tapahtumapaikasta, mikäli majoituskohteesta olisi järjestetty kuljetus tapahtumapaikalle (kuvio 21).



Kuvio 21. Tapahtuman johdosta maksullisessa majoituksessa yöpyneiden arviot, olisivatko he olleet halukkaita yöpymään 60 km/tunnin matkan päässä tapahtuman keskipisteestä, jos majoituskohteesta olisi järjestetty kuljetus tapahtumapaikalle.

Miten majoitusvaraukset haluttaisiin tehdä

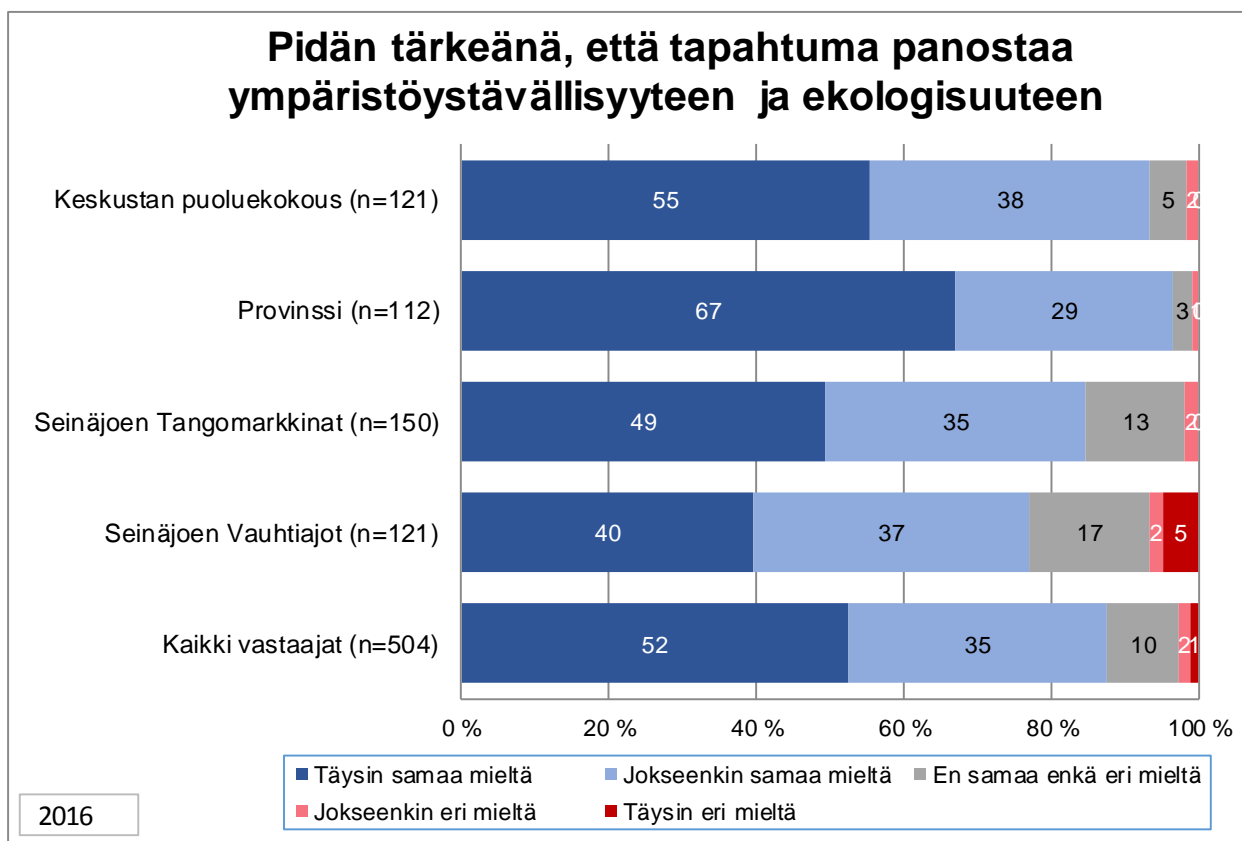
Maksullisessa majoituksessa yöpyneiltä tapahtumakävijöiltä kysyttiin, miten he mieluiten varaisivat majoituksen tapahtumaan. Majoituksen varaaminen itse suoraan majoitusyri-tyksestä ja tapahtumajärjestäjän kautta löysivät molemmat omat suosijajoukkonsa. Puoluekokoukseen osallistuneista yli puolet varaisi majoituksensa mieluiten tapahtumajärjestäjän kautta. Muissa tapahtumissa vastaajat pääsääntöisesti suosivat varauksen tekemistä itse suoraan majoitusyri-tyksestä. Toisaalta noin kolmannes Provinssin ja Sei-näjoen Tangomarkkinoiden majoittuneista kävijöistä tekisi mieluiten majoitusvarauksen- sa tapahtumajärjestäjän kautta (taulukko 18).

Taulukko 18. Tapahtuman johdosta maksullisessa majoituksessa yöpyneiden näkemykset, miten he mieluiten varaisivat majoituksen tapahtumaan.

Miten mieluiten varaisit majoituksen tapahtumaan	Tapahtuma				
	Keskustan puoluekokous (n=83)	Provinssi (n=42)	Seinäjoen Tangomarkkinat (n=77)	Seinäjoen Vauhtiajot (n=28)	Kaikki vastaajat (n=230)
	%	%	%	%	%
Itse suoraan yrityksestä	28	52	51	76	46
Tapahtumajärjestäjän kautta	55	36	33	10	38
Keskusvaraamosta, mistä saa muitakin matkailupalveluja	8	10	14	10	11
Jostain muualta	8	2	3	3	5
Yhteensä	100	100	100	100	100

5 TAPAHTUMIEN YMPÄRISTÖYSTÄVÄLLISYYS JA EKOLOGISUUS

Tapahtumien ympäristövaikutukset, ekologisuus ja kestävän kehityksen arvojen toteutuminen tuotannoissa ovat olleet ajankohtaisia keskustelunaiheita jo useiden vuosien ajan. Tässä tutkimuksessa haluttiin selvittää tapahtumakävijöiden ympäristöasenteita kahden keskeisen asennekysymyksen kautta. Kiinnostuksen kohteena olivat kävijöiden näkemykset tapahtumien ympäristöystävällisyyteen panostamisen tärkeydestä sekä siitä, vaikuttaisiko ruoka-annoksen valmistaminen lähi- ja luomutuotetuista raaka-aineista maksuhalukkuuteen tapahtumassa tarjottavaa ruoka-annosta ostettaessa. Esi-tettyihin väittämiin vastattiin asteikolla 1-5, jossa 1=täysin eri mieltä ja 5=täysin samaa mieltä.

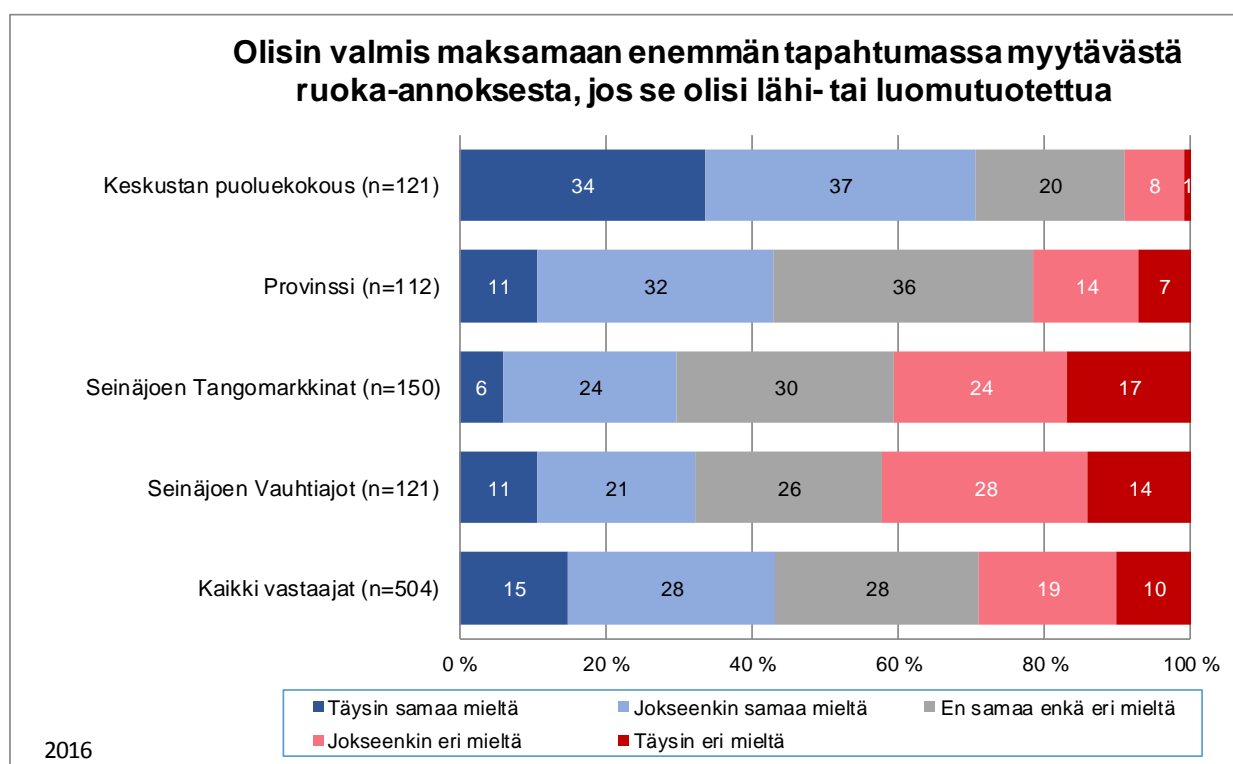


Kuvio 22. Tapahtumakävijöiden näkemys kuinka tärkeänä he pitivät sitä, että tapahtuma panostaa ympäristöystävällisyyteen ja ekologisuuteen.

Tulosten valossa voidaan todeta, että valtaosa tapahtumayleisöistä pitää järjestäjän ympäristötyöhön suuntaamaa panostusta tärkeänä (kuvio 22). Väittämän ”Pidän tärkeänä, että tapahtuma panostaa ympäristöystävällisyyteen ja ekologisuuteen” kanssa oli yli puolet vastaajista täysin samaa mieltä. Tapahtumista Provinssin kävijöissä oli eniten

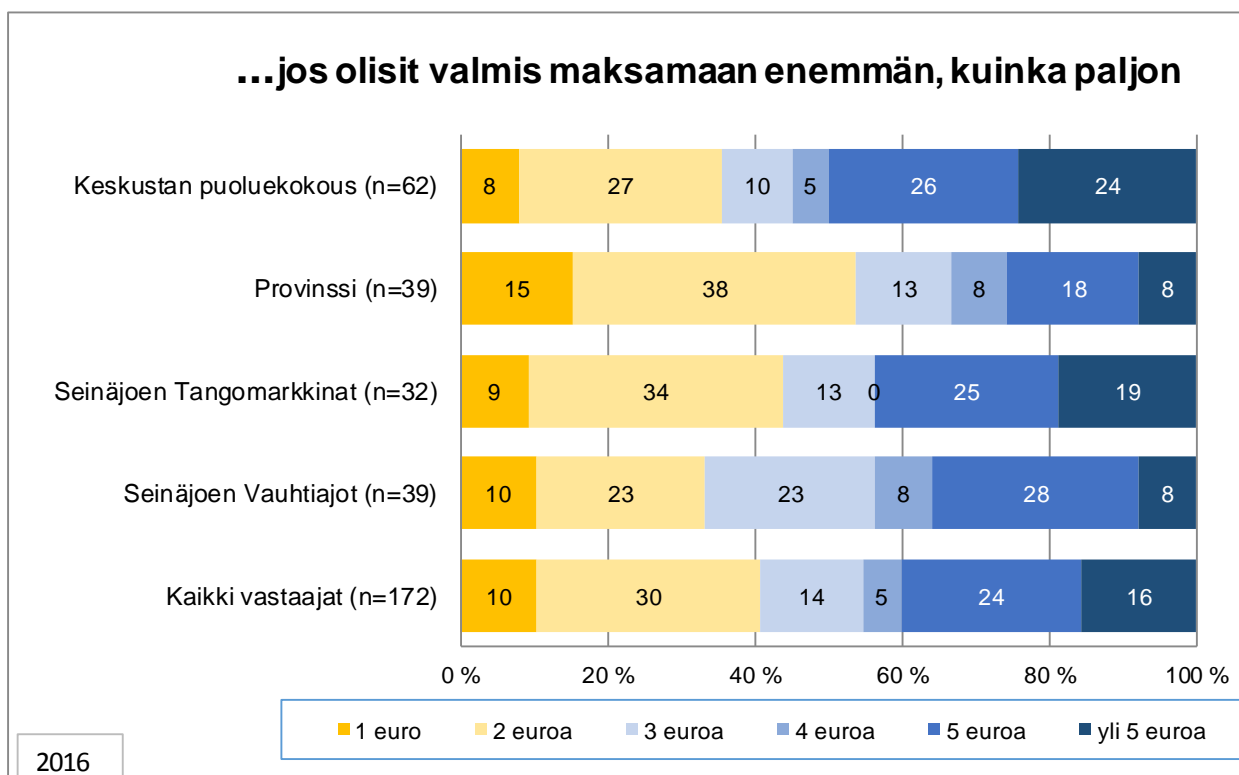
väittämän kanssa täysin samaa mieltä olevia vastaajia (67 %) ja Vauhtiajoissa vähiten (40 %)

Tutkimuksessa esitettiin väittämä myös maksuhalukkuuden lisääntymisestä ruoka-annosta kohti, mikäli se olisi lähi- tai luomutuotettua. Tutkimuksen tapahtumista Keskustan puoluekokouksen osanottajissa oli eniten vastaajia, joilla voidaan sanoa maksuhalukkuuden kasvavan lähi- tai luomutuotetulle ruoalle; 71 prosenttia oli täysin tai jokseenkin samaa mieltä väittämästä ja vastaavasti 9 prosenttia oli eri mieltä olevia. Provinssin kävijöistä 43 %, Seinäjoen Vauhtiajojen ja Seinäjoen Tangomarkkinoiden kävijöistä noin 30 % olisi valmis maksamaan enemmän tapahtumassa myytävästä lähi- tai luomutuotetusta ruoka-annoksesta kuin muut vastaajat (kuvio 23). Lähi- tai luomutuottaminen ei synnytä valmiutta maksaa enemmän ruoka-annoksesta 20 prosentille Provinssin kävijöistä (eri mieltä olevat), eikä noin 40 prosentille Tangomarkkinoiden ja Vauhtiajojen kävijöistä.



Kuvio 23. Tapahtumakävijöiden näkemys olisivatko he valmiita maksamaan tapahtumassa myytävästä ruoka-annoksesta enemmän, jos se olisi lähi- tai luomutuotettua.

Jatkossa vastaajilta, jotka olisivat olleet valmiita maksamaan enemmän lähi- tai luomutuotetusta ruoasta, pyydettiin arviota, kuinka suuren korotuksen he olisivat valmiita ruoka-annoksesta nykyisen hinnan lisäksi maksamaan. Noin puolella vastaajista, vaihdellen Keskustan puoluekokouksen 45 prosentista Provinssin 66 prosenttiin, tämä korkeampi maksuvalmius tarkoittaisi 1-3 euroa korkeampaa hintaa annokselle (kuvio 24). Korkeimmillaan vastaajat olisivat valmiita maksamaan jopa yli 5 euroa lisähintaa lähi- tai luomutuotetusta ruoka-annoksesta.



Kuvio 24. Jos tapahtumakävijä olisivat valmiita maksamaan tapahtumassa myytävästä lähi- tai luomutuotetusta ruoka-annoksesta enemmän, paljonko enemmän se olisi.

Verrattaessa kahdessa tutkimuksessa (2012 ja 2016) kysytyjä ympäristöystävällisyyttä ja ekologisuuutta koskevia väittämiä keskiarvoina havaitaan, että kävijät pitävät entistä tärkeämpänä tapahtuman panostuksia ympäristöystävällisyyteen ja ekologisuteen. Mitä lähempänä viitosta keskiarvo on, sitä enemmän kävijät ovat samaa mieltä väittämästä. Kehitystä luomu- ja lähiruoan arvostuksessa on tapahtunut ts. entistä useammat olivat nyt valmiita maksamaan lähi- tai luomutuotetusta ruoka-annoksesta enemmän, mikäli sellainen olisi tapahtumassa saatavilla verrattuna neljän vuoden takaiseen tutkimustulokseen (taulukko 19).

Taulukko 19. Keskiarvot eri tapahtumien kävijöiden vastauksista tapahtumien ympäristöystävällisyyttä ja ekologisuutta koskevista väittämistä. Vertailutulos 2012 ja 2016.

VERTAILU Mitä mieltä olet seuraavista väittämistä? Arviointiasteikko 1-5, 1=täysin eri mieltä, 5=täysin samaa mieltä	Kaikki vastaajat		Keskustan puoluekokouksen kävijät	Provinssin kävijät		Seinäjoen Tangomarkkinoiden kävijät		Seinäjoen Vauhtiajojen kävijät	
	2012	2016	2016	2012	2016	2012	2016	2012	2016
	(n=1079)	(n=504)	(n=122)	(n=231)	(n=112)	(n=254)	(n=149)	(n=216)	(n=121)
	KA	KA	KA	KA	KA	KA	KA	KA	KA
Pidän tärkeänä, että tapahtuma panostaa ympäristöystävällisyyteen ja ekologisuuteen.	4,2	4,4	4,5	4,3	4,6	4,2	4,3	3,8	4,0
Olisin valmis maksamaan enemmän tapahtumassa myytävästä ruoka-annoksesta, jos se olisi lähi- tai luomutuotettua.	2,4	3,2	3,9	2,3	3,3	2,1	2,8	2,1	2,9

Tarkasteltaessa ympäristöasenteita sukupuolen mukaan ja ikäryhmittäin voidaan havaita naisten pitävän tapahtuman ympäristöystävällisyyttä ja ekologisuutta miehiä hieman tärkeämpänä. Sekä naiset että miehet olisivat selkeästi valmiimpia maksamaan lähi- tai luomutuotetusta ruoka-annoksesta enemmän kuin neljä vuotta sitten.

Taulukko 20. Keskiarvot eri tapahtumien kävijöiden vastauksista kuutta tapahtumien ympäristöystävällisyyttä ja ekologisuutta koskevasta väittämästä.

VERTAILU Mitä mieltä olet seuraavista väittämistä? Arviointiasteikko 1-5	Kaikki vastaajat		Nainen		Mies	
	2012	2016	2012	2016	2012	2016
	KA	KA	KA	KA	KA	KA
Pidän tärkeänä, että tapahtuma panostaa ympäristöystävällisyyteen ja ekologisuuteen.	4,2	4,4	4,2	4,4	3,9	4,2
Olisin valmis maksamaan enemmän tapahtumassa myytävästä ruoka-annoksesta, jos se olisi lähi- tai luomutuotettua.	2,4	3,2	2,4	3,2	2,2	3,1

Ikäluokittain tarkasteltuna (taulukko 21) tärkeyttä tapahtuman panostuksesta ympäristöystävällisyyteen ja ekologisuuteen ovat keskiarvot parantuneet kautta linjan jokaisessa ikäluokassa 0,1-0,4 numeroa edellisestä 2012 tutkimuksen tuloksista. Arvostus lähi- tai luomutuotettuun ruokaan tapahtumassa on lisääntynyt huomattavasti neljässä vuo-

nessa. Kaikissa ikäryhmissä keskiarvot ovat nyt yli kolmosen, kun kysyttiin valmiutta maksaa enemmän tapahtumassa myytävästä lähi- tai luomutuotetusta ruoasta.

Taulukko 21. Keskiarvot eri tapahtumien kävijöiden vastauksista kuutta tapahtumien ympäristöystävällisyyttä ja ekologisuuta koskevasta väittämästä.

VERTAILU Mitä mieltä olet seuraavista väittämistä? Arviointiasteikko 1-5	Kaikki vastaajat		Alle 20 vuotta		20 - 29 vuotta		30 - 39 vuotta		40 - 49 vuotta		50 - 59 vuotta		60 vuotta tai yli	
	2012	2016	2012	2016	2012	2016	2012	2016	2012	2016	2012	2016	2012	2016
	KA	KA	KA	KA	KA	KA	KA	KA	KA	KA	KA	KA	KA	KA
Pidän tärkeänä, että tapahtuma panostaa ympäristöystävällisyyteen ja ekologisuuteen.	4,2	4,4	4,0	4,3	4,0	4,4	4,0	4,3	4,1	4,3	4,2	4,5	4,2	4,3
Olisin valmis maksamaan enemmän tapahtumassa myytävästä ruoka-annoksesta, jos se olisi lähi- tai luomutuotettua.	2,4	3,2	2,0	3,3	2,3	3,1	2,5	3,2	2,2	3,0	2,4	3,1	2,7	3,4

6 TAPAHTUMIEN ALUETALOUDELLINEN VAIKUTTAVUUS

Tässä tutkimuksessa tapahtumien taloudellista vaikuttavuutta on tutkittu pohjoismaisen mallin mukaisella menomenetelmällä yhdenmukaisesti vuosien 2008, 2012 ja 2016 vastaavien tutkimusten kanssa (ks. tarkemmin luku 1.2). Tässä yhteydessä tarkastellaan sekundäärisiä vaikutuksia, jotka muodostuvat tapahtuman kävijöiden kulutuksesta. Tämän tarkastelutavan mukaisesti tapahtuman vaikutus paikkakunnan elinkeinoelämään on todennettavissa tapahtuman kävijöiden tuomana **kokonaistulona** alueelle. Tapahtuman kävijöiden lukumäärän lisäksi tapahtuman alueelle tuoman kokonaistulon suuruuteen vaikuttavat seuraavat asiat: kuinka monta päivää tapahtuma kestää, kuinka monena päivänä tapahtuman kävijät osallistuvat tapahtumaan, millaiset ovat lippujen hinnat, missä tapahtumakävijät yöpyvät ja kuinka paljon he tapahtumavierailunsa aikana käyttävät rahaa erilaisiin muihin ostoksiin.

Eri tapahtumien kävijöitä pyydettiin tapahtuman jälkeen tehdyissä kyselyissä arvioimaan tapahtumavierailun aikaista rahankäyttöään. Rahankäyttöä arvioitiin erikseen tapahtuma-alueella (liput, ruokailut ja juomat sekä muut ostokset) ja tapahtuma-alueen ulkopuolella tapahtumapaikkakunnalla (ruokailut ja juomat, ruokakauppa, muut ostokset, palvelut, liikkuminen tapahtumapaikkakunnalla, polttoainehankinnat ja majoitus).

Tuloksia tulkitessa on huomioitava, että tutkimuksessa on selvitetty rahankäyttöä vain niiden tapahtumakävijöiden osalta, jotka osallistuivat tapahtuman maksullisiin tilaisuuksiin tai osallistuvat johonkin tapahtuman ilmaiskonserttiin (esim. Tangomarkkinoilla).

Erytisesti Seinäjoen tapahtumat houkuttelevat Seinäjoelle paljon myös sellaisia ihmisiä, jotka eivät osallistu itse tapahtumaan, vaan tulevat esim. keskustan ravintoloihin tai muualle tapahtuman läheisyyteen nauttimaan tunnelmasta. Huomioitavaa onkin, että kuten tapahtumakävijät myös nämä ihmiset, jotka osallistuvat vain ilmaistapahtumiin, käyttävät rahaa paikkakunnan yrityksissä, mikä puolestaan lisää taloudellisia vaikutuksia tapahtumapaikkakunnalle ja sen yrityksille. Näiden kävijöiden määrästä ja kulutuksesta ei tässä tutkimuksessa ole esitetty arvioita.

Toisaalta tarkasteltaessa tapahtumakävijöiden paikkakunnalle tuomia kokonaistuloja, on syytä muistaa, että myös tapahtumaan tulevat esiintyjät, myyjät yms. henkilöstö kuluttavat tapahtumapaikkakunnalla rahaa. Myös tällaiset henkilöt tai ryhmät on jätetty tämän

tutkimuksen ulkopuolelle, joskin osa näistä on saattanut osallistua kyselyyn tavallisen tapahtumakävijän roolissa.

Koko tapahtuman aikana yksittäiset tapahtumakävijät käyttivät keskimäärin eniten rahaa Seinäjoen Tangomarkkinoilla; keskimäärin 393 € henkilöä kohti. Tangomarkkinakävijöiden rahankäytössä oli tapahtunut myös kaikkein eniten kasvua vuodesta 2008, jolloin kävijä käytti koko tapahtuman aikana keskimäärin 210 € henkilöä kohden.

Provinssin kävijät käyttivät tapahtuman aikana keskimäärin 291 € per henkilö, kasvua rahankäytössä vuodesta 2008 oli keskimäärin 114 €. Seinäjoen Vauhtiajojen kävijöiden rahankäyttö oli kasvanut vähiten vuodesta 2008; 181 eurosta 208 euroon. Keskustan puoluekokouksen osallistujat käyttivät keskimäärin rahaa tapahtuman aikana 2016 € per osallistuja (taulukko 21).

Taulukko 22. Tapahtumakävijöiden keskimääräinen kokonaisrahankäyttö koko tapahtuman aikana. Esitettyinä vuosien 2008, 2012 ja 2016 tulokset (keskiarvo €/henkilö).

Tapahtuma	Rahankäyttö koko tapahtuman aikana		
	2016	2012	2008
	Keskiarvo €/hlö	Keskiarvo €/hlö	Keskiarvo €/hlö
Keskustan puoluekokous (n=118)	216 €		
Provinssi (n=112)	291 €	200 €	177 €
Seinäjoen Tangomarkkinat (n=143)	393 €	339 €	210 €
Seinäjoen Vauhtiajot (n=120)	208 €	147 €	181 €

Rahankäyttö tapahtuma-alueella

Keskustan puoluekokouksessa tapahtumakävijöiden kulutus oli tapahtuma-alueella noin 30 % kävijöiden koko tapahtumanaikaisesta rahankäytöstä. Vastaavasti kävijöiden rahankäyttö tapahtuma-alueella oli Provinssissa 61 %, Seinäjoen Tangomarkkinoilla 47 % ja Seinäjoen Vauhtiajoissa 53 % kokonaiskulutuksesta. Vuonna 2016 Provinssin ja Seinäjoen Tangomarkkinoiden kävijöiden käyttämistä rahoista hieman pienempi osa jäi tapahtuma-alueelle kuin 2012 tai 2008. Sen sijaan Seinäjoen Vauhtiajojen kävijöiden kulutuksesta jopa hivenen suurempi osa tapahtui nyt tapahtuma-alueella kuin vuonna 2012.

Taulukko 23. Eri tapahtumien rahan käytön jakaantuminen tapahtuma-alueella ja tapahtuma-alueen ulkopuolella tapahtumapaikkakunnalla (keskiarvo €/henkilö, % rahankäytöstä tapahtuman aikana).

Tapahtuma	Rahankäyttö 2016				Rahankäyttö 2012				Rahankäyttö 2008			
	Tapahtuma-alueella (sis. liput)		Tapahtuma-alueen ulkopuolella tapahtumapaikkakunnalla		Tapahtuma-alueella (sis. liput)		Tapahtuma-alueen ulkopuolella tapahtumapaikkakunnalla		Tapahtuma-alueella (sis. liput)		Tapahtuma-alueen ulkopuolella tapahtumapaikkakunnalla	
	€/hlö	%	€/hlö	%	€/hlö	%	€/hlö	%	€/hlö	%	€/hlö	%
Keskustan puoluekokous (n=118)	65 €	30 %	155 €	70 %								
Provinssi (n=112)	181 €	61 %	115 €	39 %	137 €	69 %	61 €	31 %	130 €	73 %	47 €	27 %
Seinäjoen Tangomarkkinat (n=143)	184 €	47 %	207 €	53 %	177 €	52 %	164 €	48 %	114 €	54 %	96 €	43 %
Seinäjoen Vauhtiajot (n=120)	113 €	53 %	102 €	47 %	75 €	51 %	72 €	49 %	123 €	68 %	58 €	32 %

Rahankäyttö päiväkävijöillä ja yöpyjillä

Tapahtuman aikaista rahankäyttöä tarkasteltiin erikseen tapahtuman päiväkävijöiden ja toisaalta tapahtuman johdosta muualla kuin kotonaan tai omalla vapaa-ajan asunnollaan yöpyvien tapahtumakävijöiden osalta.

Tapahtumapaikkakunnalla tai lähiseudulla yöpyvät käyttivät tapahtuman aikana rahaa keskimäärin 2-3 -kertaisesti verrattuna päiväkävijöihin (taulukko 24). Pienin ero näiden kahden kävijäryhmän välillä oli Seinäjoen Vauhtiajoissa; yöpyvillä rahaa kului keskimäärin vain noin 70 % enemmän kuin päiväkävijöillä.

Taulukko 24. Eri tapahtumien päiväkävijöiden (yöpyvät kotonaan) ja Seinäjoella tai lähiseudulla yöpyvien kävijöiden rahankäyttö tapahtuman aikana (keskiarvo €/henkilö).

Tapahtuma	Rahankäyttö 2016			
	Päiväkävijät (yöpyvät kotonaan)		Tapahtumapaikkakunnalla tai lähiseudulla yöpyvät	
	Rahankäyttö €/hlö	Vastaaajien lkm	Rahankäyttö €/hlö	Vastaaajien lkm
Keskustan puoluekokous	83 €	33	268 €	85
Provinssi	205 €	64	406 €	48
Seinäjoen Tangomarkkinat	205 €	60	529 €	80
Seinäjoen Vauhtiajot	180 €	91	301 €	29

Tapahtumakävijöiden tuoma kokonaistulo alueelle

Tapahtumakävijöiden kokonaiskulutus ja näin kävijöiden tapahtumapaikkakunnalle tuoma kokonaistulo laskettiin yksittäisten kävijöiden lukumäärän ja kävijöiden koko tapahtuman yhteydessä kuluttaman keskimääräisen kulutuksen tulona. Tieto yksittäisten kävijöiden määrästä eri tapahtumissa perustuu tapahtumanjärjestäjien antamaan tietoon tapahtuman kävijämäärästä ja/tai myytyjen lippujen lukumäärästä ja tutkimuksen kyselyaineistoon perustuvasta tiedosta siitä, millaisia ja kuinka monta lippua tapahtumakävijät ovat keskimäärin ostaneet ja kuinka monena päivänä he ovat tapahtumaan osallistuneet. Käytettävissä olevien tietojen pohjalta arvioitiin Provinssiin osallistuneen n.

37 500 yksittäistä henkilöä (vuonna 2012 vastaava määrä 26 800), Seinäjoen Tangomarkkinoille 25 000 (25 500) ja Seinäjoen Vauhtiajoihin 23 000 (29 300) yksittäistä henkilöä. Seinäjoen Vauhtiajoissa oli vuonna 2012 vain kaksi festivaali-iltaa, kun vuonna 2016 tapahtuma oli kolmen iltatapahtuman mittainen (torstai-lauantai). Näin vuoden 2016 kokonaiskävijämäärä oli suurempi kuin 2012, vaikka arvioitu uniikkien kävijöiden määrä oli alhaisempi. Keskustan puoluekokouksessa kävijämääränä käytettiin tapahtumajärjestäjältä saatua tietoa rekisteröityjen osallistujien määrästä.

Keskustan puoluekokouksen kävijät kuluttivat rahaa tapahtuman aikana tapahtuma-alueella ja tapahtumapaikkakunnalla yhteensä noin 0,8 miljoonaa euroa. Vastaavasti Provinssin kävijät kuluttivat noin 10,9 miljoonaa euroa, Seinäjoen Tangomarkkinoiden kävijät 9,8 miljoonaa euroa ja Seinäjoen Vauhtiajojen kävijät 4,8 miljoonaa euroa (taulukko 25). Pääsylipullisissa tapahtumissa on myös etukäteen ostetut pääsyliput laskettu mukaan tapahtuma-alueen kulutukseen. Kaikkien tutkimuksen musiikkipainotteisten tapahtumien kohdalla oli kävijöiden tapahtumapaikkakunnalle tuoma tulo suurempi kuin aikaisempina tutkimusvuosina 2008 ja 2012. Tapahtumien tuoman kokonaistulon kasvu perustuu lähinnä kävijäkohtaisen rahankulutuksen kasvuun tapahtuman aikana; Provinssin kohdalla myös edellistutkimusta selvästi suurempaan kävijämäärään.

Taulukko 25. Eri tapahtumien kävijöiden kulutuksen tuoma kokonaistulo tapahtumapaikkakunnalle vuosien 2008, 2012 ja 2016 tutkimuksissa.

Tapahtuma	Kävijöiden kokonaiskulutus		
	2008	2012	2016
Keskustan puoluekokous			0,8 milj €
Provinssi	6,7 milj €	5,3 milj €	10,9 milj €
Seinäjoen Tangomarkkinat	5,3 milj €	8,6 milj €	9,8 milj €
Seinäjoen Vauhtiajot	3,2 milj €	4,3 milj €	4,8 milj €

Aluetaloudellista merkittävyyttä tarkasteltaessa oleellista on kävijöiden tuoman tulon jakautuminen tapahtuma-alueelle ja tapahtuma-alueen ulkopuolelle (tapahtumapaikkakunnalle) kohdistuneeseen tuloon. Erityisesti tapahtuma-alueen ulkopuolella kulutettu

rahamäärä jää suoraan paikkakunnan yrityksiin ja on siksi merkittävässä asemassa arvioitaessa paikkakunnan yritysten saamaa hyötyä tapahtumasta.

Tapahtuma-alueella kävijöiden kuluttamat kokonaisrahamäärät (sis. liput) ovat tapahtuman järjestäjän kannalta luonnollisesti tärkeitä, sillä ne ratkaisevat pitkälti tapahtuman taloudellisen tuloksen. Toisaalta tapahtuma-alueella käytetyistä rahoista saattaa suuri osa virrata esim. esiintymispalkkioiden muodossa tapahtumapaikkakunnan ja lähiseudun ulkopuolelle. Näin arvioitaessa tapahtuma-alueella kävijöiden kuluttaman rahan taloudellista aluevaikuttavuutta, pitäisi siten tietää myös tapahtuma järjestäjien järjestämisen kustannusten jakautumisen tapahtumapaikkakunnalle ja sen ulkopuolelle.

Taulukossa 26 tarkasteltiin kävijöiden keskimääräistä rahankulutusta tapahtuma-alueella ja tapahtuma-alueen ulkopuolella tapahtumapaikkakunnalla. Keskustan puoluekokouksen kävijät käyttivät rahaa tapahtuman ulkopuolella Seinäjoella n. 0,5 miljoonaa euroa, Provinssin kävijät 4,3 miljoonaa, Seinäjoen Tangomarkkinoiden kävijät 5,2 miljoonaa ja Seinäjoen Vauhtiajojen kävijät 2,3 euroa (taulukko 26).

Taulukko 26. Eri tapahtumien kävijöiden kulutuksen tuoma kokonaistulo jaoteltuna tapahtuma-alueelle (pääsyliput mukaan luettuna) ja tapahtuma-alueen ulkopuolelle.

Tapahtuma	Kävijöiden kokonaiskulutus 2016		
	Tapahtuma-alueella (sis. liput) €	Tapahtuma-alueen ulkopuolella tapahtumapaikkakunnalla €	Yhteensä
Keskustan puoluekokous	230 000 €	530 000 €	760 000 €
Provinssi	6,6 milj €	4,3 milj €	10,9 milj €
Seinäjoen Tangomarkkinat	4,6 milj €	5,2 milj €	9,8 milj €
Seinäjoen Vauhtiajot	2,5 milj €	2,3 milj €	4,8 milj €

7 MIELIKUVA SEINÄJOESTA

Laatusana, jolla kävijä kuvaili Seinäjokea

Kävijäkyselyyn haastatelluilta kysyttiin tapahtumassa alkuhaastattelussa spontaania mielikuvaa Seinäjoesta pyytämällä heitä kuvailemaan Seinäjokea jollain laatusanalla. Kaikkiaan 77 % haastatelluista vastasi tähän kysymykseen. Vastauksista 70 % voitiin luokitella positiivisiksi ja 23 % oli neutraaleja, vain noin 7 % oli negatiivisia ilmaisuja. Kuviossa 25 on esitetty kaikkien vastaajien kommentteissa 35 eniten mainintoja saanutta laatusanaa. Mikäli vastaaja oli kirjoittanut useamman kuin yhden laatusanan, tähän tarkasteluun on otettu mukaan kommentissa ensimmäisenä mainittu sana. Kuviossa on sanojen esiintymiskertojen lukumäärää havainnollistettu tekstin koolla, suurimmalla ovat sanat **hyvä** (45 mainintaa), **komia** (38) ja **viihtyisä** (36). Vastaavasti kuviossa pienimmällä fontilla olevat sanat **ihan ok**, **kesäkaupunki**, **pirteä**, **rauhallinen** ja **sateinen** saivat kukin kuusi ensisijaista mainintaa.



Kuvio 25. Kävijöiden omin sanoin kirjoittamista Seinäjokea kuvailevista laatusanoista 35 eniten mainintoja saaneet. (Sanan koko kuvaa mainintojen lukumäärää.)

Taulukossa 25 on vastaavasti esitetty tapahtumakohtaisesti 10 eniten mainintoja saanutta laatusanaa tapahtumittain järjestettynä tapahtumakohtaisesti lukumäärän mukaan järjestykseen, useimmin mainittu ensimmäisenä. Keskustan puoluekokouksen ja Provinssin haastatelluista yli 80 % kuvaili Seinäjokea jollain laatusanalla, vastaavasti Tangomarkkinoilla ja Vauhtiajoissa haastatelluista laatusanan kirjoitti 72 % haastatelluista

kävijöistä. Keskustan puoluekokouksessa kolme useimmin mainittua laatusanaa olivat **kehittyvä** (15 vastaajaa; 5 % puoluekokouksessa haastatelluista), **komia** (11) ja **kasvava** (11). Provinssin kävijöillä kolmen kärki laatusanoista oli **viihtyisä** (15; 5 %), **mukava** (9) ja **monipuolinen** (8). Seinäjoen Tangomarkkinoiden kävijät mainitsivat useimmiten Seinäjoen olevan **hyvä** (19; 6 %), **mukava** (13) ja **ok** (10). Vauhtiajoissa haastatelluista pitää Seinäjokea **komiana** 18 kävijää (6 %), **hyvänä** 10 ja sanan **tapahtumarikas** mainitsi 8 kävijää. Taulukossa on lihavoitu eri tapahtumien listoissa edellä olevan kuvion viisi eniten mainintoja saanutta laatusanaa, mikäli ne ovat tähän tapahtumakohtaiseen TOP10 listaan päässeet.

Taulukko 27. Eri tapahtumien kävijöiden kulutuksen tuoma kokonaistulo jaoteltuna tapahtuma-alueelle ja tapahtuma-alueen ulkopuolelle kohdistuneeseen tuloon vuonna 2008 ja 2012.

Seinäjokea kuvailevat laatusanat TOP10 per tapahtuma							
Keskustan puoluekokous		Provinssi		Seinäjoen Tangomarkkinat		Seinäjoen Vauhtiajot	
	lkm		lkm		lkm		lkm
kehittyvä	15	viihtyisä	15	hyvä	19	komia	18
komia	11	mukava	9	mukava	13	hyvä	10
kasvava	11	monipuolinen	8	ok	10	tapahtumarikas	8
hyvä	10	pieni	7	hieno	10	koti	8
tasainen	7	komia	6	viihtyisä	9	kiva	7
viihtyisä	6	hyvä	6	kiva	9	mukava	6
ok	5	kiva	6	kehittyvä	9	viihtyisä	6
kaunis	5	kotoisa	6	ystävällinen	6	paras	6
yritteliäs	5	ihan jees	5	kasvava	5	ok	5
laakea	5	tapahtumarikas	4	tasainen	5	kehittyvä	5

Mielikuva Seinäjoesta

Kävijäkyselyyn osallistuneilta kysyttiin mielikuvaa Seinäjoesta tapahtumassa tehdyssä ns. alkuhaastattelussa. Arviointiasteikko oli erittäin myönteinen, melko myönteinen, neutraali/ei juuri mielikuvia, melko kielteinen ja erittäin kielteinen. Seuraavassa on tarkasteltu Seinäjoella ja muualla asuvien sekä ensimmäistä kertaa ja toista tai useampaa kertaa tapahtumassa olevien vastaajien mielikuvaa Seinäjoesta.

Taulukossa 28 on esitetty mielikuva-arviot Seinäjoesta erikseen Seinäjoella asuvien kävijöiden ns. sisäinen mielikuva ja muualla asuvien ns. ulkoinen mielikuva osalta. Vas-

taajien mielikuvat Seinäjoesta olivat pääsääntöisesti joko erittäin tai melko myönteisiä. Kielteinen mielikuva Seinäjoesta oli perin harvalla vastaajalla, jokaisessa tapahtumassa vain muutamia kävijöitä. Seinäjoella asuvilla oli yleisesti hieman muita vastaajia myönteisempi mielikuva Seinäjoesta.

Taulukko 28. Millainen mielikuva tapahtuman kävijöillä on Seinäjoesta ollessaan tapahtumassa?

MIELIKUVA SEINÄJOESTA Vertailu Seinäjoella vs. muualla asuvat		Millainen mielikuva sinulla on Seinäjoesta?					
		Erittäin myönteinen	Melko myönteinen	Neutraali/ ei juuri mielikuvia	Melko kielteinen	Erittäin kielteinen	Yht.
		%	%	%	%	%	%
Keskustan puoluekokouksen kävijät	Asuu Seinäjoella (n=9)	67	33	0	0	0	100
	Asuu muualla (n=290)	31	50	17	2	0	100
Provinssin kävijät	Asuu Seinäjoella (n=66)	44	42	11	2	2	100
	Asuu muualla (n=238)	33	44	21	3	0	100
Seinäjoen Tango-markkinoiden kävijät	Asuu Seinäjoella (n=54)	57	39	2	2	0	100
	Asuu muualla (n=243)	44	40	15	1	0	100
Seinäjoen Vauhtiajojen kävijät	Asuu Seinäjoella (n=159)	53	35	9	2	2	100
	Asuu muualla (n=133)	46	44	8	2	1	100

Jatkossa tätä vastaajien mielikuvaa Seinäjoesta tarkasteltiin erikseen vielä niiden vastaajien osalta, jotka olivat ensimmäistä kertaa tapahtumassa sekä niiden osalta, jotka olivat toista tai useampaa kertaa. Tässäkin tarkastelussa sekä ensimmäistä kertaa että toista tai useampaa kertaa tapahtumissa olevilla oli pääsääntöisesti erittäin tai melko myönteinen kuva Seinäjoesta. Ensimmäistä kertaa olevien kävijöiden myönteinen mielikuva vaihteli Keskustan puoluekokouksen ja Provinssin 78 prosentista Vauhtiajojen 81 prosenttiin.

Selkeästi useampi toista tai useampaa kertaa tapahtumissa oleva verrattuna ensimmäistä kertaa tapahtumissa oleviin arvioi mielikuvansa Seinäjoesta olevan melko tai erittäin myönteinen. Toista tai useampaa kertaa Provinssissa olevista 80 prosentilla oli myönteinen mielikuva Seinäjoesta tapahtumassa paikan päällä arvioituna. Keskustan puoluekokouksessa myönteisen mielikuvan omaavien osuus oli 83 %, Tangomarkkinoilla 89 % ja Vauhtiajoissa peräti 91 %. Neutraalit mielikuvat vaihtelivat Vauhtiajoissa tois-

ta tai useampaa kertaa olleiden 7 prosentin ja Tangomarkkinoilla ensimmäistä kertaa olleiden 25 prosentin välillä (taulukko 29).

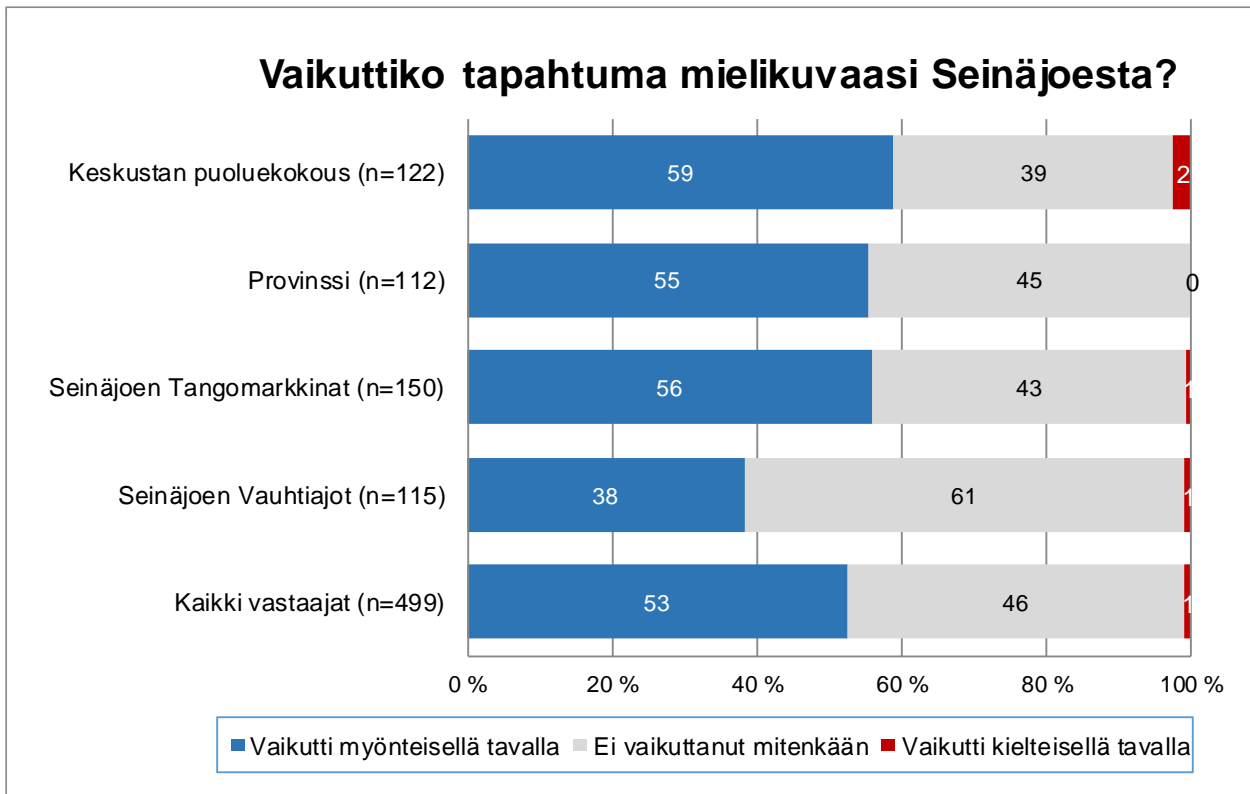
Taulukko 29. Millainen mielikuva tapahtuman kävijöillä on Seinäjoesta ollessaan tapahtumassa?

MIELIKUVA SEINÄJOESTA Vertailu ensimmäistä vs. toista tai useampaa kertaa olevat		Millainen mielikuva sinulla on Seinäjoesta?					
		Erittäin myönteinen	Melko myönteinen	Neutraali/ ei juuri mielikuvia	Melko kielteinen	Erittäin kielteinen	Yht.
		%	%	%	%	%	%
Keskustan puoluekokouksen kävijät	Ensimmäistä kertaa (n=81)	32	46	20	2	0	100
	Toista tai useampaa kertaa (n=218)	33	50	16	1	0	100
Provinssin kävijät	Ensimmäistä kertaa (n=142)	35	43	21	1	0	100
	Toista tai useampaa kertaa (n=164)	35	45	16	4	1	100
Seinäjoen Tangomarkkinoiden kävijät	Ensimmäistä kertaa (n=59)	29	44	25	2	0	100
	Toista tai useampaa kertaa (n=241)	51	38	10	1	0	100
Seinäjoen Vauhtiajojen kävijät	Ensimmäistä kertaa (n=67)	42	39	15	1	3	100
	Toista tai useampaa kertaa (n=232)	53	38	7	2	1	100

Tapahtuman vaikutus mielikuvaan

Tapahtumassa alkuhaastattelussa kysyttiin mielikuvaa Seinäjoesta ja tapahtuman jälkeen tehdyssä jatkohaastattelussa tapahtumien kävijöitä pyydettiin arvioimaan tapahtuman vaikutusta heidän mielikuvaansa Seinäjoesta.

Kuviossa 26 esitetään kokonaistuloksena tapahtumittain, vaikuttiko tapahtuma kävijöiden mielikuvaan Seinäjoesta. Kuviosta nähdään, että kävijät ovat pääsääntöisesti arvioineet tapahtuman vaikuttaneen heidän mielikuvaan Seinäjoesta myönteisellä tavalla, näin arvioi yli puolet Keskustan puoluekokouksen, Provinssin ja Seinäjoen Tangomarkkinoiden kävijöistä. Seinäjoen Vauhtiajojen kävijöissä oli 38 %, joiden mielikuvaan Seinäjoesta tapahtuma vaikutti myönteisellä tavalla. Keskustan puoluekokouksen kävijöistä 39 %, Provinssin 45 %, Tangomarkkinoiden 43 % ja Vauhtiajojen kävijöistä 61 % vastasi, että tapahtuma ei vaikuttanut mitenkään heidän mielikuvaansa Seinäjoesta, toisin sanoen mielikuva oli pysynyt ennallaan. Vain noin 1 % (5 vastaajaa) kaikista kysymyksen vastanneista arvioi tapahtuman vaikuttaneen mielikuvaansa kielteisellä tavalla.



Kuvio 26. Vaikuttiko tapahtuma mielikuvaasi tapahtumapaikkakunnasta?

Taulukossa 30 on esitetty tapahtumien vaikutus vastaajien mielikuvaan Seinäjoesta erikseen sekä Seinäjoella että muualla asuvien arvioimana. Vastaajat jakaantuivat arviotensa perusteella pääsääntöisesti kahteen ryhmään; niihin, jotka ilmoittivat tapahtuman vaikuttaneen heidän mielikuvaansa Seinäjoesta myönteisellä tavalla tai niihin, joiden mielikuvaan tapahtuma ei vaikuttanut mitenkään. Myönteisellä tavalla tapahtuman vaikutus vaihteli Keskustan puoluekokouksen Seinäjoella asuvien 25 prosentista (4 vastaajaa) puoluekokouksen ja Seinäjoen Tangomarkkinoiden muualla asuvien 60 prosentin osuuteen. Vain muutaman vastaajan kohdalla oli tapahtuma vaikuttanut mielikuvaan Seinäjoesta kielteisellä tavalla.

Taulukko 30. Seinäjoella ja muualla asuvien tapahtumakävijöiden arviot, vaikuttiko tapahtuma heidän mielikuvaansa tapahtumapaikkakunnasta.

TAPAHTUMAN VAIKUTUS MIELIKUVAAN SEINÄJOESTA Vertailu Seinäjoella vs. muualla asuvat		Vaikuttiko tapahtuma mielikuvaan Seinäjoesta?			
		Vaikutti myönteisellä tavalla	Ei vaikuttanut mitenkään	Vaikutti kielteisellä tavalla	Yht.
		%	%	%	%
Keskustan puoluekokouksen kävijät	Asuu Seinäjoella (n=4)	25	75	0	100
	Asuu muualla (n=118)	60	37	3	100
Provinssin kävijät	Asuu Seinäjoella (n=31)	58	42	0	100
	Asuu muualla (n=80)	55	45	0	100
Seinäjoen Tango-markkinoiden kävijät	Asuu Seinäjoella (n=25)	36	60	4	100
	Asuu muualla (n=125)	60	40	0	100
Seinäjoen Vauhti-ajojen kävijät	Asuu Seinäjoella (n=66)	36	62	2	100
	Asuu muualla (n=49)	41	59	0	100

Tapahtumakävijöiden oheistoiminta Seinäjoella vieraillessa

Tapahtumien kävijöiltä kysyttiin, liittyikö heidän vierailuunsa Seinäjoella tapahtumaan osallistumisen lisäksi jotain muuta toimintaa. Muualla kuin Seinäjoella asuvista vastaajista 69 % vastasi osallistuvansa vain tapahtumaan, heillä vierailuun ei liittynyt muuta toimintaa. Vajaa kolmannes teki tapahtumaan osallistumisen lisäksi jotain muutakin Seinäjoella tai lähialueella.

Niitä vastaajia, joilla liittyi tapahtumaan osallistumisen lisäksi jotain muuta toimintaa, pyydettiin kertomaan, mitä tekivät tapahtuman ohella Seinäjoella tai lähialueella. Avoinnissa vastauksissa toistui paljon samoja teemoja ja niitä luokiteltiin uudelleen mainintojen määrän mukaisesti teemoihin. Eniten mainittuina kommentteista nousi tapahtuman ohella vierailu vanhempien, sisarusten tai muiden sukulaisten luona (43 vastaajaa). Usein mainittiin myös ystävien ja tuttavien tapaaminen (23) sekä shoppailu tai ostoksilla käynti (23). Ostoksia tapahtumavierailun ohella tehneistä viisi kertoi käyneensä Tuuris- sa Keskisellä. Ravintoloissa tai kahviloissa mainitsi vierailleensa 14 vastaajaa, nähtä-

vyyksiä Seinäjoella tai lähiseudulla kävi katsomassa 12 vastaajaa. Yksittäisistä nähtävyyksistä mainittiin nimeltä Lakeuden Ristin kirkko, Lotta Svärd museo, Kyrö Distillery ja Duudson Activity Park. Ulkoilua, golfia tai frisbeegolfia oli harrastanut tapahtuman ohella viisi vastaajaa. Pesäpalloa tai jalkapalloa oli käynyt katsomassa kolme vastaajaa.

Kävijöiden kehittämisehdotukset Seinäjoelle tapahtumakaupunkina

Kyselyn jatko-osuudessa kävijöiltä kysyttiin, miten heidän mielestään Seinäjokea tulisi kehittää tapahtumakaupunkina. Yhteensä 108 muualla asuvaa ja 42 seinäjokelaista tapahtumakävijää vastasi tähän kysymykseen.

Muualla asuvien kommenteista nousi useimmin mainittuna majoituskapasiteetin vähyys. Usein mainittiin myös opasteiden puute tapahtumiin tai tapahtumissa, liikennejärjestelyt; joukkoliikenne mainittiin, esimerkiksi kuljetus matkakeskuksesta tapahtumapaikalle sekä parkkipaikkojen riittävyys. Ehdotettiin, että viihtyisyyttä voisi lisätä kaupungissa ja elävöittää kaupunkia istutuksilla. Myös tapahtumien lähellä olevien ruokakauppojen tarjonta, kaupat ja niiden aukioloajat mainittiin kommenteissa. Kaupunki saa muualla asuvilta kävijöiltä kiitosta lukuisista tapahtumistaan. Seuraavassa esimerkkejä kommenteista:

- *Seinäjokihan osoittaa mm. tänä kesänä käytännössä sen, että se kuuluu tapahtumatarjonnallaan maamme ykkösjärjestäjiin.*
- *Seinäjoki on jo mahtava tapahtumakaupunki, vaikea keksiä mitään kehitettävää.*
- *Ajo-opasteet teiden varsille saavuttaessa kohteeseen.*
- *Majoitustarjontaa tapahtumien aikana voisi lisätä.*
- *Eloisuutta keskustaan. Esim. pop-up ravintoloita, esityksiä, katutaidetta jne.*
- *Pitäisi nähdä tapahtumat enemmän liiketoimintamahdollisuutena. Nyt moni paikka meni aikaisin kiinni.*

Seinäjokelaiset vastaajat antoivat kiitosta kaupungille lukuisista tapahtumista, useassa kommentissa mainittiin toive tapahtumien järjestämisestä ympäri vuoden, kesäaikana on jo nyt lukuisia tapahtumia.

- *Kesä on hoidettu erittäin hyvin. Tapahtumia riittää erittäin paljon. Talvella on hiljaista kuin huopatossutehtaalla. Nyt pitää saada tapahtumia ja säpinää aikaiseksi myös muulloin.*
- *Majoitus, paikoitus ja ruokailutarjonta ajan tasalle.*

8 YHTEENVETO

Seinäjoen kesätapahtumat 2016 tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää neljän Seinäjoella järjestetyn tapahtuman kävijäprofiilia, kävijöiden tyytyväisyyttä, kävijöiden mielikuvaa tapahtumien ympäristöystävällisyydestä ja ekologisuudesta, tapahtuman aikaisia majoitustoiveita, kävijöiden rahankäytön kautta muodostuvaa taloudellista vaikutusta tapahtumapaikkakunnille sekä mielikuvaa Seinäjoesta tapahtumakaupunkina spontaanisti ja tapahtuman jälkeen.

Tutkimuksessa olivat mukana Seinäjoki Areenassa järjestetty Keskustan puoluekokous, Törnävällä järjestetty Provinssi, sekä kaupungin keskustan alueella pääosin järjestetty Seinäjoen Tangomarkkinat ja Seinäjoen Vauhtiajojen sekä rata- että musiikkitapahtuma. Tapahtumissa haastateltiin yhteensä 1207 kävijää: noin 300 kävijää jokaisessa tapahtumassa. Kävijäkysely toteutettiin kaksivaiheisena siten, että tapahtumien kävijöitä haastateltiin tapahtumassa ja tapahtuman jälkeen he vastasivat jatkokyselyyn internetkyselynä tai kirjekyselynä. Jatkokyselyn vastaajamäärät vaihtelivat tapahtumittain Provinssin 112 vastaajasta Seinäjoen Tangomarkkinoiden 152 vastaajaan.

Tutkimustulosten pohjalta voidaan arvioida tapahtumakävijöiden rahan kulutusta tapahtumassa ja näin kävijöiden Seinäjoelle tapahtuman aikana tuomaa kokonaistuloa. Provinssikävijöiden tuoma kokonaistulo oli lähes 11 miljoonaa, Seinäjoen Tangomarkkinoiden hieman alle 10 miljoonaa, Seinäjoen Vauhtiajojen 4,8 miljoonaa ja Keskustan puoluekokouksen kävijöiden noin 0,8 miljoonaa euroa. Varsinaisen tapahtuma-alueen ulkopuolella kävijöiden kuluttama rahamäärä, joka jää suoraan Seinäjoen yrityksiin, on merkittävässä asemassa arvioitaessa yritysten saamaa hyötyä tapahtumasta. Eniten tapahtuma-alueen ulkopuolella kuluttivat Seinäjoen Tangomarkkinoiden kävijät, yhteensä noin 5,2 miljoonaa euroa. Vastaavasti Keskustan puoluekokouksen kävijöiden tapahtuman aikainen kulutus tapahtuma-alueen ulkopuolella oli noin 0,5 miljoonaa euroa, Provinssin kävijöiden noin 4,3 miljoonaa euroa ja Seinäjoen Vauhtiajojen noin 2,3 miljoonaa.

Tapahtumien kävijöillä on pääsääntöisesti myönteinen kuva Seinäjoesta (yli 80 prosentilla joko melko tai erittäin myönteinen). Yleisimmin kävijöiden mieliin nousevia Seinäjo-

kea kuvaavia laatusanoja olivat *hyvä, komia, viihtyisä, kehittyvä ja mukava*. Tapahtumien vastaajat arvioivat pääsääntöisesti vaikuttaneen positiivisesti omaan mielikuvaan Seinäjoesta.

Tapahtumakävijät pitivät tärkeänä, että tapahtumajärjestäjät panostavat ympäristöystävällisyyteen ja ekologisuuteen. Lähi- ja luomutuotettun ruoan arvostuksessa on tapahtunut huomattavaa kasvua neljän vuoden aikana.

Tapahtumakohtainen yhteenveto tuloksista

Keskustan puoluekokouksen kävijöistä 85 % tuli Etelä-Pohjanmaan ulkopuolelta ja 72 % yöpyi tapahtuman johdosta Seinäjoella tai lähikunnissa. Puoluekokoukaskävijöiden keski-ikä oli 52 vuotta. Kävijöistä 27 % oli ensikertalaisia ja vastaavasti kokeneita puoluekokoukaskävijöitä (vähintään 7. kertaa tapahtumassa.) oli 19 % kävijöistä. Puoluekokousväki oli kokonaisuudessaan varsin tyytyväisiä kokouksen onnistumiseen, tapahtumalle kokonaisuudessaan annettujen kouluarvosanojen keskiarvo oli 8,4 kun puolet vastaajista antoi kiitettävän arvosanan 9 tai 10.

Provinssin kävijöistä yli 70 % oli alle 30-vuotiaita kävijöiden keski-ikä ollessa 27 vuotta. Noin 65 % Provinssin kävijöistä tuli Etelä-Pohjanmaan ulkopuolelta ja 45 % yöpyi tapahtuman johdosta tapahtumapaikkakunnalla (muualla kuin kotonaan tai kesäasunnolla). Lähes puolet Provinssikävijöistä oli ensikertalaisia. Pääsääntöisesti Provinssin kävijät ovat tapahtumassa ystävän tai ystävien kanssa. Tapahtuman ohjelma ja esiintyjät, viihtyisän päivän vietto, tapahtuman tunnelma ja ilmapiiri sekä yhdessäolo kaverien kanssa olivat yleisesti tärkeimmät syyt tulla tapahtumaan. Yli puolet vastaajista (61 %) antoi Provinssille kokonaisuudessaan kiitettävän kouluarvosanan 9 tai 10. Kävijöiden antamien kokonaisarvosanojen keskiarvo oli 8,7.

Seinäjoen Tangomarkkinoiden kävijöistä 74 % oli yli 50-vuotiaita keski-ikä ollessa 55 vuotta, useimmin kotoisin muualta Suomesta kuin Etelä-Pohjanmaalta (68 %). Useimmat kävijät (58 %) yöpyivät tapahtuman johdosta paikkakunnalla tai lähikunnissa. Kävijöissä oli runsaasti (noin 39 %) uskollisia vähintään seitsemän kertaa tapahtumassa käyneitä kävijöitä. Toisaalta joka viides kävijä osallistui Tangomarkkinoille ensimmäistä kertaa. Tangomarkkinoiden kävijät olivat tapahtumassa pääsääntöisesti puolison/tyttö-

tai poikaystävän tai ystävien kanssa. Tapahtuman tunnelma ja ilmapiiri, yhdessä olo ystävien/perheen kanssa, viihtyisän päivän/ajan viettäminen sekä tapahtuman esiintyjät ja ohjelma olivat tärkeimpiä syitä tulla Seinäjoen Tangomarkkinoille. Noin 24 % kävijöistä antoi Seinäjoen Tangomarkkinoille kokonaisuudessaan kiitettävän kouluarvosanan 9 tai 10. Kävijöiden antamien kokonaisarvosanojen keskiarvo oli 7,7.

Seinäjoen Vauhtiajoissa kävijöistä 85 % oli iältään 20-49-vuotiaita keski-ikä ollessa 34 vuotta. Kävijöistä valtaosa (74 %) oli eteläpohjalaisia ja 25 % yöpyi tapahtuman johdosta Seinäjoella tai lähikunnissa. Vauhtiajoissa 23 % kävijöistä oli ensikertalaisia. Pääsääntöisesti tapahtumaan tultiin ystävien kanssa tai puolison/tyttö-poikaystävän kanssa, noin joka kymmenes kävijä tuli tapahtumaan lasten kanssa. Tärkeimpiä syitä tulla olivat yhdessäolo ystävien/perheen kanssa, tapahtuman tunnelma ja viihtyisän ajan viettäminen. Kävijöiden Vauhtiajoille antamien kokonaisarvosanojen keskiarvo oli 8,0.

Tutkimuksen luotettavuuden arviointi

Tutkimus antaa kohtuullisen hyvän kuvan tapahtumien kävijöistä, kävijöiden tyytyväisyydestä ja heidän rahankäytöstään. Kaksivaiheinen tutkimusmenetelmä toimi tutkimuksessa hyvin: Kävijöiden taustatietoja, syitä tulla tapahtumaan, tiedonhakukanavia yms. tekijöitä pystyttiin selvittämään parhaiten paikan päällä tehtävällä lyhyellä kyselyllä, johon osallistuminen oli tehty vastaajille todella helpoksi ja johon tapahtumakävijöitä tavoiteltiin tapahtumissa aktiivisesti. Toisaalta mm. tyytyväisyysarviot ja rahankulutus ovat asioita, jotka voidaan parhaiten selvittää vasta tapahtuman jälkeen. Tapahtumien jälkeen tehtyyn jatkokyselyyn tavoitettiin 42 % tapahtumissa haastatelluista kävijöistä. Tätä vastausprosenttia voidaan pitää kohtuullisen hyvänä.

Kävijäkyselyn tulosten virhemarginaali on kohtuullinen tapahtuman kaikkien vastaajien osalta. Sen sijaan, kun tapahtumien kävijät luokitellaan pienempiin ryhmiin esimerkiksi taustatekijöiden suhteen, virhemarginaali kasvaa kussakin yksittäisessä luokassa.

Tapahtuman kävijöiden rahankäytön tarkastelu antaa kokonaisuutena tarkasteltuna kohtuullisen luotettavan kuvan kävijöiden tapahtumanaikaisesta rahankulutuksesta. Tutkimuslomakkeessa rahankäyttöä, tapahtuman eri osatapahtumissa käyntiä sekä lip-pujen hankintaa selvitettiin useiden kysymysten avulla. Tällä tavoin saatiin muodostet-tua luotettavampi kuva kävijän rahankulutuksesta ja eri osatapahtumissa käymisestä.

Toisaalta virhettä saattoi syntyä otannan painottumisesta hieman väärällä tavalla eri päiville tai eri tiulaisuuksiin. Vaikka tapahtumakävijöiden rahankäyttö ja sitä kautta Seinäjoelle tuleva kokonaistulo perustuu laskelmiin, joissa joudutaan osittain käyttämään arviopohjaisia tietoja, voidaan kokonaistuloarvioiden olevan suuruusluokaltaan uskottavia.

Tutkimuksen tapahtumista Seinäjoen Tangomarkkinat on taloudellisen vaikuttavuuden arvioinnin osalta selkeästi hankalin. Tangomarkkinat koostuu useista erilaisista konserteista eri kohteissa, Tangokuninkaallisten Finaaleista, Tangokadun tapahtumista ja ilmaiskonserteista joissa tarkan kävijämäärän arviointi on hankalaa. Jos tutkimus tullaan jatkossa toteuttamaan uudestaan saman tyyppisenä ja halutaan saada tarkempia tuloksia, haastattelujen toteuttamiseen erilaisissa kohteissa tulee kiinnittää enemmän huomiota.

Joissakin tapahtumien taloudellista vaikutusta selvittäneissä tutkimuksissa on tapahtumapaikkakunnalla asuvien tapahtuman kävijöiden rahankäyttö jätetty huomioimatta tapahtuman alueelle tuomista kokonaistuloista. Tällöin ajatellaan tapahtuman kävijöiden korvanneen tapahtuman johdosta syntyneen kulutuksen osallistumalla tapahtuma-alueella johonkin muuhun vastaavaan tapahtumaan. Siten tulon lisäystä ei tulisi alueelle paikallisen väestön tapahtumaan osallistumisen kautta lainkaan. Tässä tutkimuksessa ei tapahtumapaikkakunnalla asuvia vastaajia ole jätetty kokonaistuloja laskettaessa huomioimatta. Tämän tutkimuksen tapahtumat ovat alueella ainutlaatuisia, joten ei ole ollenkaan selvää, että korvaavia tapahtumia löytyisi ainakaan kotipaikkakunnalta.

Tapahtuman taloudellisia vaikutuksia tulkittaessa on myös huomioitava, että tapahtumilla on myös muita merkittäviä vaikutuksia aluetaloudellisten vaikutusten lisäksi (esim. elämysten luominen, imagovaikutukset paikkakunnalle). Lisäksi aluetaloudellisten vaikutusten analyysi on tässä tutkimuksessa rajattu koskemaan vain kävijöitä, jotka ovat hankkineet tapahtumaan lipun tai osallistuneet tapahtuma-alueella/konserttipaikalla järjestettyyn ilmaistapahtumaan. On hyvin tiedossa, että Seinäjoen tapahtumat houkuttelevat paikkakunnalle myös sellaisia kävijöitä, jotka eivät osallistu tapahtumaan, vaan tulevat paikkakunnalle esimerkiksi tunnelman ja ihmisvilinän vuoksi. Toki nämäkin kävijät kuluttavat rahaa Seinäjoella ja ovat siis merkittäviä alueen yrityksille.

LIITE 1. KYSYMYSLOMAKE

Tapahtumassa tehty haastattelulomake

KÄVIJÄKYSELY 2016

SeAMK Markkinatutkimuspalvelut

Tapahtuman nimi

1. Oletko tapahtumassa

- 1 Ensimmäistä kertaa
- 2 Toista kertaa
- 3 Kolmatta kertaa
- 4 4. – 6. kertaa
- 5 7. tai useampaa kertaa

2. Kenen kanssa olet tapahtumassa?

- 1 Yksin
- 2 Puolison / tyttö- / poikaystävän kanssa
- 3 Ystävän / ystävien kanssa
- 4 Perheen kanssa, mukana lapsi/lapsia
- 5 Muu, mikä? _____

Kysymykset 3-5 puuttuivat Keskustan puoluekokouksen lomakkeesta

3. Miten tärkeinä pidit seuraavia tekijöitä päättäessäsi osallistumisesta tapahtumaan?

	Ei lainkaan tärkeä			Erittäin tärkeä tekijä	
	1	2	3	4	5
a) Tapahtuman ohjelma/esiintyjät	1	2	3	4	5
b) Viihtyisän päivän/ajan viettäminen	1	2	3	4	5
c) Yhdessäolo ystävien/perheen kanssa	1	2	3	4	5
d) Tapahtuman tunnelma/ilmapiiiri	1	2	3	4	5
e) Aikaisemmat omat kokemukset tapahtumasta	1	2	3	4	5
f) Ystävät suosittelivat/houkuttelivat mukaan	1	2	3	4	5
g) Tapahtuma oli lähellä	1	2	3	4	5
h) Uusien ihmisten tapaaminen	1	2	3	4	5
i) Sain liput lahjaksi	1	2	3	4	5
j) Muu syy, mikä? _____	1	2	3	4	5

4. Mistä eri lähteistä sait/etsit tietoa tapahtumasta?]

- 1 Radio- / televisiomainoksista
- 2 Lehtimainoksista
- 3 Tapahtuman internetsivuilta
- 4 Tapahtuman Facebook sivuilta
- 5 Henkilökohtaisesta kirjeestä/tekstiviestistä/ sähköpostista järjestäjiltä
- 6 Tapahtuman esitteestä / lehdestä
- 7 Aikakauslehden / sanomalehden jutuista
- 8 Ulkomainonnasta
- 9 Tuttavilta
- 10 Messuilta
- 11 Muualta mistä? _____
- 12 En etsinyt/saanut tietoa juuri mistään / tiesin tapahtuman entuudestaan

5. Miten hankit tapahtuman pääsylipun?

- 1 Ostin itse
- 2 Sain lahjaksi
- 3 Sain lipun työnantajalta / yhteistyökumppanilta
- 4 Muuten, miten? _____

6. Millainen mielikuva sinulla on Seinäjoesta?

- 1 Erittäin myönteinen
- 2 Melko myönteinen
- 3 Neutraali /ei juuri mielikuvia
- 4 Melko kielteinen
- 5 Erittäin kielteinen

7. Millä laatusanalla kuvailisit Seinäjokea?

8. Vastajaajan sukupuoli

- 1 Nainen 2 Mies

9. Ikä _____ vuotta

10. Asuinpaikkakunta _____

Täyttämällä yhteystietosi osallistut (5 kpl) INTO Seinäjoen lahjoittamien tuotepakettien arvontaan!

Nimi: _____

Osoite: _____

Puhelin: _____

Sähköpostios. _____

Kysymme tapahtuman jälkeisellä viikolla lyhyesti (5-10 min) kokemuksiasi tapahtumasta

Tavoittaako sinut kyselyyn parhaiten

- Sähköpostilla (kysely netissä)
- Kirjepostilla

KIITOS!

Yhteystietoja ei käytetä suoramarkkinointiin

LIITE 1. Kysymyslomake
Tapahtuman jälkeen lähetetty jatkokyselylomake

A. TIEDONSAANTI TAPAHTUMASTA

1. Milloin teit päätöksen osallistua tapahtumaan?

- 1 Vuotta aiemmin / osallistuessani tapahtumaan edellisenä vuonna
- 2 Yli puoli vuotta aiemmin
- 3 1-6 kuukautta aiemmin
- 4 Korkeintaan kuukautta aiemmin
- 5 Korkeintaan viikkoa aiemmin
- 6 1-3 päivää aiemmin
- 7 Tapahtumaan osallistumispäivänä

Kysymykset 2-3 puuttuivat Keskustan puoluekokouksen kyselylomakkeesta.

2. Milloin hankit/sait pääsylipun tapahtumaan?

- 1 Vuotta aiemmin / osallistuessani tapahtumaan edellisenä vuonna
- 2 Yli puoli vuotta aiemmin
- 3 1-6 kuukautta aiemmin
- 4 Korkeintaan kuukautta aiemmin
- 5 Korkeintaan viikkoa aiemmin
- 6 1-3 päivää aiemmin
- 7 Tapahtumaan osallistumispäivänä

3. Millainen pääsylippujen hintataso mielestäsi oli?

- 1 Hyvin edullinen
- 2 Melko edullinen
- 3 Melko kallis
- 4 Hyvin kallis

4. Oletko käynyt tapahtuman internet-sivuilla?

- 1 En
- 2 Kyllä → Löysitkö tarvitsemasi tiedon?
 - 1 Kyllä
 - 2 En

5. Jos et löytänyt tietoa, mitä tietoa et löytänyt?

6. Käytätkö seuraavia sosiaalisen median välineitä

- 1 Facebookia
- 2 Twitteriä
- 3 Instagramia
- 4 En käytä mitään näistä

7. Oletko seurannut tapahtumaa seuraavissa?

- 1 Facebookissa
- 2 Twitterissä
- 3 Instagramissa
- 4 En missään näistä

B. TYYTYVÄISYYS TAPAHTUMAAN

8. Minkä kouluarvosanan antaisit tapahtumalle kokonaisuudessaan asteikolla 4 – 10?

4 5 6 7 8 9 10

Perustelet: _____

9. Miten tapahtuma vastasi odotuksiasi?

- 1 Ylitti odotukset
- 2 Oli odotusten mukainen
- 3 Alitti odotukset

10. Kuinka todennäköisesti aiot tulla tapahtumaan ensi vuonna?

- 1 Erittäin todennäköisesti
- 2 Melko todennäköisesti
- 3 Melko epätodennäköisesti
- 4 Erittäin epätodennäköisesti
- 5 En osaa sanoa

11. Jos vastasit melko tai erittäin epätodennäköisesti, miksi näin?

12. Mikä tapahtumassa oli hyvää?

13. Mitä tapahtumassa pitäisi kehittää?

C. RAHANKÄYTTÖ TAPAHTUMAN AIKANA

14. Minä päivänä olit tapahtumassa?

Keskustan puoluekokouksessa, Provinssissa, Tangomarkkinoilla ja Vauhtiajoissa oli tässä kysymyksessä tapahtumakohtaiset vaihtoehdot

15. Yövytkö tapahtuman johdosta tapahtumapaikkakunnalla / lähikunnissa tapahtuman aikana)? (muualla kuin kotona /vapaa-ajan asunnolla)

- 1 En → siirry kysymykseen 17
- 2 Kyllä, millä paikkakunnalla?

16. Missä yövyit ja kuinka monta yötä?

	Kuinka monta yötä?
1 Hotellissa	_____ yötä
2 Leirintäalueella / vaunualueella	_____ yötä
3 Koulumajoituksessa	_____ yötä
4 Maaseutumatkailuyrityksessä	_____ yötä
5 Yksityismajoituksessa	_____ yötä
6 Tuttavien / sukulaisten luona	_____ yötä
7 Muualla, missä? _____	_____ yötä

17. Arvioi, kuinka paljon käytit rahaa seuraaviin kohteisiin koko tapahtumavierailusi aikana?

TAPAHTUMA-ALUEELLA TAPAHTUMASSA		
1. Liput tapahtumaan	_____ €	<input type="checkbox"/> En yhtään
2. Ruokailu ja juomat	_____ €	<input type="checkbox"/> En yhtään
3. Ostokset (vaatteet, korut, ym.)	_____ €	<input type="checkbox"/> En yhtään
TAPAHTUMA-ALUEEN ULKOPUOLELLA TAPAHTUMAPAIKKAKUNNALLA		
4. Majoitus/yöpyminen	_____ €	<input type="checkbox"/> En yhtään
5. Ruokailu ja juomat (ravintolat, kahvilat, kioskit ym.)	_____ €	<input type="checkbox"/> En yhtään
6. Ruokakauppa	_____ €	<input type="checkbox"/> En yhtään
7. Ostokset (vaatteet, kengät, tavarat ym.)	_____ €	<input type="checkbox"/> En yhtään
8. Palvelut (parturi ym.)	_____ €	<input type="checkbox"/> En yhtään
9. Muita palveluja, mitä?	_____ €	<input type="checkbox"/> En yhtään
MUUT		
10. Liikkuminen paikkakunnalla taksilla tai linja-autolla	_____ €	<input type="checkbox"/> En yhtään
11. Polttoainehankinnat tapahtumapaikkakunnalla	_____ €	<input type="checkbox"/> En yhtään

18. Arvioi, kuinka paljon rahaa käytit kokonaisuudessaan tapahtumassa? (yhteensä itse tapahtumassa ja tapahtuman ulkopuolella)

_____ euroa

D. YMPÄRISTÖYSTÄVÄLLISYYS JA EKOLOGISUUS

19. Mitä mieltä olet seuraavista väittämistä?

a) Pidän tärkeänä, että tapahtuma panostaa ympäristöystävällisyyteen ja ekologisuuteen

- 1 Täysin samaa mieltä
- 2 Jokseenkin samaa mieltä
- 3 En samaa enkä eri mieltä
- 4 Jokseenkin eri mieltä
- 5 Täysin eri mieltä

b) Olisin valmis maksamaan enemmän tapahtumassa myytävästä ruoka-annoksesta, jos se olisi lähi- tai luomutuotettua.

- 1 Täysin samaa mieltä
- 2 Jokseenkin samaa mieltä
- 3 En samaa enkä eri mieltä
- 4 Jokseenkin eri mieltä
- 5 Täysin eri mieltä

⇒ **Jos vastasit 1-2, miten suuren korotuksen olisit valmis maksamaan? _____ €**

E. MAJOITUSTARVE

Vastaa kysymyksiin 20-27 vain, jos yövyit tapahtuman johdosta maksullisessa majoituksessa tapahtumapaikkakunnalla / lähikunnissa tapahtuman aikana?

20. Oliko haluamaasi majoitusta saatavilla?

- 1 Kyllä
- 2 Ei

21. Oliko tietoa tarjolla olevista majoitusvaihtoehdoista helposti löydettävissä?

- 1 Kyllä
- 2 Ei

22. Koska teit majoitusta koskevan varauksen?

- 1 Vuotta aiemmin / osallistuessani tapahtumaan edellisenä vuonna
- 2 Yli puoli vuotta aiemmin
- 3 1-6 kuukautta aiemmin
- 4 Korkeintaan kuukautta aiemmin
- 5 Korkeintaan viikkoa aiemmin
- 6 1-3 päivää aiemmin
- 7 Tapahtumaan osallistumispäivänä

23. Millainen majoituksen hintataso mielestäsi oli?

- 1 Hyvin edullinen
- 2 Melko edullinen
- 3 Melko kallis
- 4 Hyvin kallis

24. Kuinka tyytyväinen olet kokonaisuudessaan maksulliseen majoitukseen, jossa yövyit?

- 1 Erittäin tyytyväinen
- 2 Melko tyytyväinen
- 3 Ei kovin tyytyväinen muttei tyytymätönkään
- 4 Melko tyytymätön
- 5 Erittäin tyytymätön

25. Mikäli tapahtuma-alueen lähistöltä ei ole saatavilla majoitusta, kuinka kaukana tapahtumapaikasta olisit valmis majoittumaan?

- 1 10 -30 km etäisyydellä tapahtumasta
- 2 31-50 km etäisyydellä tapahtumasta
- 3 51-100 km etäisyydellä tapahtumasta
- 4 Jos majoitun tapahtumassa, on majoituksen löydyttävä aivan tapahtuman läheisyydestä

26. Jos majoituskohteesta on järjestetty kuljetus tapahtumapaikalle ja yöllä takaisin, olisitko halukas yöpymään 60 km/ 1 tunnin matkan päässä tapahtuman keskipisteestä?

- 1 Kyllä
- 2 Ei

27. Miten mieluiten varaisit majoituksen tapahtumaan?

- 1 Itse suoraan yrityksestä
- 2 Tapahtumajärjestäjän kautta
- 3 Keskusvaraamosta, mistä saa muitakin matkailupalveluja
- 4 Jostain muualta, mistä _____

F. SEINÄJOKI TAPAHTUMAKAUPUNKINA

28. Millainen mielikuva sinulla on Seinäjoesta?

- 1 Erittäin myönteinen
- 2 Melko myönteinen
- 3 Neutraali /ei juuri mielikuvia
- 4 Melko kielteinen
- 5 Erittäin kielteinen

29. Vaikuttiko tapahtuma mielikuvaasi Seinäjoesta?

- 1 Vaikutti myönteisellä tavalla
- 2 Ei vaikuttanut mitenkään
- 3 Vaikutti kielteisellä tavalla

30. Liittyykö vierailuusi Seinäjoella (tai lähialueella) tapahtumaan osallistumisen lisäksi jotain muuta toimintaa? (Esim. vierailua sukulaisten luona, kesäteatteria, shoppailua, ravintoloissa käyntiä, urheilutapahtumissa käyntiä, ...)

- 1 Ei liittynyt, osallistuin vain tapahtumaan
- 2 Kyllä, mitä muuta teit Seinäjoella (tai lähialueella)?

31. Miten Seinäjokea tulisi mielestänne kehittää tapahtumakaupunkina?

KIITOS JA HYVÄÄ KESÄN JATKOA!

LÄHTEET

- Cantell, T. & Virkola, Y. (2003). Messukeskuksen taloudelliset vaikutukset pääkaupunkiseudulla. Helsingin kaupungin verkkojulkaisuja 2003:4.
- Kainulainen, K. (2005). Kunta ja kulttuurin talous. Tulkintoja kulttuuripääoman ja festivaalien aluetaloudellisista merkityksistä. Acta Electronica Universitatis Tamperensis: 475.
- Kilpeläinen, P. & Laakso, S. (2008). Eurovision Song Contest Helsinki 2007 laulukilpailut yhteistyökumppanien ja yritysten näkökulmasta. Kaupunkitutkimus TA Oy.
- Laakso, S., Kilpeläinen, P., Kostianen E. & Susiluoto I. (2006). Yleisurheilun MM2005-kisojen aluetaloudelliset vaikutukset. KIHU julkaisusarja 3/2006.
- Laakso, S., Kuisma, H., & Kostianen, E. (2007). Worldskills Helsinki 2005- Ammattitaidon MM-kilpailut. Vaikutukset järjestäjien, yhteistyökumppaneiden ja aluetalouden kannalta. Skills-julkaisuja 1/07.
- Matkailun tulo- ja työllisyysvaikutukset Etelä-Pohjanmaalla vuonna 2004. (2004). Tutkimus- ja koulutuskeskus Synergos. Tampereen yliopiston kauppakoreakoulu. Julkaisematon.
- Mikkonen J., Ristolainen K. & Taskinen, H. (2008). Itäsuomalaisten tapahtumien asiakasprofiilit ja aluetaloudellinen vaikuttavuus. ESS vaikuttaa – tapahtumien arviointihankkeen tutkimusraportti. Joensuun yliopisto.
- Seinäjoen seudun imago (2007). Markkinatutkimuspalvelut, Seinäjoen ammattikorkeakoulu. Julkaisematon. [Viitattu 5.11.2008] Saatavana: http://www.seinanaapurit.fi/ajankohtaista/.muut_julkaisut.html/20813.pdf
- Suutari, T. (2002). Etelä-Pohjanmaan matkailun ja kulttuurin asiakastutkimus. Etelä-Pohjanmaan liiton julkaisuja B:21.



© **Markkinatutkimuspalvelut**
SeAMK Liiketoiminta ja kulttuuri
Frami F
PL 412
60101 Seinäjoki

markkinatutkimus@seamk.fi