

**OPINNÄYTETYÖ**  
**HEIKKI PANTSAR 2011**

**TAPAHTUMIEN KATU**  
**Rovaniemen kävelykadun kesätapahtuma-**  
**tarjonnan kehittäminen**



**Rovaniemen**  
**ammattikorkeakoulu**  
University of Applied Sciences  
LUC

**MATKAILUN KOULUTUSOHJELMA**



ROVANIEMEN AMMATTIKORKEAKOULU  
MATKAILU-, RAVITSEMIS- JA TALOUSALA  
Matkailun koulutusohjelma

Opinnäytetyö

**TAPAHTUMIEN KATU**  
**Rovaniemen kävelykadun kesätapahtumatarjonnan**  
**kehittäminen**

Heikki Pantsar

2011

Toimeksiantaja Rovaniemen Kehitys Oy

Ohjaaja Merja Vankka

Hyväksytty \_\_\_\_\_ 2011 \_\_\_\_\_

---

<b>Tekijä</b>	Heikki Pantsar	Vuosi	2011
<b>Toimeksiantaja Työn nimi</b>	Rovaniemen Kehitys Oy Tapahtumien katu – Rovaniemen kävelykadun kesä- tapahtumatarjonnan kehittäminen		
<b>Sivu- ja liitemäärä</b>	49+2		

---

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli Rovaniemen kävelykadun kesätapahtumatarjonnan kehittäminen. Laajempaan kokonaisuuteen voitiin nähdä koko Rovaniemen keskustan alueen kehittäminen ja elävöittäminen. Tapahtumatarjonnan kehittämiseksi voidaan parantaa asukkaiden viihtyvyyttä ja lisätä kesämatkailua. Kesämatkailun lisääminen tasoittaa sesonkivaihtelua, mikä on yleisesti tunnistettu ongelma Rovaniemen matkailussa. Toimeksiantajan mukaan tapahtumien puute Rovaniemen keskustan alueella on pitkään jatkunut ongelma. Kesätapahtumat tarkoittavat tässä työssä kesä-, heinä- ja elokuussa järjestettäviä tapahtumia.

Tapahtumat ovat aina olleet tärkeässä roolissa yhteiskunnassa läpi historian. Niillä on matkailullista arvoa, ja ne lisäävät kaupungin asukkaiden viihtyvyyttä. Tapahtumien muodostamaan kokonaisuuteen voidaan laskea mukaan mikä tahansa tapahtuma illalliskutsuista Olympialaisiin. Kehittäminen on konkreettista toimintaa, jolla tähdätään selkeästi määritellyn tavoitteen saavuttamiseen. Nykyään kehittämistoiminta tapahtuu usein yksittäisten organisaatioiden sijaan erilaisissa verkostoissa.

Tämä opinnäytetyö on toteutettu laadullisena, ja työn aineisto kerätty teemahaastattelua käyttäen. Yhteensä suoritettiin neljä teemahaastattelua, joihin osallistuneet henkilöt edustavat eri toimialoja. Kaikki haastatteluun osallistuneet henkilöt ovat olleet aktiivisia toimijoita kävelykadun tapahtumissa kesällä 2011. Vastausten perusteella pyrittiin luomaan kuva siitä, mitkä syyt ovat vaikuttaneet vallitsevan tilanteen syntyyn, ja miten ja mihin suuntaan kesän tapahtumatarjontaa pitäisi kehittää.

Tuloksista kävi ilmi, että kesätapahtumien vähäiseen tarjontaan ovat vaikuttaneet mm. suunnitelmallisuuden ja motivaation puute, ja sen ymmärtäminen että onnistunut tapahtuma rakentuu useasta palasesta. Tapahtumien järjestämiseen tarvittavaa eri toimijoiden välistä yhteistyötä on tiivistetty, ja kesällä 2011 se toimi jo kiitettävästi. Tulosten mukaan tapahtumilla on taloudellista merkitystä ja kasvupotentiaalia, ja ne ovat ensiarvoisen tärkeitä kaupungin elävyyden kannalta. Rovaniemellä tapahtumia voidaan hyödyntää kaupungin markkinoinnissa, mutta se vaatii panostuksia.

Tulevaisuudessa tapahtumatarjonnan kehittäminen vaatii entisestään tiivistynyttä toimijoiden välistä yhteistyötä. Toiminnan on oltava organisoidumpaa ja suunnitelmallisempaa alusta loppuun. Uusia ideoita on pystyttävä kehittämään ottamalla samalla huomioon taloudelliset realiteetit ja toimintaympäristö. Kesän 2011 aikana järjestettiin onnistuneita tapahtumia, jotka ruokkivat itseluottamusta ja antoivat uskoa tapahtumien järjestämiseen myös tulevaisuudessa.

Avainsanat: Tapahtumat, kehittäminen, Rovaniemi, kävelykatu, yhteistyö.

<b>Author</b>	Heikki Pantsar	Year	2011
<b>Commissioned by</b>	Rovaniemen Kehitys Oy		
<b>Subject of thesis</b>	Development of Summer Events Repertory of Rovaniemi Pedestrian Street		
<b>Number of pages</b>	49+2		

---

The aim of this thesis was the development of summer events' repertory of Rovaniemi pedestrian street. Simultaneously it also concerns the development and liveliness of the whole city centre of Rovaniemi. The development of summer events repertory can improve residents' satisfaction and increase tourism. The increase of summer tourism helps in balancing the seasonal changes of tourism, which is a commonly known problem of tourism industry in Rovaniemi. Lack of events in the centre of Rovaniemi has been a problem for a long time according to the commissioner of this thesis. In this thesis summer events mean events arranged in June, July or August.

Events have always played a significant role in human society. Events possess tourism value and increase the satisfaction of inhabitants. The events industry includes anything from private dinner parties to the Olympic Games. Development is a concrete process that aims at achieving a specifically defined objective. Nowadays development often occurs in different networks instead of single organisations.

This thesis is a qualitative research, the data of which was collected by four theme interviews. The interviewees represent different sectors of the tourism industry. All of the interviewees have played active roles in events management of the Rovaniemi pedestrian street in summer 2011. Based on the collected data, the aim was to clarify the factors that have affected the present situation and what can be done to improve that situation. It was important to know to what direction and how the summer events repertory should be developed.

According to the results of this thesis, lack of motivation and orderliness, among other things, are reasons to the shortage of summer events. There have also been troubles in understanding that successful events consist of many different pieces. Co-operation between operators is a vital part of successful events. It has improved in the last few years and in summer 2011 it already seemed to work well. Events can provide economic benefits and have a good potential of economic growth in the future. Events also have an important impact on the liveliness of the city centre. According to the results, events can be used to promote Rovaniemi as a destination but it demands a lot of resources.

In the future, development of events repertory demands more efficient co-operation between operators. More organizing and planning are needed. New ideas should be invented by taking economic facts and the size of the city into account. Successful events were held in the Rovaniemi pedestrian street during summer 2011. It gave a lot of self confidence and faith to continue arranging events also in the future.

Key words: events, development, Rovaniemi, pedestrian street, co-operation.

## SISÄLTÖ

<b>1</b>	<b>JOHDANTO</b> .....	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>ROVANIEMI</b> .....	<b>4</b>
2.1	HISTORIAA JA YLEISTÄ TIETOA .....	4
2.2	ROVANIEMEN MATKAILUSTRATEGIA JA IMAGO .....	5
2.3	ROVANIEMEN KEHITYS OY .....	7
<b>3</b>	<b>TAPAHTUMAT</b> .....	<b>9</b>
3.1	TAPAHTUMIEN LUONNE JA MERKITYS .....	9
3.2	TAPAHTUMIEN ARVO .....	10
3.3	TAPAHTUMAN TEEMA .....	12
3.4	TAPAHTUMAMARKKINOINTI .....	13
3.5	ROVANIEMEN KESÄTAPAHTUMAT 2011 .....	14
<b>4</b>	<b>KEHITTÄMIEN</b> .....	<b>17</b>
4.1	KEHITTÄMISTOIMINTA JA TUOTEKEHITYS .....	17
4.2	KESKUSTAN KEHITTÄMINEN JA ELÄVÄ KAUPUNKIKESKUSTA .....	18
4.3	KÄVELYKADUT SUOMESSA JA ROVANIEMEN KÄVELYKATU.....	20
<b>5</b>	<b>TEEMAHAASTATTELUPROSESSI</b> .....	<b>21</b>
5.1	TEEMAHAASTATELUN .....	21
5.2	AINEISTON ANALYSOINTI.....	22
5.3	LUOTETTAVUUS.....	23
5.4	TEEMAHAASTATELUN: ROVANIEMEN KÄVELYKADUN KESÄTAPAHTUMAT.....	24
5.5	HAASTATELTAVIEN ESITTELY .....	26
<b>6</b>	<b>TULOKSET</b> .....	<b>28</b>
6.1	TULOSTEN KÄSITTELY.....	28
6.2	ROVANIEMEN KESÄTAPAHTUMIEN HISTORIA .....	28
6.3	TAPAHTUMIEN MERKITYS .....	29
6.4	KESÄN 2011 TAPAHTUMAT .....	29
6.5	TOIMIJOIDEN VÄLINEN YHTEISTYÖ .....	31
6.6	IMAGOLLISET KYSYMYKSET JA TAPAHTUMAMARKKINOINTI .....	31
6.7	TALOUDELLINEN MERKITYS JA MATKAILIJOIDEN POTENTIAALI .....	33
6.8	TAPAHTUMIEN AJANKOHTA, KOKO JA TYPPI.....	34
6.9	YHTEENVETO.....	35
<b>7</b>	<b>POHDINTA</b> .....	<b>37</b>
7.1	TULOKSET JA LUOTETTAVUUS.....	37
7.2	OPINNÄYTETYÖPROSESSI .....	41
	<b>LÄHTEET</b> .....	<b>44</b>
	<b>LIITTEET</b> .....	<b>48</b>

## 1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on Rovaniemen kävelykadun kesätapahtumatarjonnan kehittäminen. Laajempaan kokonaisuuteen voidaan nähdä Rovaniemen kävelykadun, ja koko keskustan kehittäminen ja elävöittäminen, koska tapahtumat lisäävät kävelykadun vetovoimaa ja kaupallisuutta. Tavoitteena on selvittää Rovaniemen kävelykadun tilanne kesätapahtumien tarjonnan osalta, ja selvittää mitä vaikuttavia tekijöitä tilanteen taustalla on. Sen pohjalta luodaan kehittämissuuntia ja ideoita tulevaisuutta varten. Tutkimuksessa etsitään toimivia esimerkkejä ja epäkohtia menneiltä vuosilta, mutta pääpaino on kesän 2011 tapahtumatarjonnassa. Menneistä vuosista ammennetaan tietoa tulevaisuutta varten ja pyritään luomaan kuva siitä, mihin suuntaan, ja miten kesän tapahtumatarjontaa tulisi kehittää. Tässä tutkimuksessa kesätapahtumat tarkoittavat kesä-, heinä- ja elokuussa järjestettäviä tapahtumia. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Rovaniemen Kehitys Oy.

Tämän opinnäytetyön toimeksiantajan mukaan Rovaniemen kaupungin keskusta vaatii kehittämistä, jotta matkailijoiden ja paikallisten ihmisten viihtyvyyttä saadaan parannettua. Kävelykadun ympäristössä toimii yhteensä 140 erilaista yritystä, joiden hyödyntäminen kehittämistyössä on mahdollista. Tapahtumien puute keskustan alueella on ollut jo pitkään ongelma, ja etenkin iltatekemisen puute on noussut useaan kertaan esille aiheesta keskusteltaessa. Tällä selvityksellä haetaan ratkaisuja tähän ongelmaan. Henkilökohtaisesti allekirjoitan täysin ongelman liittyen kesätapahtumien vähäiseen määrään Rovaniemellä. Toisaalta on tiedostettava se tosiasia, ettei Rovaniemen kokoisessa kaupungissa ole realistista järjestää esimerkiksi kansainvälisen tason isoja konsertteja tai urheilutapahtumia. Se, mitä täällä kuitenkin voidaan tehdä, on kehittää laadukkaita tapahtumia, joilla voidaan sekä houkutella alueelle matkailijoita, ja parantaa kaupungin asukkaiden viihtyvyyttä. Häyrisen ja Vallon (2008, 93–94) mukaan tapahtumien järjestämisessä hyvä muistisääntö on mitä, miksi ja kenelle? Tapahtumalla on aina oltava tavoite, eli miksi se järjestetään ja mitä sillä halutaan viestiä. Tapahtuman kohderyhmä täytyy olla määritelty ja tavoite kirkkaana mielessä koko prosessin ajan. Se mitä järjestetään ja kenelle, määrittelee tapahtuman luonteen.

Rovaniemen keskusta on muuttunut ja kehittynyt 2000-luvun alussa todella paljon. Uusia kauppakeskuksia on rakennettu, ja kävelykatua on jatkettu ulot-

tumaan pidemmällä. 2010-luvun taitteessa keskustan uudesta kaavasta on keskusteltu tiedotusvälineissä. Erilaiset muutokset kaupungin toiminnassa ja ulkoisissa puitteissa aiheuttavat aina puhetta tiedotusvälineissä ja ihmisten keskuudessa. Pidän tätä mielenkiintoisena, mutta toisaalta myös haasteellisena asiana. Aina löytyy ihmisiä, jotka vastustavat kaikkea muutosta. Tällä selvityksellä on oletettavasti merkitystä kaupungin elinvoimalle. Elävä ja tapahtumarikas keskusta lisää asukkaiden viihtyvyyttä ja tuo matkailijoita kaupunkiin. Matkailijoiden viipymä alueella pitenee ja yritysten myynti kasvaa, mikä lisää alueen hyvinvointia. Lisääntynyt kesätapahtumien tarjonta on myös yksi keino tasapainottaa alueen matkailun sesonkivaihteluita. Liian suuret sesonkivaihtelut on yleisesti tunnistettu ongelma Rovaniemen alueen matkailussa.

Olen taustaltani vahvasti rovaniemeläinen. Olen käynyt kaikki kouluni Rovaniemellä ja asunut kaupungissa melkein koko elämäni ajan. Tätä opinnäytetyötä aloittaessani suoritin RAMK:n syventävää harjoittelua Rovaniemen Kehitys Oy:ssä, joka toimii tämän opinnäytetyön toimeksiantajana. Harjoittelun jälkeen jatkoin kesätöissä saman yrityksen palveluksessa. Opintojeni toisena vuonna suoritin RAMK:n perusharjoittelun Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi Oy:ssä. Kesällä 2011 olin Rovaniemen Kehitys Oy:n palveluksessa mukana toteuttamassa ja suunnittelemassa erilaisia kesätapahtumia. Näistä suurimmat olivat Sääskisafari ja Miesten Satanen, joita tullaan käsittelemään ja hyödyntämään myöhemmin tässä opinnäytetyössä. Kesän kokemuksista pystyin ammentamaan paljon hyödyllistä tietoa tähän opinnäytetyöhön. Minulla on itselläni hyvä kuva keskustan tapahtumatarjonnasta, ja sen kehittämistarpeista. Minulla on myös tietoja siitä, millaisia tapahtumia kävelykadulla voidaan järjestää. Tunnen alueen pelastuslainsäädännöllisen puolen, ja alueen hallinnoijan (Rovaniemen Kehitys Oy) asettamat rajoitteet ja mahdollisuudet alueen käytölle.

Tämä opinnäytetyö on toteutettu kvalitatiivisena, ja aineisto kerättiin teema-haastattelujen avulla. Laadullisen eli kvalitatiivisen tutkimuksen olemukseen kuuluu, että sillä pyritään ymmärtämään tutkittavan asian laatua, ominaisuuksia ja merkityksiä kokonaisvaltaisesti. Kvalitatiivisen tutkimuksen eri menetelmien yhteisenä piirteenä on kohteen esiintymisympäristön, taustan, tarkoituksen, merkityksen ja ilmaisuun sekä kieleen liittyvien näkökulmien ko-

rostaminen. (Jyväskylän yliopisto 2011.) Teemahaastattelussa aihepiirit eli teemat ovat kaikille haastateltaville samat, mutta kysymysten muoto ja järjestys eivät ole tarkkaan määriteltyjä (Hirsjärvi–Hurme 2009, 48). Niin laadullisessa tutkimuksessa, kuin tieteellisessä tutkimuksessa yleensä, edellytetään kurinalaisuutta, järjestelmällisyyttä ja täsmällisyyttä. Ongelma, kysymykset ja tavoitteet on aina määriteltävä täsmällisesti. (Vilka 2005, 28.)

Kaikki haastatteluun osallistuneet henkilöt ovat olleet jollain tavalla mukana toteuttamassa kesän 2011 tapahtumia Rovaniemen kävelykadulla. Haastatellut henkilöt edustavat eri aloja yritysmaailmasta. Haastatellut henkilöt ovat Santa's Hotelsin myyntijohtaja Jussi Perkkiö, Sampokeskuksen kauppakeskuspäällikkö Ahti Ylimäinen, Oluthuoneen ja Roy Clubin yrittäjä Matti Henttunen sekä Rovaniemen Rosson, Coffee Housen ja Pub Uiton ravintolapäällikkö Reijo Soppela. Työn teoria pohjautuu pitkälti tapahtumiin, kehittämiseen ja tutkimusmenetelmiin perustuvaan kirjallisuuteen ja sähköisiin lähteisiin. Muita tärkeitä teorian pohjia ovat mm. Rovaniemen matkailustrategia ja Elävä Kaupunkikeskusta ry:n julkaisut.

Tämän opinnäytetyön johdannossa on perehdytty lyhyesti työn taustaan ja tavoitteisiin, sekä luotu katsaus tutkimuksessa käytettyihin menetelmiin. Luvussa 2 käsitellään Rovaniemen kaupungin nykytilannetta, historiaa ja kaupungin imagoa. Lisäksi luvussa 2 tärkeinä asioina ovat Rovaniemen matkailustrategia ja tämän opinnäytetyön toimeksiantajan, Rovaniemen Kehitys Oy:n esittely. Luvussa 3 käsitellään tapahtumia kokonaisuutena. Käsittelyn aiheena ovat tapahtumien luonne, merkitys ja arvo. Lisäksi tässä luvussa käsitellään Rovaniemen kesätapahtumia vuonna 2011, tapahtumien teeman valintaa ja tapahtumamarkkinointia. Luvun 4 aiheena on kehittäminen. Luvussa perehdytään kehittämiseen käsitteenä, sekä otetaan huomioon kehittäminen kaupungin keskustan näkökulmasta. Lisäksi tässä luvussa käsitellään suomalaisia kävelykatuja. Luvussa 5 käsitellään teemahaastatteluprosessia. Lisäksi esitellään suorittamiini teemahaastatteluihin osallistuneet henkilöt, sekä kyseisen haastattelun tavoitteet ja sisältö. Luku 6 sisältää suorittamieni teemahaastattelujen tulokset ja niiden analysoinnin. Luvussa 7 pohditaan työn tuloksia, luotettavuutta ja opinnäytetyöprosessin vaiheita. Opinnäytetyön lopussa ovat siinä käytetyt lähteet ja työn liitteet.



## 2 ROVANIEMI

### 2.1 Historiaa ja yleistä tietoa

Rovaniemi on kahden suurjoen, Ounasjoen ja Kemijoen risteykseen muodostunut kehittyvä, kansainvälinen, kaupan, hallinnon ja koulutuksen kaupunki. Rovaniemi on aina ollut portti Lappiin ja Lapin läänin hallinnollinen keskus vuodesta 1938 lähtien. Rovaniemestä tuli kaupunki vuonna 1960. Kaupunki ja maalaiskunta yhdistyivät uudeksi Rovaniemen kaupungiksi 2006. (Rovaniemi 2011a.)

Pinta-alaltaan Rovaniemi on Euroopan suurin kaupunki. Asukasluvultaan Rovaniemi sijoittuu Suomen 15. suurimmaksi kaupungiksi. Vuoden 2010 lopussa Rovaniemen asukasluku oli 60 083 henkilöä, missä oli väestönlisäystä 235 henkilöä. Rovaniemen naapurikunnat ovat Tervola, Ranua, Kemijärvi, Sodankylä, Kittilä, Kolari, Ylitornio, Pello, Pelkosenniemi ja Posio. Ystävyyskaupunkeja Rovaniemellä on ympäri maailman. Rovaniemi tunnetaan nykyään Joulupukin virallisena kotikaupunkina. Helpon saapumisen Rovaniemelle mahdollistavat hyvät kulkuyhteydet. Useat lentoyhtiöt lentävät Rovaniemelle säännöllisin vuoroin, ja VR:n junavuoroja saapuu kaupunkiin viisi päivässä. Myös monet bussiliikenneyhtiöt suuntaavat Rovaniemen kautta kauemmas pohjoiseen. (Rovaniemi 2011b; Rovaniemen matkailu 2011a, b, c.)

Rovaniemen värikkääseen historiaan ovat vaikuttaneet vahvasti mm. keskeinen sijainti Lapissa, uittoperinne ja sotien jättämät vaikutukset. Rovaniemi on tunnetusti aina ollut tärkeä kohtaamispaikka etelän ja pohjoisen välillä. Rovaniemi tuli omaksi kirkonkyläksi vuonna 1875 ja sai markkinaoikeudet viisi vuotta myöhemmin, jolloin siitä alkoi muodostua tärkeä kauppa- ja kohtaamispaikka. Suursavotoiden ansiosta Rovaniemestä muodostui myös Lapin puutavarakaupan keskus, mikä näkyy edelleen uitto- ja tukkilaisperinteen vahvana olemassaolona. Rovaniemi tuhoutui Lapin sodassa 1944–1945 lähes täysin saksalaisten vetäytyessä kohti pohjoista poltetun maan taktiikkaa käyttäen. Sotien jälkeen alkoi vilkas jälleenrakennusvaihe, johon merkittävän panoksen antoi Suomen tunnetuin arkkitehti Alvar Aalto. Useat rakennukset, sekä kaupungin asemakaava ovat hänen kädenjälkeään. (Rovaniemen matkailu 2011e.)

Rovaniemen ilmasto on subarktinen, mille on ominaista valoisuuden ja lämpötilan voimakas vaihtelu. Lumi peittää Rovaniemeä noin puolet vuodesta, mutta toisaalta ylin mitattu lämpötila on 30,6 C. Kesä on tunnetusti todella lyhyt, vaikkakin suhteellisen lämmin. Kesäkuussa sää voi kuitenkin vielä olla todella vaihteleva, eikä alkukesä yleensä ole vielä kovinkaan lämmintä aikaa. Kesäkuussa vuorokauden keskimääräinen ylin lämpötila on 17,5 C, ja alin keskimääräinen lämpötila 6,9 C. Keskikesän yötön yö puolestaan luo valtavasti mahdollisuuksia tapahtumien järjestämiselle valoisaan aikaan ympäri vuorokauden. Heinäkuun keskimääräinen ylin lämpötila on 19,7 C, ja alin 9,5 C. Elokuussa illat alkavat jälleen pimentyä, mutta lämpötila pysyy ainakin päivällä edelleen hyvissä lukemissa. Pimenevät illat tuovat mukanaan erilaisia mahdollisuuksia tapahtumissa, kuten valaistusten käytön. Elokuussa keskimääräinen ylin lämpötila on 16,7 C, ja alin keskimääräinen lämpötila 7,3 C. (Rovaniemen matkailu 2011d.)

## **2.2 Rovaniemen matkailustrategia ja imago**

Rovaniemen kaupungin matkailustrategiassa tuodaan esille kesämatkailuun ja tapahtumiin liittyviä tavoitteita, faktoja ja ongelmia. Rovaniemen matkailun ongelmana ovat suuret sesonkivaihtelut, eikä kesämatkailu ole kehittynyt halutulla tavalla. Alueen läpi kulkee potentiaalisia matkailijoita, mutta he viiptyvät usein liian lyhyen ajan, eikä heidän rahankäyttönsä ole talvimatkailijoiden tasolla. (Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi 2006, 21.)

Ulkomaisten matkailijoiden osuus kaikista kesän matkailijoista on hieman yli puolet. Kesäisin Rovaniemelle saapuu ainakin saksalaisia, hollantilaisia, sveitsiläisiä, espanjalaisia, italialaisia ja norjalaisia matkailijoita. Rovaniemen kesämatkailun tärkeimpiä elementtejä ovat luonto, yötön yö ja kaupunkia ympäröivät vesistöt. Rovaniemen matkailustrategiassa kaupungin ydinkeskusta nostetaan yhdeksi tärkeimmistä kehittämiskohteista. Tapahtumatarjontaa pyritään lisäämään, ja sitä kautta tasaamaan sesonkien vaikutusta matkailijamääriin. Rovaniemen omia kulttuuriperinteitä tulisi hyödyntää yhä enemmän tapahtumien suunnittelussa. Tapahtumilla pyritään saamaan Rovaniemelle uusia asiakkaita ja kohderyhmiä, sekä saavuttamaan huomiota eri medioissa. (Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi 2006, 10, 23, 58–59.)

Rovaniemen matkailustrategiassa viitataan neljään eri tutkimukseen koskien Rovaniemen imagoa. Nämä tutkimukset ovat: Suomalaisten mielikuvia Rovaniemen seudusta (Suomen Gallup, 2002 ja 2005), Rovaniemen seudun imagotutkimus (Taloustutkimus Oy, 2003) ja Suomi tänään: Kaupungit ja kunnat matkailukohteina (Taloustutkimus Oy, 2005). Tutkimuksissa tämän opinnäytetyön kannalta kiinnostavia ovat ne asiat mistä Rovaniemi tunnetaan tai mitä se tuo mieleen, eikä niinkään se millaisen arvosanan ihmiset sille antavat. (Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi 2006, 39–41.)

Suomalaisista valtaosan mielestä matkailu on Rovaniemeen vahvasti liittyvä piirre, ja Rovaniemeä pidetään erityisen luonnonläheisenä paikkana. Selkeä enemmistö pitää Rovaniemeä myös kiinnostavana lomanviettokohteena. Kaupungin ilmapiiriä pidetään rentona ja reiluna, mutta samalla myös perinteikkäänä. Urheilu, liikunnallisuus ja opiskelu antavat myös oman leimansa Rovaniemelle. Kaksi viidesosaa suomalaisista yhdistää Rovaniemen pohjoiseen tai Lappiin, ja Joulupukki sekä joulu tulevat mieleen joka viidennellä. Kolmanneksi suosituin Rovaniemeen yhdistettävä asia on poro, joka tuli mieleen n. joka kymmenennellä ihmisellä. Lisäksi ihmisten mieleen tulivat spontaanisti mm. napapiiri, lumi ja pakkaset. Joulupukki hallitsee erityisen vahvasti 15–34 vuotiaiden kuvaa Rovaniemestä. Talvimatkailuun liittyvät asiat hallitsivat vahvasti Rovaniemeen liittyviä suomalaisten mielikuvia, mikä vahvistaa näkemystä kesämatkailun heikosta tilasta. Erityisesti nuoret, alle 25-vuotiaat liittivät kulttuuritarjonnan ja erilaiset tapahtumat Rovaniemen yhteyteen. Tapahtumista kysyttäessä, 47 % ihmisistä yhdisti ne Rovaniemeen. Kenelläkään eivät tapahtumat kuitenkaan tulleet spontaanisti mieleen. (Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi 2006, 39–41, 77–79.)

Rovaniemen asukkaiden mielestä kaupunkia kuvaavat parhaiten Joulupukki, luonnonläheisyys, opiskelu, matkailu ja urheilullisuus. Rovaniemeläiset kokevat koulutuksen ja matkailun tärkeäksi, niin kuin myös kulttuurin ja urheilun. Joulutapahtumat koettiin myös tärkeäksi kaupungin kannalta. Rovaniemeläiset arvostavat kansainvälisyyttä, edistyksellisyyttä, kulttuurimyönteisyyttä ja palveluhenkisyttä, sekä pitävät kaupunkia tapahtumarikkaampana, urheilullisempänä, nuorekkaampana, dynaamisempänä ja opiskelijakaupunkina enemmän kuin suomalaiset yleensä. (Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi 2006, 39–41, 77–79.)

Rovaniemen matkailustrategiassa esitettyjen imagotutkimustulosten perusteella voidaan päätellä, etteivät tapahtumat ole tällä hetkellä kovin suuri vetovoimatekijä Rovaniemellä. Toki löytyi myös ihmisiä jotka pitivät kaupunkia tapahtumarikkaana, mutta mielestäni näiden tietojen perusteella on vaikea nähdä Rovaniemeä yleisesti tapahtumavilkkaana kaupunkina. Kesätapahtumien järjestämisen ja ideoinnin kannalta mielenkiintoisia asioita olivat mielestäni luonnonläheisyys, urheilullisuus, perinteikkyyys ja rento sekä reilu meininki. (Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi 2006, 39–41, 77–79.) Rovaniemeä pidetään opiskelijakaupunkina, mikä luo mielestäni hyviä mahdollisuuksia suunnata erilaisia tapahtumia opiskelijoille, tai rohkaista heitä itse niiden järjestämiseen.

### **2.3 Rovaniemen Kehitys Oy**

Rovaniemen Kehitys Oy:n tarkoituksena on alueen elinkeinotoiminnan ja elinkeinopolitiikan kehittäminen, edistäminen ja toteuttaminen sekä elinkeinoasioiden hoidon ja yhteistoiminnan järjestäminen Rovaniemen alueella. (Kauppalehti 2011.) Rovaniemen Kehitys Oy:n yhtenä tehtävänä on käynnistää erilaisia hankkeita yritysten tarpeista lähtien. Hankkeilla pyritään parantamaan kilpailukykyä jollain tietyllä erityisalueella. Niillä voidaan parantaa esimerkiksi markkinointia, kansainvälistymistä tai oppilaitosyhteistyötä. Rovaniemen Kehitys tarjoaa myös luottamuksellista ja maksutonta apua uuden yrityksen perustajalle, tai yrittäjälle joka haluaa tehostaa jo olemassa olevaa liiketoimintaansa. Yrittäjän on mahdollisuus saada tietoa liikeideasta, kannattavuudesta, yritysmuodosta, luvista, rahoituksesta ja toimitiloista. (Rovaniemen Kehitys 2011a, b, c.) Rovaniemen Kehitys vastaa useiden tapahtumien suunnittelusta ja toteutuksesta, sekä hallinnoi Rovaniemen Kauppatoria, ja Lordin aukiota Rovaniemen ydinkeskustassa.

Rovaniemen Kehitys Oy käynnisti helmikuussa 2008 Tapahtumista totta – hankkeen, jonka tavoitteena oli kehittää ja tuotteistaa tapahtumia. Hanke päättyi helmikuussa 2010. Hankkeen aikana pyrittiin suunnittelemaan ja tuotteistamaan 2-4 kärkitapahtumaa, joissa on otettu huomioon sesonkivaihtelut ja matkailijoiden erityistoiveet. Hankkeella pyrittiin myös tasoittamaan Rovaniemen matkailun sesonkivaihtelua. (Rovaniemen Kehitys 2011d). Sesonkivaihtelu luo ongelmia etenkin majoituskapasiteetin suhteen, koska vilkkaim-

millaan kapasiteettia ei ole tarpeeksi, kun taas hiljaisimpina aikoina sitä ei saada kannattavalle tasolle.

Hankkeella pyrittiin elvyttämään vuosien saatossa tyrehtynyttä kesämatkailijoiden virtaa. Kesämatkailun kehittämällä voitaisiin luoda ympärivuotinen matkailijavirta, mikä on määritelty tavoitteeksi myös Rovaniemen ja Lapin matkailustrategioissa. Kesän tapahtumia pyrittiin tuomaan selkeämmin esiin tiedotuksessa. Lisäksi tarkoituksena oli vilkastuttaa kaupunkikuvaa ja luoda ihmisille mielikuva Rovaniemestä kesäkaupunkina, missä tapahtuu aina jotain. (Rovaniemen Kehitys 2011d; 2010a. )

Hankkeen loppuraportissa mainitaan kesän kohdalla eri tapahtumien välinen tiivistynyt yhteistyö, mikä on johtanut tapahtumien keskittymiseen tietyille viikonlopuille, jolloin kaupungissa on paljon elämää. (Rovaniemen Kehitys 2010a.) On kuitenkin aiheellista miettiä, onko tapahtumien keskittyminen samalle viikonlopulle täysin optimaalinen tilanne, vai pitäisikö tarjontaa hajauttaa.

### 3 TAPAHTUMAT

#### 3.1 Tapahtumien luonne ja merkitys

Erilaisista tapahtumista on dokumentoitua tietoa jo ajalta ennen Rooman valtakunnan tuhoa 476 e.a.a. Tapahtumat ovat aina olleet tärkeässä roolissa yhteiskunnassa läpi historian. Monissa yhteisöissä tapahtumia ja juhlia on järjestetty, jotta ihmiset olisivat voineet irtaantua arjesta ja rutiineistaan. Usein tapahtumien järjestämiseen on riittänyt pienikin tekosyy. Usein tapahtumilla on myös ollut uskonnollinen tarkoitus, jolloin ne noudattivat tarkkaa kaavaa. Valtioiden hallitsijat ovat myös usein käyttäneet tapahtumia kansan hallitsemiseen (Raj–Rashid–Walters 2009, 1.) Nykyaikana tapahtumien luonne on muuttunut. Uskonnolliset tapahtumat ovat menettäneet suosiotaan, mutta erilaisia juhlia ja festivaaleja järjestetään edelleen kaikenlaisissa paikoissa ympäri vuoden. Monella tapaa nykyajan tapahtumat eivät eroa muinaisista tapahtumista, etenkin kun puhutaan jokapäiväisen elämän elävöittämisestä. Lisääntynyt tietotaito ja kehittynyt teknologia ovat kuitenkin lisänneet tapahtumiin kohdistuvia odotuksia. (Parry–Shone 2006, 2,18.)

Tapahtumat voidaan jakaa tyyppinsä mukaan neljään kategoriaan: virkistys- ja vapaa-ajan tapahtumat, henkilökohtaiset tapahtumat, kulttuuritapahtumat ja organisaatiolliset tapahtumat. Virkistys- ja vapaa-ajan tapahtumat voivat pitää sisällään esim. urheilutapahtumia tai mitä tahansa vapaa-ajan viettoa. Henkilökohtaisiin tapahtumiin voidaan lukea esim. häät, syntymäpäiväjuhlat tai vuosipäivät. Kulttuuritapahtumat pitävät sisällään esim. taiteen ja kulttuuriperinteisiin liittyvät asiat. Organisaatiolliset tapahtumat taas voivat olla vaikkapa poliittisia tai kaupallisia tapahtumia. (Parry–Shone 2006, 4.) Tapahtumia on paljon erilaisia, mutta niillä kaikilla on yksi ominaispiirre. Niiden tarkoitus on luoda yleisölle tai osanottajille sekä henkilökohtaisia, että kollektiivisia kokemuksia. Ne tarjoavat myös väliaikaisen, mutta arvokkaan tavan paeta arkea. Tapahtumilla on aina alku ja loppu. Ne ovat väliaikainen ilmiö, jonka ohjelma tai aikataulu on ennalta suunniteltu, ja ne ovat yleensä myös rajattu- ja tiettyyn paikkaan tai paikkoihin. (Getz 2007, 9, 18–19.)

Historiassa tapahtumien kysynnän on määritellyt hyvin pitkälle sosiaaliset tekijät. Vaikka yhteiskunta on kehittynyt teknisesti, on ihmisillä edelleen tarve yhdentymiseen, kanssakäymiseen ja yhteisöllisyyteen. Sosiaalisten tarpeiden

lisäksi tapahtumien kysyntää ohjaavat myös taloudelliset, organisaatiolliset, poliittiset, ihmisten asemaan ja hyväntekeväisyyteen liittyvät syyt. Tapahtumiin osallistuminen voi olla monen eri motiivin tulos. Esimerkiksi henkilökohtaiset odotukset, matkailu, jonkin asian tukeminen tai viihde voivat olla motivaation lähteitä. (Parry–Shone 2006, 27.)

Tapahtumat ovat aina luonteeltaan uniikkeja, koska niitä ei voida koskaan toistaa täsmälleen samalla tavalla. Tapahtuma itsessään voidaan toistaa useita kertoja, mutta osallistujat, ympäristö ja yleisö tekevät siitä joka kerta erilaisen ja ainutlaatuisen. Tuotteena tapahtumat ovat hyvin abstrakteja ja aineettomia. Niistä voidaan nauttia ja ne voidaan muistaa, mutta niistä harvoin jää käteen mitään konkreettista. Tällainen aineettomuus on toisaalta hyvin yleistä kun mietitään erilaisia palveluita, kuten hotellissa yöpymistä mistä ei myöskään jää käteen mitään konkreettista, lukuun ottamatta mukaan otettavia saippua- ja shampoopulloja. Tapahtumissa edes pienen aineellisen muiston jättäminen asiakkaalle auttaa heitä muistamaan, kuinka hyvä tapahtuma oli. (Parry–Shone 2006, 14–15.)

Tapahtumia järjestettäessä on pidettävä mielessä kolme tärkeää strategista kysymystä: Miksi tapahtuma järjestetään, mitä järjestetään ja kenelle se järjestetään. Tapahtuman järjestämisen ensimmäinen peruskysymys on sen tavoite, eli miksi se järjestetään. Organisaation on mietittävä, mitä se haluaa viestiä tapahtumalla, joten tapahtuman tavoitteen on oltava koko prosessin ajan kirkkaana mielessä. Tapahtuman kohderyhmän määrittely ja tunteminen on toinen peruskysymys, joka on oltava selvänä jo suunnittelutyön alussa. Kolmas strateginen peruskysymys on se, mitä järjestetään. Tapahtuman luonteen määrittelee se, kenelle se on tarkoitettu. (Häyrinen–Vallo 2008, 93–94.)

### **3.2 Tapahtumien arvo**

Tapahtumilla on matkailullista arvoa. Ne voivat houkutella matkailijoita alueelle, tai saada jo alueella olevat matkailijat viipymään siellä pidempään. Useissa tapahtumissa matkailijat muodostavat pääosan vieraista. Tapahtumat voivat olla myös paikallisille hyvä syy jäädä kotiin matkustamisen sijasta. (Getz 2005, 12–13.) Varsinkin niille alueille tai kaupungeille joilla ei ole fyysisiä

matkailullisia houkuttimia, voivat tapahtumat tarjota hyvän mahdollisuuden matkailun lisäämiseksi (Parry–Shone 2006, 62).

Tapahtumien muodostamaan toimialaan voidaan laskea mukaan mikä tahansa tapahtuma yksityisistä illalliskutsuista Olympialaisiin. Tapahtumien muodostaman kokonaisuuden hahmottaminen on usein vaikeaa, ja sen arvokkuutta on lähes mahdotonta mitata rahallisesti. Monista aloista poiketen on tapahtumista mahdotonta sanoa, kuinka paljon rahaa ne tuottavat vuosittain. Tapahtuma-alaa ei voida tarkastella homogeenisenä kokonaisuutena. Tapahtumien erilaisuus, alan fragmentoituneisuus ja erilaisuudet päämäärissä ja motivaatioissa tekevät kokonaisuuden tarkastelusta hankalaa. (Parry–Shone 2006, 3, 25, 33.)

Yleisen mielikuvan mukaan tapahtumabisnes on kasvussa, mikä heijastuu tapahtumien järjestämiseen erikoistuneiden yritysten määrän nopeasta kehityksestä. Tähän johtaneita syitä on monia. Euroopassa taloudellisen hyvinvoinnin kasvu ja pitkään jatkunut rauhanaika ovat vahvistaneet taipumusta matkailuun ja halukkuuteen kokea uusia asioita, mikä heijastuu myös erilaisten tapahtumien suosion kasvuun. (Parry–Shone 2006, 19.)

Kaikista suurimman luokan tapahtumat, kuten Olympialaiset tai jalkapallon MM-kisat voidaan luokitella megatapahtumiksi. Tällaisten tapahtumien järjestäminen vaatii luonnollisesti valtavasti resursseja ja puitteita. Kaikki on kuitenkin suhteellista. Pienempikin tapahtuma voi olla jollekin kaupungille sen oma megatapahtuma, koska sen taloudelliset ja matkailulliset vaikutukset voivat olla todella suuria suhteutettuna kaupungin kokoon. (Getz 2007, 25.)

Tapahtumien matkailullisen hyödyn saavuttaminen vaatii yritysten tietoisuutta, ja osallistumista niiden suunnitteluun (Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi 2006, 60). Yritysten osallistuminen tapahtumien suunnitteluun ja toteutukseen on tärkeää monista eri syistä. Taloudellinen puoli on tietysti tärkeä osa onnistunutta tapahtumaa, mutta myös suunnittelussa ja toteutuksessa yhteistyö voi tuoda esille paljon erilaisia näkökulmia ja ideoita. Tapahtumien järjestäminen ei ole halpaa työtä, ja usein suunnitteluvaiheessa kulupuolelle kerääntyikin huomattavasti pidempi lista kuin tulopuolelle. Raha on merkittävä puheenaihe jo tapahtumaa harkittaessa. Budjetointi on tärkeää huomioida



alusta asti, koska rahaa saadaan aina kulumaan juuri niin paljon, kuin sitä on käytettävissä (Häyrinen–Vallo 2008, 48, 139.)

### 3.3 Tapahtuman teema

Tapahtuman teema on valittava harkintaa käyttäen, jotta se sopisi yhteisön arvomaailmaan ja tavoiteprofiiliin. Valittu teema kertoo paljon organisaatiosta, koska se on perusta tapahtuman avulla luotavalle mielikuvulle. (Häyrinen–Vallo 2008, 180–181.) Tapahtumia suunniteltaessa voidaan Rovaniemelläkin joutua miettimään kaupungin julkisuuskuvaa, ja sitä ovatko tapahtumat mahdollisesti kaupungin matkailustrategian ja imagon mukaisia. Mielestäni tapahtumia pitäisi pyrkiä uudistamaan ja monipuolistamaan rohkeasti, jotta pystyttäisiin erottumaan ns. harmaasta massasta. Kaikkia ei koskaan voi, eikä pidäkään miellyttää. Lopulta jokainen tekee oman valintansa: jos ei pidä jostain tapahtumasta, ei siihen ole pakko osallistua. Tapahtuman tulisi kuitenkin olla helposti lähestyttävä, jonka mahdollisimman moni kokisi ns. omakseen. Tästä hyvänä esimerkkinä Miesten Satanen ja Sääskisafari, jotka molemmat olivat omalla tavallaan niin helposti lähestyttäviä, että sekä paikalliset että matkailijat kokivat ne omakseen (Perkkiö 2011).

Rovaniemen tapahtumista Jutajaiset on huomioitu teoksessa, jossa listataan 501 tapahtumaa ympäri maailman, joissa ihmisten kannattaa vieraila. Yhteensä Suomesta tähän joukkoon mahtuu viisi tapahtumaa, joiden joukossa on muun muassa Sonkajärven Eukon kannon MM-kisat. (Beare 2009, 169–173.) Eukon kannon MM-kisat on mielestäni oiva esimerkki siitä, miten täysin hullusta ideasta voi muodostua toimiva ja suosittu tapahtuma. Aina ei siis kannata miettiä asioita liian kaavamaisesti, vaan miettiä rohkeasti uusia ratkaisuja. Hullulta kuulostavat ideat on helppo tyrmätä täysin surkeina, jotka eivät varmasti tule koskaan toimimaan. Luultavasti Eukon kannon MM-kisatkaan eivät ole selvinnyt alussa ilman kritiikkiä. Hullut ideat kuitenkin herättävät takuuvarmasti ihmisten mielenkiinnon. Monet tapaamani ulkomaalaiset pitävät kaiken lisäksi suomalaisia positiivisessa mielessä hieman hulluina, joten sekin tukee tämänkaltaisten ideoiden toteuttamista. Myös Rovaniemen Kehityksen (2010b) Tapahtumista totta–hankkeen yhteydessä laadittu tapahtumatuottajan ohjeistus korostaa Suomen mainetta erilaisten hullujen ideoiden maana, sekä vapaan ideoinnin merkitystä tapahtumien alustavassa

suunnittelussa. Ohjeistuksen mukaan Rovaniemi mielletään sadun ja tarun kaupungiksi, jonka imagoon sopivat hullunkurisetkin tapahtumat.

### **3.4 Tapahtumamarkkinointi**

Tapahtumamarkkinointi on markkinoinnin ja tapahtumien yhdistämistä. Se on tavoitteellista toimintaa, jonka tehtävänä on välittää ihmisille organisaation haluama viesti tapahtumien avulla. Tapahtumamarkkinointi yhdistää tavoitteellisella ja vuorovaikutteisella tavalla organisaation ja sen kohderyhmät teeman ja idean mukaiseen tapahtumaan, ja pyrkii strategisesti suunnitellulla pitkäjänteisellä toiminnalla viestimään kohderyhmiensä kanssa tapahtumia käyttäen. (Häyrinen–Vallo 2008, 19.)

Monet paikalliset viranomaiset ja päättäjät käyttävät tapahtumia hyödykseen vahvistaakseen asemaansa, ja tukemaan heidän matkailustrategiaansa. Viimeisen vuosikymmenen aikana päättäjät ovat huomanneet tapahtumien tärkeyden matkailun edistämässä, sekä sosiaalisen yhteenkuuluvuuden parantamisessa. Tapahtumien kautta päättäjät voivat vahvistaa poliittista valtaansa, ja suosiotaan ihmisten keskuudessa. Tapahtumien järjestämisellä pyritään myös vaikuttamaan taloudellisen ja yhteiskunnallisen kehityksen kasvuun. Etenkin suuret tapahtumat voivat uudistaa kaupunkoja huomattavasti ja parantaa niiden ulkoista profiilia. Iso-Britanniassa kaupunkien paikalliset päättäjät ovat alkaneet kehittää tapahtumastrategioita. He haluavat tapahtumien toimivan markkinointityökaluna kaupunkien kansainvälisen ja paikallisen imagon parantamisessa. He näkevät suuret tapahtumat keinona houkutella vuosittain satoja tuhansia matkailijoita kaupunkeihinsa. (Raj ym. 2009, 19.)

Rovaniemen matkailustrategiassa korostetaan tapahtumamarkkinoinnin ja medianäkyvyyden merkitystä tulevaisuudessa. Se on yksi Rovaniemen strateginen kehittämishanke. Sen mukaan erilaiset tapahtumat kiinnostavat mediaa ja yleisöä, ja vetovoimaisuus voi perustua hyvinkin kapean kohderyhmän määrittelyyn eli näkyvyys tuotetaan erikoisuuden ja erilaisuuden voimin. Tapahtumamarkkinoinnin keinoin saadaan tunnettavuutta ja näkyvyyttä. Medioilla on suuri merkitys mielikuvien rakentumisessa. Erottautumisella ja rohkeudella voidaan saavuttaa kohtuullisin panoksin merkittävää huomiota me-

dian kautta. Tapahtumien kautta on mahdollisuus houkutella uusia asiakkaita ja erilaisia kohderyhmiä. (Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi 2006, 60.)

Miten siis Rovaniemi pystyisi hyödyntämään tapahtumia markkinoidessaan itseään? Markkinointia ei kannata tässä tapauksessa miettiä ainoastaan ulkoisen markkinoinnin kannalta, eli millainen kuva kaupungista annetaan matkailijoille. Kaupunkia pitäisi pystyä markkinoimaan myös sen omille asukkaille. Asukkaiden viihtyvyys oletettavasti parantuu, mikäli heille pystytään tarjoamaan laaja valikoima erilaisia tapahtumia. Tapahtuman luonteella on suuri merkitys siihen, millaisen kuvan kaupunki haluaa antaa itsestään. Tarjoamalla vain tietyn tyyppisiä tapahtumia voidaan profiloitua, tai toisaalta helposti lokeroitua yhteen kategoriaan. Tarjoamalla paljon erilaisia vaihtoehtoja voidaan vastata suuremman joukon tarpeisiin, mutta silloin on vaikea luoda kaupungille tiettyä imagoa. Onko edes olemassa sellaista imagollista ”muotia” minkä pohjalta tapahtumia olisi lähdettävä rakentamaan? Liian kapeakatseinen ajattelu tässä tilanteessa saattaa johtaa hyvien ideoiden menemiseen sivusuun.

### **3.5 Rovaniemen kesätapahtumat 2011**

Rovaniemen matkailusivusto ([Visitrovaniemi.fi](http://Visitrovaniemi.fi)) ylläpitää tapahtumakalenteria, johon ihmisten on mahdollista ilmoittaa kaupungin alueella järjestettävistä tapahtumista. Tapahtumakalenteri laaditaan matkailuneuvonnalle ilmoitettujen ennakkotietojen perusteella. (Rovaniemen matkailu 2011f.) Kesän 2011 tapahtumakalenteri on tämän opinnäytetyön liitteenä. Kävelykadun osalta kalenteri kertoo sen huolestuttavan asian, että tapahtumatarjonta oli hyvin vähäistä. Kesän 2011 kävelykadun tapahtumatarjonnasta nostetaan tässä tutkimuksessa esiin kaksi suurempaa tapahtumaa: Säaskisafari ja Miesten Satanen, jotka molemmat järjestettiin nyt ensimmäistä kertaa Rovaniemellä. Rovaniemen Kehitys Oy oli koordinoimassa näiden tapahtumien suunnittelua ja toteutusta.

Säaskisafari järjestettiin heinäkuun puolessa välissä Lordin aukiolla. Kyseessä on perinteinen lavatanssitapahtuma, joka on vuosikymmeniä kiertänyt länsirajalla viihdyttämässä paikallisia tanssin harrastajia. Säaskisafarin toteuttaa Tornionlaakson Musiikkiklubi ry. (Tornionlaakson Musiikkiklubi ry. 2011.) Nyt Säaskisafari saapui ensimmäisen kerran myös Rovaniemen keskustaan, kii-

tos paikallisten yritysten. Tapahtuma oli yleisölle maksuton, mistä tulikin paljon kiitosta. Sääskisafari oli yleisömenestys. Yleisön kokonaismääräksi arvioitiin n. 5000 henkilöä. Yhteistyö Sääskisafarin osalta on suunniteltu jatkumaan Rovaniemellä myös vuonna 2012.

Miesten Satanen järjestettiin 6.8.2011 Rovaniemellä. Kyseessä oli ensimmäistä kertaa järjestetty miehille tarkoitettu ”juoksutapahtuma”. Idean isä on Santa’s Hotelsin myyntijohtaja Jussi Perkkiö. Tapahtuman yhtenä ideana oli luoda viihteellinen ja humoristinen vastapaino Naisten Kypille, ja siitä suunnitellaan tulevan jokavuotinen perinne Rovaniemelle. Miesten Satanen ei itse asiassa ole mikään kilpailu, vaan sosiaalinen tapahtuma missä miehet ikään katsomatta voivat kokoontua yhteen pitämään hauskaa. Naiset olivat myös enemmän kuin tervetulleita kannustamaan miehiä huippusuorituksiin Miesten Satasella.

Miesten Satasen järjestäminen oli todella mielenkiintoista ja samalla haastavaa, koska oli vaikeaa luoda minkäänlaisia ennako-odotuksia tapahtuman suosiolle ja onnistumiselle. Järjestämiseen ja ideointiin osallistui seitsemän hengen joukko eri toimialoilta. Miesten Satanen toimii hyvänä esimerkkinä siitä, miten hullusta ideasta kehittyy toimiva ja mielenkiintoa herättävä tapahtuma. Tapahtuma ylsi tavoitteeseensa kun n. 250 juoksijaa saapui paikalle. Yleisön kokonaismääräksi arvioitiin n. 2000. Miesten Satanen on täysin uusi konsepti, jota ei ole tietävästi aikaisemmin kokeiltu missään muualla. Se osoitti että hieman hulluilla ideoilla voidaan saavuttaa paljon suosiota ja medianäkyvyyttä aina ulkomaita myöten. Tapahtumaa kohtaan oli mielenkiintoa paikallisissa medioissa ja myös pari ulkomaista lehteä kiinnostui asiasta.

Ydintuotteena Miesten Satasessa oli osallistuminen juoksuun. Oleellinen osa sitä oli myös virallinen kisapaita, jonka jokainen osallistuja lunasti itselleen, ja joka toimi samalla pääsylippuna juoksuun. Lisäksi juoksijat saivat itselleen kisapassin jolla sai itselleen 3 kpl ”urheilujuomia” kilpailupäivänä. Tapahtuma huipentui pääpalkinnon luovuttamiseen palkintoraadin salaisin perustein valitsemalle voittajalle. Palkintona oli henkilöauto, Saab 900 vm-87. Tapahtumassa mukana olleet ravintolat järjestivät lisäksi terasseillaan erilaista musiikkilista ohjelmaa kisavieraille. Miesten Satasen yhteydessä Lordin aukiolla oli myös mahdollisuus harrastaa muita urheilulajeja, kuten pool volleytä rova-

niemeläisen Woman Volleyn lentopallojoukkueen naisia vastaan. Oheislajit keräsivät hyvän suosion ja niiden kehittäminen seuraavaa vuotta varten on avainasemassa tapahtuman monipuolisuuden lisäämiseksi.

## 4 KEHITTÄMIEN

### 4.1 Kehittämistoiminta ja tuotekehitys

Kehittäminen nähdään usein konkreettisena toimintana, jolla tähdätään jonkin selkeästi määritellyn tavoitteen saavuttamiseen. Kehittämistoimintaa voidaan pitää eräänä keskeisenä työelämän osaamisalueena. Siinä sovelletaan tutkimuksen tuottamaan uutta tietoa, jota sovelletaan sen jälkeen käytäntöön. Kehittäminen tähtää aina muutokseen, jolla tavoitellaan jotakin parempaa ja tehokkaampaa kuin aikaisemmin. Kehittämistoimintaa voidaan lähestyä kahdelta kantilta, innovaation tai diffuusion kautta. Innovaatiolla pyritään löytämään täysin uusia toimintatapoja, kun taas diffuusiolla pyritään levittämään jo ennestään hyväksi havaittuja toimintatapoja. Tieteellisen kehittämistoiminnan ongelmana on sen riippumattomuus. Tutkimuksen ihanteena on aina sen riippumattomuus, mutta kehittämisessä se luo ongelmia koska jokin taho haluaa aina saada siitä hyötyä itselleen. (Rantanen–Toikko 2009, 9, 14, 16, 19, 44.)

Maailmasta löytyy useita epäonnistuneita ideoita, koska niiden kehittäminen on jäänyt keskeneräiseksi. Toisaalta löytyy myös menestystarinoita, jotka ovat kehittyneet keskinkertaisista ideoista. (Koski–Tuominen 2004, 200.) Jatkuvan kehittämisen tarvetta ei siis pidä aliarvioida missään vaiheessa, vaan tehdä siitä osa jokapäiväistä elämää. Kehittämistä ei mielestäni tämän tutkimuksenkaan yhteydessä pitäisi nähdä minkäänlaisena vaativana ja monimutkaisena asiana, koska lähes kaikki ihmiset kehittävät itseään ja toimintatapojaan helpottaakseen elämäänsä, usein myös tiedostamattaan.

Usein hyvien ideoiden toteuttamisella on liiankin kova kiire. Kiireessä unohdetaan useasti se tosiasia, ettei sillä ole aina väliä kuka toteuttaa idean ensimmäisenä. Tärkeintä on saada idea toteutetuksi toimivalla tavalla. Hyvin kään toteutettu hyvä idea ei toimi jos ajoitus on väärä, mutta huonokin idea voi toimia joskus kohtuullisesti, jos vain ajoitus on oikea. (Koski–Tuominen 2004, 202, 210.)

Tuotekehitys nähdään usein ainoastaan organisaation sisäisenä toimintana, johon ulkoiset tekijät eivät juuri vaikuta. Tuotekehitykseen vaikuttavat kuitenkin jatkuvasti organisaatioiden ja asiakkaiden toimintatavat sekä toimintaympäristön erityispiirteet. Tuotekehityksen on oltava jatkuvaa prosessia, johon

oleellisena osana kuuluu myös sen jatkuva arviointi, ja kokonaisvaltainen kuva toimintaympäristöstä, tuotteista ja asiakkuuksista. (García-Rosell–Kylänen–Pitkänen–Tekoniemi–Selkälä–Vanhala 2010). Viimeaikoina kehittäminen on alettu nähdä laajemmin. Usein kehittämistoiminta tapahtuu yksittäisten organisaatioiden sijasta erilaisissa verkostoissa. Niissä voi olla toimijoita yritys-elämästä, julkisektorilta ja korkeakouluista. (Rantanen–Toikko 2009, 17.) Tämä opinnäytetyö on yksi esimerkki verkostoissa tapahtuvasta kehittämistoiminnasta.

Tuotekehityksen lähtökohtana on toimintaympäristö, eli se paikka tai alue missä organisaatio toimii. Toimintaympäristön tunteminen on tärkeää, koska se on tiivis osa kehittäjän toimintaa, joka on nähtävä mahdollisuutena, eikä ulkopuolisena haasteena. Toimintaympäristön muutoksia tulisi pystyä ennakkoimaan, ja myös tunnistamaan ne asiat jotka ovat pysyviä. Muutoksiin reagoimisen sijaan niihin pitäisi pystyä valmistautumaan etukäteen. Ympäristö vaikuttaa aina tuotekehitykseen, mutta toisaalta sillä voidaan myös muokata toimintaympäristöä. Tuotekehitys liittyy vahvasti yhteiskuntien, alueiden, toimialojen ja ihmisten välisiin suhteisiin, jotka ovat usein samanaikaisesti globaaleja ja paikallisia. (García-Rosell ym. 2010.)

#### **4.2 Keskustan kehittäminen ja elävä kaupunkikeskusta**

Elävä Kaupunkikeskusta – yhdistys ry:n (2008) mukaan kaupunkien keskukset viestivät koko kaupungin elinvoimasta. Eläväksi kaupunkikeskustaksi voidaan määritellä sellainen keskusta, missä kauppa ja palvelut kukoistavat houkutellen ihmisiä asioimaan ja viihtymään. Kaupunkikeskustan tulisi olla siisti, puhdas, turvallinen ja hyvin suunniteltu kokonaisuus, missä kaupallisuus näkyy innostavasti, ottaen samalla huomioon ympäristön ja paikalliset ominaispiirteet.

Elävä Kaupunkikeskusta – yhdistys ry. (2011) on Vuonna 1997 perustettu yhdistys, joka toimii kaupunkikeskustojen kehittämisen valtakunnallisena kattojärjestönä, ja jonka jäsenten tavoitteena on kaupunki- ja kuntakeskusten jatkuva kehittäminen elinvoimaisemmiksi, viihtyisämmiksi ja kilpailukykyisemmiksi. Yhdistys välittää keskustakehittämisen tietotaitoa ja kokemusta kuntien, kiinteistönomistajien, palvelujen tuottajien ja muiden toimijoiden kesken, ja hankkii keskustojen kehittämistyölle julkisuutta, sekä osallistuu ja

vauhdittaa omalta osaltaan keskustojen kehittämistyötä. Rovaniemi ei ole yhdistyksen jäsen.

Asunto-, toimitila- ja rakennuttajaliiton markkinointipäällikkö Tapani Pirin (2009, 23.) mukaan kaupunkien keskustojen tilanne ei ole juurikaan kehittynyt Suomessa viimeisen kymmenen vuoden aikana. Hänen mukaansa kaupunkien asukkaat jarruttavat kehittämistä ja pystyvät estämään hyvätkin yritykset. Pirin mukaan kenelläkään ei tunnu olevan kiinnostusta yhteistoiminnan vetämiselle ja resurssien kehittämiseksi. Kiinteistöliiton eläkkeellä olevan toimitusjohtajan Ukko Laurilan (2009, 31) mukaan taas pienempien kaupunkien pitäisi pystyä tarjoamaan asukkailleen omaperäisiä ratkaisuja mm. tapahtumien järjestämisessä. Hän toteaa, että jos kaupunki ei pysty tarjoamaan erityisyyttä, väki muuttaa pois, eikä matkailijoillakaan ole syytä viipyä alueella.

Oulun keskikaupunginjohtaja Hemmo Kuuranhalla on ollut kehittämässä Oulun kävelykatua, Rotuaaria. Hänen mielestään kävelykadun pientä kaupallista vetovoimaa voidaan lisätä tapahtumien järjestämisellä. Kaupallisuuden kukoistaessa tapahtumien tarve pienenee. Parhaimmillaan Rotuaarilla on järjestetty vuosittain yli 400 tapahtumaa. Tapahtumat ja kaupallinen vetovoima ruokkivat toisiaan. Mikäli kävelykadulla tapahtuu jotain mikä kiinnostaa ihmisiä, käyttävät he todennäköisesti myös erilaisia palveluja. Hyvät palvelut voivat myös olla syy tulla kävelykadulle, jolloin erilaiset tapahtumat tuovat lisäarvoa ihmisille. (Kuuranhalla 2009, 7.) Kumpi on tärkeämpää? Mielestäni tähän ei löydy yksiselitteistä vastausta, enkä täysin allekirjoita Kuuranhallan ajatusta siitä, että tapahtumia ei tarvita niin paljoa kaupallisuuden kukoistaessa.

Jyväskylän entisen kaupunginjohtajan Pekka Kettusen (2009, 29) mukaan keskustan kehittämisen kannalta tärkeitä asioita ovat sen houkuttelevuus asiakkaiden ja yritysten kannalta, jakeluliikenteen ja pysäköinnin toimivuus ja torin oikea sijainti. Elävä Kaupunkikeskusta ry:n toiminnanjohtaja Pokko Lemminkäisen (2009, 3.) mukaan kaupunkien keskustojen onnistuminen edellyttää yhteistyötä elinkeinoelämän ja julkisen hallinnon välillä. Hän sanoo kaupan lisäävän kaupungin hyvinvointia, ja matkailijoiden kuluttavan enem-



män laadukkaissa keskustoissa. Lemminkäinen uskoo sellaisilla alueilla olevan aina tulevaisuutta, missä ihmiset viihtyvät.

### **4.3 Kävelykadut Suomessa ja Rovaniemen kävelykatu**

Kävelykatuun liittyvät säädökset määritellään Suomen tieliikennelaissa. Kävelykadulla moottorikäyttöisen ajoneuvon kuljettaminen on sallittu ainoastaan kadun varrella sijaitseville kiinteistöille, mikäli sinne ei ole muuta kulkureittiä. Pysäköinti ja pysäyttäminen ovat sallittua ainoastaan jos huoltoajo on sallittu kadun varrella. Nopeusrajoitus on 20 km/h ja jalankulkijoille on aina annettava esteetön kulku. Kävelykadulla on sallittua ajaa polkupyörällä. (TLL 33 a §.) Suomessa on 33 kaupunkia, joissa on kävelykatu. Kävelykadut ovat osa elävää kaupunkikulttuuria, ja suurissa kaupungeissa niiden olemassaolo on lähes itsestäänselvyys. Kävelykadut ovat osa nykyaikaista kaupunkikeskustaa, joita täydentävät usein ostoskeskusten sisälle jatkuvat käytävät. (Wilhelms 2009.)

Rovaniemen kävelykatuna toimii osa Koskikatua. Tässä tutkimuksessa kävelykatu alueena rajataan ulottumaan Kemijoen rannasta Poromiehentien ja Koskikadun risteykseen. Rajatun alueen pituus on n. 400 metriä. Kävelykadun rajaus tässä tutkimuksessa voi olla hieman harhaanjohtavaa, koska rajattu alue kokonaisuudessaan ei ole kävelykatua. Kävelykadun ulkopuolelle jäävät alueet voivat kuitenkin olla potentiaalisia vaihtoehtoja tapahtumia järjestettäessä. Tämän on osoittanut esimerkiksi jo perinteeksi muodostuneet keväällä järjestettävät porokilpailut Koskikadulla. Kilpailualue on osittain kävelykadun ulkopuolella, mutta se on pystytty sulkemaan muulta liikenteeltä ongelmitta. Asian selkeyttämiseksi koko tutkimuksessa käytettävää aluetta kutsutaan kävelykaduksi. Rovaniemen kävelykadulla keskeinen paikka tapahtumien järjestämiselle on Lordin aukio, jota voidaan pitää Rovaniemellä eräänlaisena keskusaukiona. Rovaniemen kävelykatu on merkittävä kaupan keskittymä Lapissa ja myös suurin keskittymä koko pohjoiskalotilla, käsittäen 140 liikettä ja 80000 m<sup>2</sup> liiketilaa 200 metrin matkalta (Lapin Kansan palveluhakemisto 2011a).

## 5 TEEMAHAASTATTELUPROSESSI

### 5.1 Teemahaastattelu

Kun halutaan tietää mitä mieltä joku on jostakin asiasta, on helpointa kysyä sitä häneltä. Siitä on teemahaastattelussa yksinkertaisuudessaan kyse. Teemahaastattelu on eräänlainen keskustelu, joka kuitenkin tapahtuu tutkijan aloitteesta ja hänen ehdoillaan. Teemahaastattelussa haastattelijalla on mielessään joukko asioita, joista hän haluaa jokaisen haastateltavan kanssa keskustella. Teemoja valittaessa on muistettava tutkimusongelma, eli se asia, tai asiat joihin halutaan vastauksia. Haastatteluun suostumisessa voi olla useita motivoivia tekijöitä, kuten mahdollisuus tuoda esiin omat mielipiteet, halu kertoa omista kokemuksista tai aiemmat hyvät kokemukset tutkimukseen osallistumisesta. (Eskola–Vastamäki 2001, 24–26, 33.)

Teemahaastattelu on puolistrukturoitu haastattelumenetelmä. Se kohdennetaan tiettyihin teemoihin joista keskustellaan. Teemahaastattelu lähtee siitä oletuksesta, että kaikkia yksilön kokemuksia, ajatuksia, uskomuksia ja tunteita voidaan tulkita. Teemahaastattelussa kaikkein olennaisinta on se, että tarkkojen kysymysten sijaan se etenee tiettyjen keskeisten teemojen mukaan. Ihmisten tulkinnat ja asioille antamat merkitykset ovat keskeinen osa teemahaastattelua. (Hirsjärvi–Hurme 2009, 47–48.)

Lomakehaastattelu eli strukturoitu haastattelu on haastattelulaji jossa haastattelu etenee lomakkeen mukaan jonka kysymysten ja väitteiden muoto ja esittämisjärjestys on täysin ennalta määrätty. Strukturoimattomassa haastattelussa haastattelija sen sijaan syventää haastateltavien vastauksia ja rakentaa haastattelun jatkon niiden varaan. Teemahaastattelu on haastattelumenetelmänä lähempänä strukturoimatonta kuin strukturoitua haastattelua. Se on puolistrukturoitu haastattelu siksi, että haastattelun aihepiirit eli teemat ovat kaikille samat. Teemahaastattelussa ei ole lomakehaastattelulle tyypillisiä tarkasti muotoiltuja kysymyksiä, eikä kysymysten järjestys ole tarkkaan määritelty, mutta se ei ole kuitenkaan täysin vapaamuotoinen. (Hirsjärvi–Hurme 2009, 44–45, 48.)

Haastattelu on yksi vaihtoehto muiden joukossa tutkimusta tehtäessä, joten sillä on sekä etuja, että haittoja. Haastattelu kannattaa valita tutkimuskeinoksi, mikäli vastapuolelle halutaan antaa mahdollisuus ilmaista itseään ilman

rajoitteita. Haastattelu korostaa ihmisten omaa aktiivisuutta, ja on haasteellista ennustaa saatavia vastauksia etukäteen. Haastattelun etuna on myös saatujen tietojen syventäminen, koska haastateltavalla on mahdollisuus perustella mielipiteitään. Tutkimusmenetelmänä haastattelu on todella joustava ja sillä on parempi mahdollisuus ihmisten motivointiin kuin kyselylomakkeella. Haastattelun haittapuolena on sen aikaa vievä luonne. Haastattelujen sopiminen, organisoiminen, toteuttaminen ja purkaminen ovat aikaa vievää puuhaa. Lisäksi haastattelijan roolin omaksuminen vaatii taitoa ja kokemusta. (Hirsjärvi–Hurme 2009, 35–36.) Valitsin teemahaastattelun sen joustavuuden ja avoimuuden vuoksi. Mielestäni avoin ilmapiiri ja vapaus ilmaista itseään ilman ennako-odotuksia tuovat laajemmin asioita esille kuin ennalta määritellyt tarkat kysymykset.

Tutkimus ja etiikka ovat suhteessa keskenään, ohjaten toinen toistaan. Tutkimuksen tulokset vaikuttavat tutkijan eettisiin ratkaisuihin, ja päinvastoin. (Sarajärvi–Tuomi 2002, 122.) Eettiset ratkaisut liittyvät kaikkiin tutkimuksiin, ja etenkin haastatteluun jossa ollaan suoraan kontaktissa tutkittaviin (Hirsjärvi–Hurme 2009, 19). Eettisiä kysymyksiä tulee esille tutkimuksen jokaisessa vaiheessa. Tutkimuksen tarkoitusta on jo tarkasteltava eettisestä näkökulmasta tieteellisen tiedon etsimisen osalta, ja siitä näkökulmasta miten se parantaa tutkittavaa tilannetta. Tutkimusta suunniteltaessa on saatava kohdehenkilöiden suostumus ja otettava huomioon luottamuksellisuus sekä mahdolliset kohdehenkilöille aiheutuvat seuraamukset. Itse haastattelutilanteessa on otettava samat seikat huomioon kuin jo suunnittelussa, mutta on mietittävä myös sitä voiko tilanne aiheuttaa esim. stressiä haastateltavalle henkilölle. Litterointivaiheessa on otettava huomioon se miten tarkasti litterointi vastaa alkuperäistä puhetta. Analysointivaiheessa eettiset kysymykset koskevat sitä, miten kriittisesti haastattelut voidaan tulkita, ja vääristyykö alkuperäinen sanoma. Raportoinnissa on vielä kerran otettava huomioon luotettavuus, ja se aiheuttaako julkaisu kohdehenkilöille jonkinlaisia seuraamuksia. Kaiken esitetyn tiedon osalta tutkijan eettisenä velvollisuutena on todentaa tiedot, ja tuoda esille niin varmaa tietoa kuin mahdollista. (Kvale 1996, 111.)

## **5.2 Aineiston analysointi**

Laadullisen tutkimuksen aineiston analysoimisesta löytyy monenlaisia kuvia. Sarajärvi ja Tuomi (2002, 93–95) esittelevät hieman muokatun version

tutkija Timo Laineen mallista laadullisen tutkimuksen analyysin etenemisen kuvaamiseksi. Ensimmäisenä on päätettävä mikä aineistossa kiinnostaa, ja pysyttävä päätöksessä. Seuraavana käydään aineisto läpi ja merkitään sekä erotellaan ne asiat, jotka sisältyvät päätettyyn kiinnostukseen. Kaikki muu on jätettävä pois tutkimuksesta. Merkityt asiat kerätään yhteen ja siirretään erikseen muusta aineistosta. Seuraavassa vaiheessa aineisto luokitellaan, teemoitellaan tai tyypitellään, eli järjestellään tutkijan haluamaan muotoon. Viimeisenä vaiheena on yhteenvedon kirjoittaminen. Laadullista tutkimusta tehdessä on muistettava, että sen aineistosta löytyy useita kiinnostavia asioita joita ei ole välttämättä otettu huomioon etukäteen. Tästä johtuen tutkittava ilmiö on rajattava tarkkaan, ja huomioitava ettei kaikkia kiinnostavia ilmiöitä voida tutkia yhden tutkimuksen puitteissa. (Sarajärvi–Tuomi 2002, 93–95).

Haastatteluiden suorittamisen jälkeen ensimmäinen vaihe on niiden puhtaaksi kirjoittaminen eli litterointi. Litteroinnin tarkkuus riippuu siitä, millaista analyysitapaa aikoo aineistolleen käyttää. Diskurssianalyysi on menetelmä, jossa aineisto puretaan tarkasti huomioiden puheessa tapahtuneet painotukset ja tauot. Näin tarkka litterointi ei ole aina tarpeen, ja usein haastattelut voidaan purkaa sellaisenaan tiedostoon. Suppein tapa purkaa haastattelu on litteroida tutkimuksen kannalta olennaiset asiat, missä voi kuitenkin olla ongelmana sen määrittelemisen mikä on olennaista ja mikä ei. Yleinen tapa analysoida teemahaastatteluja on sen aineiston teemoittelu, millä tarkoitetaan aineiston jäsentelyä teemojen mukaisesti ja pelkistämistä sen jälkeen. Aineisto voidaan järjestää litteroinnin jälkeen niin että jokaisen teeman alla on kaikkien haastateltujen henkilöiden vastaukset. (Eskola–Vastamäki 2001, 40–41.)

Litteroin tätä opinnäytetyötä varten suoritettut haastattelut kokonaisuudessaan, mutta en kiinnittänyt huomiota puheessa tapahtuneisiin taukoihin, painotuksiin tai kielenkäyttöisiin asioihin. Litteroidun aineiston järjestelin teemoittain, ja valitsin jokaisen haastatellun henkilön kohdalta tutkimuksen kannalta oleelliset ja mielenkiintoiset asiat. Haastattelujen tuloksia käsitellään luvussa 6.

### **5.3 Luotettavuus**

Haastatteluaineiston luotettavuutta voidaan tarkastella kahden käsitteen, reliabiliuden ja validiuden kautta. Hirsjärven ja Hurmeen (2009, 186) mukaan

reliaaabelius voidaan määritellä kolmella tavalla. Ensimmäkin sillä tarkoitetaan sitä että tutkittaessa samaa henkilöä kahdesti, saadaan molemmilla kerroilla sama tulos. Toisen määritelmän mukaan tulos on reliaaabeli, jos kaksi tutkijaa päätyy samaan lopputulokseen. Hirsjärven ja Hurmeen mukaan tämä tulkinta on kuitenkin ongelmallinen, koska ihmiset tulkitsevat asiat aina yksilöinä hieman eri tavoin, mihin vaikuttaa mm. kokemukset. Heidän mukaansa kolmas reliaaabeliuden määritelmä lähtee siitä, että kahdella eri tutkimusmenetelmällä saavutetaan sama tulos. Ihminen kuitenkin käyttäytyy eri tilanteissa aina hieman eri tavalla, joten on epätodennäköistä saavuttaa kahdella eri menetelmällä täysin identtinen tulos. (Hirsjärvi–Hurme 2009, 186.)

Hirsjärven ja Hurmeen (2009, 187) mukaan validiudella tarkoitetaan yleisesti sitä, koskeeko tutkimus sitä mikä on ollut sen alkuperäinen tarkoitus. Tutkimuksessa käytettävien käsitteiden tulisi heijastaa tutkittavaa ilmiötä. Tutkimuksen ymmärtäminen on sitä parempaa, mitä tarkemmin käytetyt käsitteet selitetään, joten tarkalla käsiteanalyysillä parannetaan tutkimuksen luotettavuutta ja mahdollisesta se, että tutkija tutkii sitä mitä on alun perin aikonutkin.

#### **5.4 Teemahaastattelu: Rovaniemen kävelykadun kesätapahtumat**

Suoritin tätä tutkimusta varten neljä teemahaastattelua 3.-10.10.2011. Kaikki haastatteluun osallistuneet henkilöt ovat olleet mukana toteuttamassa erilaisia tapahtumia Rovaniemen kävelykadulla kesällä 2011. Haastattelun tarkoituksena oli kerätä tietoa Rovaniemen kävelykadun kesätapahtumien historiasta ja nykytilanteesta, sekä luoda katsaus tulevaisuuteen. Kesätapahtumalla tarkoitetaan tässä yhteydessä mitä tahansa kesä-, heinä- tai elokuussa järjestettävää tapahtumaa Rovaniemen kävelykadulla.

Haastattelun rungon muodostivat neljä eri teemaa: historia, tapahtumien merkitys, kesä 2011 ja tulevaisuus. Teemojen alle oli rakennettu joukko tarkentavia kysymyksiä ja alateemoja. Haastattelun runko on tämän opinnäytteen liitteenä. Haastattelun alussa henkilö kertoi lyhyesti oman taustansa. Oleellisia asioita olivat nykyinen asema, työtehtävät ja historia. Ensimmäisenä teemana oli Rovaniemen keskustan historia tapahtumatarjonnan osalta. Millaiseksi haastateltava kokee kävelykadun tapahtumatarjonnan menneinä vuosina? Mitä hyviä, tai mitä huonoja esimerkkejä löytyy? Oleellista oli se,

mitä olisi voitu tehdä toisin ja mitkä asiat ovat vaikuttaneet keskustan tapahtumatarjontaan, ja onko yhteistyö eri tahojen välillä ollut riittävää ja toimivaa.

Toisena teemana oli tapahtumien merkitys kaupungille. Kuinka tärkeässä roolissa tapahtumat ovat elävän kaupunkikeskustan luomisessa? Voivatko tapahtumat olla merkittäviä houkuttimia matkailijoille saapua Rovaniemelle? Onko tärkeämpää lähteä rakentamaan tapahtumia paikallisten näkökulmasta, kuin matkailijoiden, vai kannattaako näitä edes asettaa vastakkain? Tapahtumien taloudellinen hyöty nostettiin myös esille.

Kolmantena teemana oli kesä 2011. Ensimmäisenä käsiteltiin Miesten Sata-nen ja Sääskisafari. Olivatko nämä tapahtumat yleensä ottaen onnistuneita? Mikä oli erityisen hyvää? Jäikö jotain ns. hampaankoloon? Imagolliset asiat nostettiin näiden tapahtumien osalta esille. Miten ne sopivat Rovaniemen imagoon, vai onko edes sellaista imagollista ”muuttia” mihin pitäisi sopia? Viimeisenä näihin kahteen tapahtumaan liittyen käsiteltiin niiden tulevaisuutta, ja sitä olivatko ne hintaansa nähden kannattavia. Kesän 2011 osalta käsiteltiin myös muita kävelykadulla järjestettyjä tapahtumia. Lähinnä käsittely painottui siihen, mitä muita tapahtumia haastateltaville henkilöille muistui mieleen. Tarkemmin käsiteltiin kuitenkin viikoittainen torimyyntitapahtuma Kesätori. Tällä haluttiin selvittää, millaiset edellytykset torimyyntin kaltaisella toiminnalla on Rovaniemen kävelykadulla.

Neljäntenä teemana oli kävelykadun tapahtumatarjonnan tulevaisuus. Minkä tyyppisiä tapahtumia Rovaniemelle tarvitaan? Pitäisikö painopiste olla isoissa (suhteutettuna Rovaniemen kokoon) massatapahtumissa vai pienemmissä räätelöidyimmissä tapahtumissa? Onko parempi keskittää tapahtumat muutamalle viikonlopulle, vai olisiko niitä hajautettava?

Tulevaisuuden osalta käsiteltiin myös eri tahojen välistä yhteistyötä, mikä on tapahtumien suunnittelun ja organisoinnin kannalta tärkeää. Kuinka oleelliseen rooliin se nousee ja miten sitä voitaisiin parantaa? Imagolliset kysymykset koskevat myös tulevaisuutta, joten myös sitä käsiteltiin, voidaanko tapahtumia hyödyntää Rovaniemen kaupungin markkinoinnissa. Viimeisenä tarkasteltiin sitä, millainen taloudellinen potentiaali ja merkitys tapahtumilla voi olla tulevaisuudessa. Haastattelun lopussa oli vapaa sana, minkä jokainen myös käytti.

## 5.5 Haastateltavien esittely

Ensimmäisenä haastateltavana toimi Sampokeskuksen Kauppakeskuspäällikkö Ahti Ylimäinen. Ylimäisen tehtäviin kuuluvat kattavasti kauppakeskuksen markkinointi, vuokralaissuhteet, vuokraus, ylläpito ja yrittäjäsuhteiden hoito kauppiaisiin. Hän on toiminut nykyisessä tehtävässään vuodesta 2003 lähtien. Rovaniemellä hän on asunut viimeiset 20 vuotta. (Ylimäinen 2011.) Ylimäinen on ollut aktiivisesti ideoimassa ja toteuttamassa kesän 2011 tapahtumia kävelykadulla. Haastattelu suoritettiin 3.10.2011.

Rovaniemen keskustassa kävelykadun varrella sijaitseva Sampokeskus on v. 1989–1990 rakennettu kauppakeskus (Sampokeskus 2011). Sampokeskus järjestää vuosittain kesäkuun lopulla Yötön Yö-tapahtuman, jolloin sen liikkeet ovat avoinna klo 01 asti yöllä. Lisäksi päivän aikana on paljon erilaista järjestettyä ohjelmaa. Vuonna 2011 ohjelmassa oli mm. lasten laulukilpailu, juhannustanssit ja tähtiesiintyjänä Anna Abreu. (Lapin Kansan palveluhakemisto 2011b.)

Toisena haastattelun kohteena oli Santa's Hotels -ketjun myyntijohtaja Jussi Perkkiö. Ketjuun kuuluvat Hotel Santa Claus ja Hostel Rudolf Rovaniemellä sekä Hotel Tunturi Saariselällä (Santa's Hotels 2011). Perkkiö vastaa kohteiden strategisesta myynnistä. Hän on toiminut tehtävässään vuoden 2010 alusta alkaen (Yle Lappi 2009). Perkkiö on kotoisin Rovaniemeltä, mutta hän vietti viimeiset 15 vuotta muulla majoitus- ja ravintola-alan tehtävissä ennen paluutaan kaksi vuotta sitten (Perkkiö 2011). Hänen ideastaan on saanut alkunsa jo aiemmin mainittu Miesten Satanen. Haastattelu suoritettiin 6.10.2011.

Kolmantena haastattelin Oluthuoneen ja Roy Clubin ravintolayrittäjää Matti Henttusta. Myös Henttunen oli vahvasti mukana toteuttamassa Miesten Satasta ja Sääskisafaria. Omien sanojensa mukaan Henttunen on naimisissa perheyriyksensä kanssa 24h vuorokaudesta. Roy Club perustettiin v.1985 ja Oluthuone v.1991. (Henttunen 2011.) Molemmat ravintolat sijaitsevat Rovaniemen kävelykadun läheisyydessä. Haastattelu suoritettiin 10.10.2011.

Henttunen toimii järjestäjänä Lapin Kullan Kimallus- tapahtumassa. Se järjestettiin vuonna 2011 kolmatta kertaa. Kyseessä on nelipäiväinen, yleisölle ilmainen musiikkitapahtuma Rovaniemen kävelykadulla. Vuonna 2011 esiinty-

jiä oli yli 20. Lapin Kullan Kimalluksen oheistapahtumana on Irkkujuomafestivaali, joka esittelee erilaisia irlantilaisia ja skotlantilaisia viskejä. (Lapin Kullan Kimallus 2011.)

Neljäntenä haastattelun kohteena oli Lapinmaa ravintoloiden ravintolapäällikkö Reijo Soppela. Soppela on niin ikään ollut aktiivinen toimija kesällä 2011 kävelykadulla järjestetyissä tapahtumissa. Soppela on toiminut ravintolalalla viimeiset 30 vuotta, joista 15 vuotta Rovaniemellä. Hän on käynyt aikoinaan ravintolakoulun Rovaniemellä, sekä ollut työelämässä myös Helsingissä ja Oulussa. Hän on ollut elämänsä aikana järjestämässä monia erilaisia tapahtumia. Haastattelu suoritettiin 10.10.2011. (Soppela 2011.) Lapinmaa ravintolat kattavat Rovaniemellä Rosson, Coffee Housen ja Pub Uiton. Kaikki ravintolat sijaitsevat samassa kiinteistössä Rovaniemen ydinkeskustassa.



## **6 TULOKSET**

### **6.1 Tulosten käsittely**

Haastattelut toivat esille paljon tapahtumatarjonnan kehittämisen kannalta mielenkiintoisia ja huomionarvoisia asioita. Kaikki toivat omilla mielipiteillään esiin hieman erilaisia asioita, tai ainakin tarkastelivat niitä hieman eri kantilta. Esiin nousi paljon ennalta arvattavia, mutta myös yllättäviä asioita, joita ei itse olisi välttämättä osannut ottaa huomioon. Yleisiä linjauksia oli havaittavissa, eikä kukaan erottunut mielipiteillään radikaalisti muista. Haastattelun kulku oli suunniteltu niin, että sen teemat seurasivat hyvin pitkälle ajankulkua kronologisesti. Tulosten käsittelyssä tiedot on jäsenneilty uudelleen ymmärrettävyyden parantamiseksi. Esimerkiksi yhteistyön merkitystä käsiteltiin haastattelussa useissa teemoissa (historia, kesä 2011, tulevaisuus), joten tulosten käsittelyssä se on omana osiona. Seuraavissa kappaleissa käsitellään haastatteluista esiin tulleita tutkimuksen kannalta oleellisia ajatuksia, mielipiteitä ja ehdotuksia. Tulosten raportoinnissa on aina otettava huomioon se, aiheuttavatko tulokset kohdehenkilöille jonkinlaisia seuraamuksia (Kvale 1996, 111). Tästä johtuen tulokset käsitellään anonyymisti.

### **6.2 Rovaniemen kesätapahtumien historia**

Rovaniemen kesätapahtumien historiasta puhuttaessa haastatteluissa kävi ilmi se, että onnistumisia on ollut, mutta osittain monet tapahtumat ovat jääneet vain puuhastelun asteelle. Myös esimerkkejä huonon sään vuoksi täysin pilalle menneistä tapahtumista nostettiin esille. Yhtenä kritisoinnin aiheena oli se, että tapahtumien ulkoisiin puitteisiin ei ole aina muistettu panostaa riittävästi. Huomion arvoista oli mielestäni se, että vaikka menneet vuodet eivät kovin paljon positiivisia asioita pinnalle nostaneet, ei historiaan kuitenkaan mitenkään erityisen negatiivisestikaan suhtauduttu. Tämä on merkki siitä, että ennen on osattu tehdä jotain oikein. Kateellisuus toisia kohtaan nousi myös esiin. Usein on ollut havaittavissa sellaista ilmapiiriä, että toisten tekemisiä on yritetty estää tai hidastaa, vaikka niiden päinvastoin pitäisi kannustaa kaikkia eteenpäin. Yksi henkilö mainitsi vuosien saatossa tapahtuneen tapahtumien kaikkoamisen keskustan alueelta huolestuttavaksi asiaksi. Historiasta löytyi myös esimerkkejä tapahtumista, joiden järjestäminen on lopetettu, koska usko ja into niiden tekemiseen ovat loppuneet. Historiaan liittyen mainittiin myös se että aina ei ole ymmärretty sitä, että tapahtumien pitäisi

olla sekä paikallisille että matkailijoille kiinnostava juttu. Lisäksi niissä pitäisi olla myös selkeitä taloudellisia hyötynäkökulmia jotta niihin on järkevää panostaa.

### **6.3 Tapahtumien merkitys**

Haastatteluissa tapahtumien merkitys kaupungin keskustan elävyydelle nousi yhdeksi keskeiseksi asiaksi. Kaikki haastateltavat henkilöt pitivät tapahtumia ensisijaisen tärkeinä asioina keskustan elävyyden kannalta. Tapahtumien merkitys kesämatkailun lisäämisessä ja tarjonnan monipuolistamisessa oli myös tärkeä huomio. Kesämatkailun heikentynyt tilanne on tunnustettu myös Rovaniemen matkailustrategiassa (Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi 2006, 21).

Rovaniemen vertailukohdaksi mainittiin Oulu ja Kuopio, jotka houkuttelevat ihmisiä laajalla tapahtumatarjonnalla. Tähän liittyen Rovaniemen ongelmaksi mainittiin se että täällä vain odotetaan matkailijoiden tulevan ja kaupan käyvän sitä kautta, eikä panosteta tarpeeksi tapahtumiin. Yksi henkilö painotti hyvin voimakkaasti tapahtumien merkitystä sanomalla, että ilman tapahtumia keskustassa ei ole elämää, ja ihmiset eivät tulle sinne toistuvasti ainoastaan kauppohen ja ravintoloiden vuoksi. Myös Laurila (2009, 31) toteaa että etenkin pienempien kaupunkien pitäisi pystyä tarjoamaan asukkailleen omaperäisiä ratkaisuja mm. tapahtumien järjestämisessä.

Erityisesti mielenkiintoni kohdistui tähän lauseeseen: ”Hyvän matkailukaupungin olemukseen kuuluu se, että siellä näkyy, kuuluu ja tapahtuu.” Rovaniemi on matkailukaupunki, joten tapahtumatarjonnan kasvattaminen ja kehittäminen tulisi olla tärkeä painopiste. Yksi henkilö kertoi saaneensa hyvää palautetta siitä, että ylipäättänsä edes järjestetään jotain tapahtumia. Se kertoo mielestäni hieman huolestuttavaa kieltä vallitsevasta tilanteesta.

### **6.4 Kesän 2011 tapahtumat**

Kaikkien haastateltavien mielestä Säaskisafarista ja Miesten Satasesta jäi kokonaisuudessaan erittäin positiiviset tunnelmat. Kaikki myös kertoivat palautteen olleen todella positiivista, ja molempien tapahtumien toivottiin jatkuvan myös tulevina vuosina. Miesten Satasen ja Säaskisafari mainittiin hyvinä esimerkkeinä siitä, että niille oli tarvetta ja niille löytyi myös tekijä. Sääs-

kisafarista esille nousi tapahtuman maksuttomuus, mikä mahdollisti asiakkaiden runsaamman rahankäytön ravintolapalveluihin. Lisäksi Sääskisafarista mainittiin sen järjestämisen helppous, koska heillä oli valmis konsepti joka ainoastaan istutettiin Rovaniemen kävelykadulle sopivaksi.

Miesten Satasen kantavana voimana nähtiin sen omaperäinen idea. Miesten Satasesta nousi myös vahvasti esille se, että se järjestettiin nyt ensimmäistä kertaa, eikä siihen voitu oikeastaan kohdistaa minkäänlaisia ennakkoodotuksia. Sen sanottiin olleen ideana ns. tarpeeksi pöljä, mikä oli esimerkki Rovaniemeläisestä rentoudesta ja luovasta hulluudesta. Kaikki henkilöt korostivat näiden kahden tapahtuman onnistumisessa hyvin toiminutta yhteistyötä. Molempien tapahtumien onnistumisen sanottiin antaneen paljon uskoa tulevaisuuteen, ja yksi henkilö mainitsi onnistumisen tunteen olleen jopa taloudellista hyötyä tärkeämpää. Sääskisafarin ja Miesten Satasen sanottiin myös istuneen hyvin Rovaniemelle niiden rentouden ja luovan hulluuden ansiosta. Miesten Satasesta huomautettiin kuitenkin, että se on täysin kehitysvaiheessa. Lisäksi nämä tapahtumat saivat kiitosta niiden ajankohdallisen sijoittumisen onnistumisesta.

Kävelykadun kesän 2011 muista tapahtumista kysyessäni ei kenelläkään haastateltavalla henkilöllä tullut suoraan mieleen yli kolmea tapahtumaa. Tästä voi mielestäni vetää johtopäätöksen tapahtumien vähyydestä, tai toisaalta myös vetovoimaisuuden puutteesta. Kaikki mainitsivat jonkin itse järjestämistään tapahtumista, tai sellaisen tapahtuman mihin oli itse osallistunut.

Kävelykadulla järjestettiin kesällä 2011 torstaisin Kesätori. Se on Rovaniemen Joulumarkkinayhdistys ry:n järjestämä viikoittainen myyntitapahtuma. Haastatteluissa Kesätori nostettiin esille kysymällä haastateltavilta henkilöiltä, miten onnistuneeksi he sen kokivat. Tällä haluttiin saada selville, millaisia mahdollisuuksia torimaisella toiminnalla olisi kävelykadulla. Yksikään haastateltava henkilö ei pitänyt Kesätoria täysin onnistuneena. Yksi henkilö totesi suoraan, ettei sillä ollut minkäänlaista arvoa ja yksi piti sitä kuitenkin tyhjää parempana. Yhden mielestä Kesätorilla on hyvä alkuinnostus, joka kuitenkin hiipuu nopeasti. Ongelmina pidettiin myyjien vähäisyyttä, jolloin myöskään asiakkaat eivät viitsi tulla paikalle, kuin ehkä yhden kerran toteamaan ettei

siellä ketään ole. Kesätoria kannustettiin kuitenkin jatkamaan ja kehittämään toimintaansa esim. kirpputoriperiaatteella, jolloin myös luotaisiin paikallisille ihmisille kokoontumispaikka.

### **6.5 Toimijoiden välinen yhteistyö**

Eri tahojen välinen yhteistyö on haastateltujen henkilöiden mukaan sujunut kokoajan paremmin ja paremmin. Rovaniemen Kehityksen ja Rovaniemen Matkailun ja Markkinoinnin rooli sideaineena yritysten ja eri tahojen välillä on koettu tärkeäksi. Rovaniemen Kehityksen rooli myös alueen ja puitteiden tarjoajana nähtiin positiivisena asiana, mutta toisaalta sen toivottiin tulevaisuudessa olevan entistä enemmän ns. hengessä mukana, mikäli joku lähtee rohkeasti tapahtumia järjestämään.

Kesän 2011 osalta yhteistyö sujui jo kiitettävästi, ja sitä pidettiin loistavana esimerkkinä siitä, miten kilpailijat voivat yhdistää voimansa ja kaikki ovat lopulta voittajia. Yhteistyön osalta erityisen tärkeänä pidettiin sitä, että kulut eivät nouse kenelläkään kohtuuttoman korkeiksi. Taloudellisen riskin lisäksi yhteistyön vaikutus korostuu myös tapahtumien suunnittelussa ja järjestämisen vaatimassa työssä. Myös Rovaniemen matkailustrategiassa todetaan tapahtumien matkailullisen hyödyn saavuttamisen vaativan yritysten osallistumista niiden suunnitteluun (Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi 2006, 60). Toiminnallisen yhteistyön ohella myös naapurisuhteet tulivat esille. Haastateluista kävi ilmi, että erilaisissa tapahtumissa on pyritty ottamaan huomioon naapureiden mielipiteet esim. erilaisiin rakennelmiin. Yleensä ottaen naapurisopu on säilynyt, vaikka myös pienistä kiistoista mainittiin.

Kaikki henkilöt olivat sitä mieltä että eri tahojen välistä yhteistyötä pystytään vielä tulevaisuudessa tiivistämään. Ideoita ja innostusta kyllä löytyy, mutta tekemisen pitäisi olla vielä suunnitelmallisempaa ja organisoidumpaa alusta loppuun. Yksi henkilö nosti esille Rovaniemen mahdollisen jäsenyyden Elävä kaupunkikeskusta–yhdistyksessä. Rovaniemi ei ole tällä hetkellä sen jäsen, vaikka esim. Kemi ja Tornio ovat.

### **6.6 Imagolliset kysymykset ja tapahtumamarkkinointi**

Rovaniemen kaupungin markkinointi tapahtumien kautta oli myös yksi haastattelujen puheenaihe. Yleinen mielipide oli se, että tapahtumia voidaan hyö-

dyntää Rovaniemen markkinoinnissa, mutta se vaatii panostuksia. Kuten Rajym. (2009, 19) toteavat, ovat monet paikalliset päättäjät ulkomailla nähneet tapahtumat markkinointityökaluina kaupunkien imagon parantamisessa ja matkailun edistämässä.

Haastatteluissa tuli esille sellainen asia, ettei Rovaniemeä voida markkinoida ainoastaan Joulupukin, tai lumen ja Lapin kautta, vaan myös tapahtumilla voidaan rakentaa näkyvää brändiä. Rovaniemenä verrattiin Ouluun, missä tapahtumilla on onnistuttu luomaan toimiva kokonaisuus kesäisin. Tapahtumien selkeämpää näkyvyyttä esim. erilaisissa esitteissä peräänkuulutettiin. Toisaalta tapahtumien näkyvyydestä erilaisissa esitteissä ja kalentereissa mainittiin myös se, että ne helposti jäävät ainoastaan nimeksi jossain listassa. Tapahtumien ajankohtien synkronoimista ja jatkuvuutta pidettiin ensiarvoisen tärkeänä markkinoinnin kannalta.

Tapahtumien kannalta haastatteluissa nousi esille yksi markkinointiin liittyvä mielenkiintoinen asia. Sen sijaan että Rovaniemeä markkinoidaan sitä kautta, mitä täällä voi tehdä, pitäisi markkinointia kohdentaa enemmän myös siihen mitä täällä tapahtuu. Yhtenä ideana esille nousi tapahtumien liittäminen osaksi Rovaniemen Kesäpassia (kts. [www.visitrovaniemi.fi/kesapassi](http://www.visitrovaniemi.fi/kesapassi)). Tämä edellyttäisi kuitenkin sitä, että tapahtumat olisivat jatkuvia, jolloin järjestämispäivä on tiedossa jo hyvissä ajoin ennen kesää. Haastatteluissa tapahtumien jatkuvuus ja ennustettavuus nousikin vahvasti esille, joten se tukisi erilaisten tapahtumien liittämistä Kesäpassin yhteyteen, antaen myös itse passille lisäarvoa.

Kolme neljästä haastateltavasta henkilöstä sanoi Sääskisafarin ja Miesten Satasen sopineen loistavasti Rovaniemen imagoon siksi, että ne olivat tunnelmaltaan rentoja ja luovan hulluja. Yksi haastateltava ei pitänyt imagollista puolta lainkaan tärkeänä, vaan hänen mielestään pääasia on se, että ihmiset saadaan mukaan tapahtumaan. Yksi henkilö myös huomautti erilaisten imagollisista syistä järjestettyjen tapahtumien olevan ongelmallisia siksi, että niille on todella vaikea esittää panoksen ja tuotoksen suhdetta. Näin ollen niillä saavutettua lopullista arvoa on todella vaikea mitata. Kenenkään mielestä Rovaniemellä ei ole tapahtumien suhteen mitään imagollista ”muottia” mihin pitäisi mahtua. Jokainen tapahtuman järjestämiseen osallistuva taho kuitenkin

kin varmasti miettii, onko tietyn tyyppiseen tapahtumaan panostaminen heidän etujensa mukaista. Kuten Häyrynen ja Vallo (2008, 180–181) sanovat, on tapahtuman teema valittava harkintaa käyttäen, jotta se sopisi yhteisön arvomaailmaan ja tavoiteprofiiliin.

### **6.7 Taloudellinen merkitys ja matkailijoiden potentiaali**

Kaikki haastateltavat henkilöt olivat sitä mieltä, että tapahtumilla voidaan saavuttaa taloudellista hyötyä. Esille nousi myös se, että tapahtumien taloudellinen hyöty ei koske ainoastaan tapahtuman järjestäjiä, vaan ulottuu myös muihin toimijoihin. Voiton tavoittelemisessa korostettiin kuitenkin myös kärsivällisyyttä, koska taloudellinen tulos voi olla ensimmäisinä vuosina miinusmerkkinen, ja onnistunut tapahtuma tulee usein vasta vuosien tekemisen ja kokemuksen jälkeen. Tapahtumien kulujen todettiin myös olevan todella suuria, joten niiden karsiminen on avainasemassa voiton saamisen kannalta. Yksi henkilö mainitsikin, että tapahtumia pitäisi nimenomaan lähteä tulevaisuudessa toteuttamaan niin, että mietitään toteuttamiskelpoisia ideoita ilman että niihin tarvitsee panostaa valtavia rahamääriä.

Yksi henkilö muistutti osuvasti että tapahtumien on pystyttävä ns. kantamaan itse itsensä, tai muuten niistä tulee rasite. Niille on siis oltava luontainen edellytys, jolloin alueella olevat toimijat on otettava niiden toteuttamisessa huomioon. Matkailijoiden potentiaalista puhuttaessa mainittiin, että Rovaniemellä on talvisin paljon ohjelmatarjontaa, mutta kesäisin juuri tapahtumat luovat syyn tulla Rovaniemelle. Lisäksi mainittiin Rovaniemen saavutettavuuden olevan säännöllisten lentojen ansiosta jo hyvä, ja hotelli- ja ravintolakapasiteettiakin on riittävästi, joten ne luovat hyvän pohjan ympärivuotisen matkailun rakentamiselle. Yksi henkilö ehdotti täysin matkailijoille suunnattua tapahtumaa, ja kahdelta eri taholta huomautettiin myös lapsiperheiden roolin tärkeydestä. Venäläisten matkailijoiden tarjoamat mahdollisuudet oli myös todella huomionarvoinen asia, mihin liittyen mainittiin, ettei Rovaniemellä aina osata katsoa kalenteria venäläisten näkökulmasta.

Kaikkien haastatteluun osallistuneiden mielestä tapahtumien taloudellisessa puolella on myös tulevaisuudessa kasvupotentiaalia. Myös Parry ja Shone (2006, 19) mainitsevat tapahtumabisneksen olevan yleisesti kasvussa. Haastatteluissa korostui useiden vaihtoehtojen tarjoaminen asiakkaalle eri toimi-

joiden kautta, jotka osallistuvat tapahtumien järjestämiseen. Yksi henkilö tiesi sanoa, että Rovaniemen matkailutulosta vain n. 30 % tehdään lumettomana aikana. Hänen mukaan talvi alkaa olla jo niin kovan kilpailun aikaa, että sinne on haasteellista enää synnyttää lisää sisältöä. Tällöin kasvupotentiaali isossa kuvassa on kesässä. Lisäksi muistutettiin siitä, että hiljaisemman myynnin aika, kuten kesä olisi ehdottomasti nähtävä mahdollisuutena eikä uhkana, ja että tapahtumilla on ehdottomasti vaikutusta kesämatkailun kasvuun. Myös Getz (2005, 12–13) toteaa tapahtumilla olevan matkailullista arvoa, ja toisaalta myös tarjoavan paikallisille ihmisille syyn jäädä kotiin. Suomalaiset viihtyvät tunnetusti kesäisin mökillä, joten mielenkiintoisilla tapahtumilla voidaan tarjota heille mahdollisuus jättää yksi mökkiviikonloppu väliin.

Oulu nostettiin myös taloudellisella puolella yhdeksi esimerkiksi. Yksi haastateltava henkilö mainitsi Oulun hyväksi esimerkiksi siitä, miten he ovat nähneet tapahtumat tärkeäksi sisällöksi, kun heillä ei ole muuten kyllin vetovoimainen matkailijavirta. Rovaniemeä kritisoitiin siitä, että matkailijoita kyllä saapuu paljon, mutta omien sisältöjen kehittäminen on jäänyt heikommalle. Rovaniemellä on jo hyvä matkailijavirta, mutta tapahtumat puuttuvat.

## **6.8 Tapahtumien ajankohta, koko ja tyyppi**

Tapahtumien ajankohdista puhuttaessa kaikki henkilöt olivat samoilla linjoilla. Heidän mielestään isompia tapahtumia voi olla yksi kuukaudessa, tai 1-2 koko kesän aikana. Heinäkuu nousi esille parhaana ajankohtana ihmisten kesälomien ansiosta. Lisäksi heinäkuu on myös säiden puolesta kesän lämpimintä aikaa, ja illatkin ovat vielä valoisia (Rovaniemen matkailu 2011d). Yksi henkilö mainitsi tapahtumien ajankohdallisen keskittämisen ongelmaksi mahdollisen majoituskapasiteetin ylittymisen. Lisäksi ehdotettiin yhtä isompaa tapahtumaa elokuun lopulle eräänlaiseksi kesäkauden päättäjäksi, sekä viihdetyyppistä festivaalia. Lisäksi mainittiin, ettei sillä ole väliä kuka järjestää ja mitä, vaan pääasia on että tapahtuu. Kuitenkin huomioitiin myös se, että tapahtumien olisi synnyttävä paikallisista tarpeista. Erilaiset urheiluseurojen ja yhdistysten järjestämät tapahtumat nähtiin tervetulleina, sekä toivottiin että muualla kaupungin alueella järjestetyistä tapahtumista voitaisiin keskustaan tuoda jonkinlaisia ”maistiaisista”. Yksi henkilö ehdotti myös yhteistyötä Rovaniemellä toimivan Lapin musiikkiopiston kanssa, jolloin nuoret muusikot pääsisivät esittelemään taitojaan yleisön eteen katusoittoperiaatteella.

Tapahtumien kokoluokista puhuttaessa esille nousi tarve saada Rovaniemelle yksi isompi kesätapahtuma, jolla olisi vetovoimaa koko Suomen laajuisesti. Ehdotuksena oli esim. jonkinlainen tapahtumaviikko tai viikonloppu, joka pitäisi sisällään paljon pienempiä tapahtumia. Lisäksi ehdotettiin, että jo olemassa olevien tapahtumien ympärille synkronoitaisiin erilaisia pienempiä tapahtumia. Esille tuli kuitenkin myös se fakta, ettei massatapahtumia voi olla liikaa, koska volyyymi ei paikkakunnalla riitä. Haastateltavat eivät asettaneet massatapahtumia ja pienempiä tapahtumia vastakkain, vaan näkivät ne toisiinsa täydentävinä asioina. Yksi henkilö huomauttikin pienempien tapahtumien toimivan sideaineena isompien välillä, jolloin tapahtumapaikka pysyy ns. hengissä. Haastatteluissa korostui vahvasti se, että toiminnan pitää olla pitkäjänteistä, jolloin ei kannata alkaa tekemään hirveän kohun saattamana mitään järjettömän suurta, koska epäonnistuessaan se tappaa rohkeutta järjestää muutakaan. Kuten Getz (2007, 25) toteaa, voi pienempikin tapahtuma olla kaupungin kokoon suhteutettuna megaluokan tapahtuma, jonka taloudelliset ja matkailulliset vaikutukset ovat merkittäviä.

## 6.9 Yhteenveto

Historian saatossa Rovaniemen kesätapahtumien ongelmana on ollut niiden jääminen ns. puuhastelun asteelle. Aina ei ole otettu huomioon sitä, että tapahtumien tulisi olla kiinnostavia sekä paikallisten että matkailijoiden näkökulmasta, ja että niissä pitää olla selviä taloudellisia hyötynäkökulmia. Tapahtumien ulkoisiin puitteisiin ei ole aina muistettu panostaa riittävällä tavalla, ja lisäksi kateellinen ilmapiiri on osittain hidastunut kehitystä. Tapahtumien vähyys Rovaniemen keskustassa on aiheuttanut huolestuneisuutta.

Tapahtumien merkitys kaupungin keskustan elävyydelle on huomattava. Niillä on merkitystä Rovaniemen kesämatkailun lisäämisessä ja tarjonnan monipuolistamisessa. Tapahtumat kuuluvat hyvän matkailukaupungin olemukseen, mutta niihin ei ole panostettu Rovaniemellä riittävällä tavalla. Tapahtumilla voidaan saavuttaa taloudellista hyötyä, eikä se koske ainoastaan järjestäjiä, vaan ulottuu myös pidemmälle. Taloudellisen hyödyn suhteen on kuitenkin oltava kärsivällisiä. Tapahtumia voidaan järjestää myös suhteellisen pienillä kuluilla, eikä aina tarvitse lähteä tavoittelemaan jotain todella suurta ja mullistavaa. Tapahtumilla tulee olla luontainen edellytys, jolloin alueella olevat toimijat otetaan niissä huomioon. Sillä ei ole väliä kuka järjestää, vaan



pääasia on että tapahtuu. Tulevaisuudessa tapahtumilla on taloudellista kasvupotentiaalia.

Eri tahojen välinen yhteistyö on kehittynyt ja tiivistynyt viime aikoina. Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi, sekä Rovaniemen Kehitys ovat tärkeitä sideaineita yritysten välillä. Yhteistyön tärkeys korostuu erityisesti taloudellisen riskin pienenemisessä ja tapahtumien suunnittelussa. Yhteistyötä on mahdollista vielä tiivistää tulevaisuudessa, jolloin toiminnasta on tehtävä entistä suunnitelmallisempaa ja organisoidumpaa. Rantanen ja Toikko (2009, 14) toteavat, että kehittäminen vaatii onnistuakseen selkeästi määritellyt tavoitteet. Tässä valossa selkeiden tavoitteiden asettaminen ja tekemisen suunnitelmallisuus ovat ensiarvoisen tärkeitä. Tapahtumia voidaan hyödyntää Rovaniemen markkinoinnissa, mutta se vaatii panostuksia. Markkinointia pitäisi kohdentaa enemmän siihen mitä Rovaniemellä tapahtuu, eikä ainoastaan siihen mitä Rovaniemellä voi tehdä. Markkinoinnin kannalta tapahtumien jatkuvuus ja ennustettavuus ovat tärkeitä asioita.

Rovaniemen koko ja taloudelliset realiteetit on otettava huomioon tapahtumissa, joten kesän aikana ei voi olla liian montaa isoa tapahtumaa. Enimmillään isoja massatapahtumia tulisi olla yksi per kuukausi. Liian suuri tapahtumien keskittäminen samalle ajankohdalle voi aiheuttaa majoituskapasiteetin ylittymisen. Liian suurella taloudellisella riskillä ei kannata lähteä tapahtumia järjestämään, koska epäonnistuessaan se syö rohkeutta järjestämiseen tulevaisuudessa. Pienemmät tapahtumat toimivat sideaineina isompien välillä, jolloin ne täydentävät toisiaan. Heinäkuu on kesätapahtumien järjestämisen kannalta parasta aikaa kesälomien ja sään puolesta.

Miesten Satanen ja Sääskisafari olivat onnistuneita tapahtumia, ja niistä saatiin todella paljon positiivista palautetta. Molempien tapahtumien järjestämisessä eri tahojen välien yhteistyö toimi moitteettomasti, ja ne olivat hyviä esimerkkejä siitä, että kilpailevat yritykset voivat yhdistää voimansa tapahtumien osalta. Luonteeltaan molemmat sopivat loistavasti ympäristöönsä niiden rentouden ja luovan hulluuden ansiosta. Ajankohdallisesti molemmat olivat onnistuneesti sijoitettuja, ja niiden onnistuminen kokonaisuudessaan antoi paljon uskoa tulevaisuuteen. Torityyppinen myyntitoiminta kävelykadulla on mahdollista, mutta se vaatii paljon kehittämistä.

## 7 POHDINTA

### 7.1 Tulokset ja luotettavuus

Rovaniemen kävelykadun niukkaan tapahtumatarjontaan on vuosien saatossa vaikuttanut mm. suunnitelmattomuus, kateellisuus ja se, ettei ole tajuttu onnistuneen tapahtuman rakentuvan monesta eri palasesta. Onnistuessaan tapahtumilla on merkitystä ihmisten viihtyvyyden, kaupallisuuden ja Rovaniemen kesämatkailun kannalta. Kesäisin tapahtumat voivat luoda matkailijoille hyvän syyn tulla Rovaniemelle. Tapahtumien järjestäminen vaatii eri tahojen yhteistyötä, mikä on tiivistynyt viime vuosina. Tapahtumia voidaan myös käyttää kaupungin markkinointiin, ja ne voivat toimia hyvänä syynä Rovaniemellä vierailemiseen. Rovaniemen koko ja taloudelliset realiteetit on otettava huomioon tapahtumien suunnittelussa.

Tuotekehityksen lähtökohtana on toimintaympäristö. Sen tunteminen on tärkeää, ja siinä tapahtuviin muutoksiin pitäisi pystyä valmistautumaan etukäteen. (García-Rosell ym. 2010.) Kävelykatu on tapahtumien konkreettinen järjestämispaikka, mutta toimintaympäristöstä puhuttaessa on nähtävä paljon pidemmälle. Alueen toimijoilla on varmasti kokemusta ja tilastoituakin tietoa siitä, milloin kaupungissa liikkuu eri maalaisia matkailijoita. Etenkin suhteellisen läheltä saapuvien venäläisten osalta tiedetään milloin heillä on lomakaudet, joten heidän saapumiseen osataan valmistautua. Haastattelussa kävi ilmi, ettei tätä asiaa osata kuitenkaan osata hyödyntää aina tarpeeksi tehokkaasti. Jos tiedetään, että tiettyyn aikaan kaupungissa on x määrä esim. venäläisiä, on palvelujen suunnitteleminen heille huomattavasti helpompaa. Isoista tapahtumista puhuttaessa on toimintaympäristönä nähtävä koko muu Suomi. Ei ole välttämättä järkevää lähteä kilpailemaan jonkun muualla järjestettävän, jo ennestään tunnetun ja suosituksen kanssa.

Rovaniemen kävelykadun puitteet eivät olleet opinnäytetyön suunnitelmassa mukana, mutta myös niihin liittyen esitettiin haastatteluissa mielenkiintoisia ja tarkastelunarvoisia asioita. Haastatteluissa tuli usein ilmi se armoton asia, että tapahtumat ovat aina säiden armoilla. Loistavaakaan tapahtumaa ei luultavasti pelasta mikään, jos vettä tulee kaatamalla niskaan. Yhtenä ideana ehdotettiin erilaisten siirrettävien tai helposti koottavien katosratkaisujen hankkimista. Kävelykadun ulkoisiin puitteisiin liittyen ehdotettiin myös viher-

kasvien lisäämistä viihtyvyyden parantamiseksi. Sääskisafarilla tanssilavan reunoille tuotiin oikeita koivuja, mikä lisäsi huomattavasti viihtyisyyttä ja toi tapahtumaan tanssilavojen maalaistunnelmaa keskelle kaupunkia. Jatkuvan viihtyvyyden parantaminen on kuitenkin eri asia, ja se vaatii myös paljon suurempia rahallisia panostuksia. Tästä huolimatta se on todella kannatettava ehdotus. Sateen varalle rakennettavat katokset ovat myös ideana loistava. Täytyy kuitenkin muistaa, etteivät ne kokonaan pelasta tapahtumia huonon sään vaikutuksilta. Mielestäni alueelle olisi ehdottomasti myös saatava joko kiinteä tai siirrettävä esiintymislava. Se lisäisi huomattavasti alueen käyttömahdollisuuksia.

Mielestäni haastatteluissa huokui vahva luottamus tulevaisuuteen. Eri toimijoiden välisellä yhteistyöllä on osoitettu olevan voimaa. Ilmapiiriä keuhuttiin tällä hetkellä todella kannustavaksi, ja kaupungin sanottiin antaneen hyvät edellytykset tapahtumille. Se rohkaisee ihmisiä niiden järjestämiseen. Tapahtumilla sanottiin olevan juuri nyt nostetta, ja siitä olisikin otettava nyt kaikki irti suunnittelemalla tulevaisuutta pitkälle eteenpäin. Mielestäni tärkein asia Rovaniemen kävelykadun tapahtumatarjonnan kehittämisen kannalta on juuri tekemisen parempi suunnittelu ja organisointi alusta loppuun. Kuten haastatteluissakin tuli ilmi, ideoita kyllä riittää mutta niiden toteuttaminen vaatii tahtoa, yhteistyötä ja suunnitelmallisuutta. Raj ym. (2009, 19) mainitsevat, että Iso-Britanniassa päättäjät ovat alkaneet laatia matkailustrategioiden lisäksi myös tapahtumastrategioita. Tällaisen strategian laatiminen voisi olla yksi keino suunnitelmallisuuden lisäämiseksi. Toisaalta strategialla ei ole mitään merkitystä jos sitä ei noudateta. Lisäksi sen laatiminen vaatii resursseja, eikä sen liian orjallinen noudattaminen ole hyvä asia suunnitteluun tarvittavan luovuuden kannalta. Tavoitteellisuuden kannalta strategia olisi kuitenkin hyvä asia.

Kateellisuus ei tule koskaan täysin häviämään, mutta toivottavasti yritykset tajuavat tapahtumien taloudellisen hyödyn laajan leviämisen. Sen pitäisi kannustaa kaikkia puhaltamaan yhteen hiileen. Toisaalta on varmasti myös sellaisia toimijoita, joilla ei ole mitään kiinnostusta lähteä panostamaan tapahtumiin rahallisesti, koska tietävät saavan niistä joka tapauksessa saman hyödyn. Tapahtumien kehittäminen vaatii kuitenkin laajan yhteistyöpohjan, jolloin ns. vapaamatkustajat eivät auta asiaa. Rovaniemen Kehityksen rooli on

koordinoida tapahtumien järjestämistä ja suunnittelua, mutta halu niiden toteuttamiseen täytyy lähteä yritysmaailmasta.

Rantasen ja Toikon (2009, 14) mukaan kehittämistyötä voidaan lähestyä innovaation tai diffuusion kautta. Miesten Satanen on hyvä esimerkki täysin innovaation kautta syntyneestä tapahtumasta. Ottaen huomioon tämän hetkisen tapahtumatarjonnan heikon tilan, on sitä mielestäni lähdeittävä kehittämään vahvasti innovaatioiden kautta. Uusia ideoita ei kuitenkaan voi lähteä toteuttamaan liian kovalla kiireellä, koska tärkeintä on lopulta saada ne toteutetuksi toimivalla tavalla (Koski–Tuominen 2004, 202, 210). Diffuusiota ei kuitenkaan sovi unohtaa, vaan jokaisesta tapahtumasta on otettava jotain opiksi ja siirrettävä hyvät asiat tuleviin tapahtumiin. Innovaation ja diffuusion yhdistäminen sopivassa suhteessa luo mielestäni hyvän pohjan tapahtumien kehittämiseksi. Mitä enemmän toimivia tapahtumia on, sitä enemmän niistä saatuja onnistumisia voidaan hyödyntää. Uusilla huomioita herättävillä omaperäisillä ideoilla voidaan saavuttaa todella suuri medianäkyvyys ympäri maailman, eikä se välttämättä edes maksa mitään, kiitos Internetin. Tietynlaisen kulttimaineen saavuttaminen Internetissä voi olla todella kova valttikortti, puhumattakaan siitä että valtamediat seuraavat nykyään myös tarkoin Internetin yhteisömedioissa leviäviä suosittuja ilmiöitä. Kekseliäisyydellä ja eri medioiden hyödyntämisellä voi olla todella suuri merkitys.

”Tätä kokeiltiin 70-luvulla, eikä se silloinkaan toiminut. Nyt ei ole 70-luku” (Kulmala 2009, 146.) Tämä lause kiteyttää mielestäni hyvin sen, että ajat ja ihmiset muuttuvat. Menneisiin takertuminen ei kannata. Ei hyvässä eikä pahassa. Aiemmin toimimattomaksi havaittu idea saattaa nykypäivänä toimia hyvinkin. Ehkä aika ei vain ollut silloin vielä kypsä, tai ideaa ei osattu toteuttaa oikein. Liian usein menneisiin takerrutaan myös ajattelemalla, että jokin hyväksi havaittu asia toimii sellaisenaan ikuisesti. Silloin unohdetaan se fakta, että nyky-yhteiskunnassa pärjääminen vaatii jatkuvaa kehittymistä.

Sain todella kesän 2011 aikana paljon positiivista palautetta etenkin Miesten Sataseen liittyen. Ihmiset kertoivat että juuri tämän kaltaisille rennolla meinillä toteutetuille tapahtumille on todella paljon tilausta, ja niitä pitäisi järjestää useammin. Vuosien työn jälkeen tällaisilla tapahtumilla on mahdollisuus nousta ainakin Suomen mittakaavassa tunnetuiksi ja matkailijoiden

kannalta erittäin houkutteleviksi tapahtumiksi. Kärsivällisyyttä kuitenkin tarvitaan. Olemassa olevien tapahtumien jatkuva kehitystyö on ratkaisevassa asemassa, jotta ne eivät jää ainoastaan puuhastelun asteelle ja hiivu ajan myötä pois. Tuotekehitys on jatkuva prosessi, johon olennaisena osana kuuluu myös sen jatkuva arviointi (García-Rosell ym. 2010). Tapahtumamarkkinoinnin ja kesämatkailun lisäämisen kannalta tapahtumiin panostaminen tulisi mielestäni olla huomattavasti suurempaa. Täytyy kuitenkin aina muistaa se, että resurssit ovat rajalliset. Kaikkeen ei riitä aikaa eikä rahaa. Lisäksi Rovaniemellä panostetaan tällä hetkellä vahvasti joulumatkailuun, mikä ymmärrettävästi vaatii huomattavasti resursseja. Oman näkemykseni mukaan tapahtumat nähdään yleisesti tällä hetkellä jonkinlaisena lisänä, eikä säännöllisenä toimintana. Yhtenä syynä tähän on kuitenkin se, että niiden järjestäminen ja suunnittelu vievät paljon aikaa.

Hirsjärvi ja Hurme (2009, 186–187) käsittelevät tutkimuksen luotettavuutta reliaaabeliuden ja validiuden kautta. Heidän mukaansa reliaaabelius voidaan määritellä kolmella tavalla: saadaanko kahdella tutkimuskerralla samalta henkilöltä samat tulokset, päätyykö kaksi eri tutkijaa samaan lopputulokseen ja saavutetaanko kahdella eri menetelmällä sama lopputulos. He myös huomauttavat näiden tulkintojen olevan ongelmallisia ihmisten yksilöllisyydestä johtuen. Kaikki haastatteluun osallistuneet henkilöt olivat minulle entuudestaan tuttuja, millä luultavasti oli osittain vaikutusta haastattelun kulkuun ja tuloksiin. Mielestäni tutulle henkilölle on kuitenkin helppo puhua totta kuin ventovieraalle. Jos olisin käyttänyt jotain toista tutkimusmenetelmää, olisivat tulokset luultavasti olleet samansuuntaisia, mutta eivät kenties niin syvällisiä. Mikäli joku toinen olisi ollut minun asemassa haastattelussa, eivät tulokset luultavasti olisi olleet identtisiä johtuen omasta taustastani ja kokemuksistani.

Hirsjärven ja Hurmeen (2009, 186–187) mukaan tutkimuksen validiudella tarkoitetaan yleisesti sitä, palveleeko tutkimus sen alkuperäistä tarkoitusta. Tämän tutkimuksen alkuperäisenä tarkoituksena oli kehittää Rovaniemen kävelykadun kesätapahtumatarjontaa, ja laajemmassa mittakaavassa elävöittää koko keskustaa. Mielestäni haastatteluiden avulla pystyttiin saamaan oleellista tietoa kehittämisen kannalta. Esille tuli niin vallitsevaan tilanteeseen vaikuttaneita tekijöitä, kuin tulevaisuuden kannalta merkittäviä asioita. Eettisyyden kannalta tämä työ ei juuri aiheuttanut ongelmia. Esille ei tullut juuri

mitään ”tulenarkaa”, ja tulosten anonyymi käsittely mahdollisti kaiken oleellisen tiedon julkaisemisen.

Tulosten luotettavuuden kannalta mielestäni huomionarvoista on se, että kaikki haastatteluun osallistuneet henkilöt olivat toteuttamassa hyvin onnistuneita tapahtumia kesällä 2011. Heillä olivat positiiviset tuntemukset päällimmäisenä mielessä. Positiiviset kokemukset antoivat varmasti oman arvonsa heidän vastauksiinsa, ja uskon että tulokset olisivat olleet erilaisia jos vastajina olisi ollut henkilöitä joilla on lähiajoilta negatiivisia kokemuksia tapahtumien järjestämisestä. Toisaalta esim. kesän 2011 tapahtumien epäonnistuminen esim. huonon sään vuoksi olisi voinut oleellisesti muuttaa tulosten suuntaa. Tästä voidaan mielestäni päätellä, että positiivisilla kokemuksilla on huomattava merkitys siihen intoon ja uskoon, mitä tarvitaan kun lähdetään järjestämään tapahtumia. Vastoinkäymisiäkin tulee varmasti joskus jokaisen tapahtuman kohdalla, mutta niistä oppiminen ja niihin varautuminen on tärkeää. Uskon että positiivisuuden kautta saatiin myös huomattavasti enemmän tietoa palvelemaan tämän opinnäytetyön tavoitteita. Henkilö joka on epäonnistunut viimeaikoina kaikissa yrityksissään saattaa helposti haastattelussa tyrmätä kaikki ideat, ja olla sitä mieltä ettei mistään tule jatkossakaan mitään. Tulosten luotettavuuden puolesta puhuu mielestäni myös se, että kaikki haastatteluun osallistuneet henkilöt ovat aidosti osoittaneet halukkuutensa ja tahtonsa tapahtumien järjestämiseen ja kehittämiseen.

## **7.2 Opinnäytetyöprosessi**

Opinnäytetyöprosessi alkoi osaltani syksyllä 2010, kun Risto Saukkoriipi Rovaniemen Kehitys Oy:stä ehdotti minulle Rovaniemen kävelykadun kehittämiseen liittyvän opinnäytetyön tekemistä. Vähitellen työn idea alkoi muotoutua, ja päätin lähteä toteuttamaan sitä tapahtumien näkökulmasta. Suunnitelmaseminaarin pidin helmikuussa 2011. Työ kuitenkin haki vielä sen jälkeen oikeita uomiaan, ja aiheen lopullisessa rajauksessa sekä menetelmien valinnassa oli miettimistä. Kevään 2011 aikana, suorittaessani RAMK:n syventävää harjoittelua Rovaniemen Kehitys Oy:ssä, työ alkoi vähitellen kuitenkin saada oikean suunnan. Täysin lopulliseen muotoonsa tutkimusongelman ja menetelmien osalta opinnäytetyö muotoutui kuitenkin vasta kesällä 2011 ollessani töissä Rovaniemen Kehitys Oy:ssä. Tuolloin olin mukana suunnittelemassa ja toteuttamassa erilaisia kesätapahtumia Rovaniemen kävelykadul-

la. Kesän 2011 kokemukset olivat ensiarvoisen tärkeitä tämän opinnäytetyön toteuttamisen kannalta, koska sain hyvän kuvan tapahtumatarjonnan tilasta, ja alueen tarjoamista mahdollisuuksista. Lisäksi sain onnekseni huomata, että Rovaniemeltä löytyy aktiivisia toimijoita, joilla on halua ja aktiivisuutta lähteä järjestämään erilaisia tapahtumia.

Ensimmäisen suunnitelman mukaan tämän opinnäytetyön olisi pitänyt valmistua keväällä 2011. Päätin kuitenkin lykätä työn valmistumista, ja se osoittautui mielestäni oikeaksi vaihtoehdoksi. Vilkka (2009, 100) toteaa, että pitkällä ajanjaksolla tutkijan ymmärrys tutkittavasta asiasta saattaa muuttua niin, että tutkimuksen alkuperäinen tarkoitus ei ole enää mielekäs. Ilman kesällä 2011 saatuja kokemuksia tämä opinnäytetyö näyttäisi todennäköisesti täysin erilaiselta. Minulla ei olisi ollut tarpeeksi omaa näkemystä ja kokemusta, jotta olisin voinut saada tästä opinnäytetyöstä sellaisen että se palvelee tarkoitustaan. Kokemus auttoi hahmottamaan sen millaisesta ongelmasta oikeastaan pohjimmiltaan on kyse, ja millaisilla keinoilla siihen on parasta hakea vastauksia. Lisäksi sain työkokemukseni kautta valittua mielestäni sopivimmat henkilöt haastattelun kohteiksi.

Tämän työn alkuperäinen idea oli Rovaniemen kävelykadun kehittäminen. Tähän löytyisi varmasti monia keinoja, mutta omalta osaltani mielekkäin valinta oli tapahtumat. Valintana oli lähteä kehittämään yhtä kävelykatuun olennaisesti kuuluvaan osa-alueetta, mikä vaikuttaa suurempaan kokonaisuuteen. Tämän pitäminen mielessä loi haasteita, koska helposti fokus karkasi ainoastaan tapahtumiin, eikä laajemman kokonaisuuden hahmottaminen ollut enää itsestään selvää. Prosessin aikana oli pidettävä mielessä se, miksi tapahtumia ylipäätänsä järjestetään. Vaikka tapahtumien järjestäminen on mielenkiintoista ja mukaansa tempaisevaa työtä, niitä harvoin järjestetään vain järjestämisen ilosta. Rovaniemen kävelykadun tapauksessa niiden tavoitteena voidaan pitää mm. alueen elävöittämistä, ihmisten viihtyvyyden parantamista, matkailijavirran kasvattamista, ja totta kai kaupallisen kannattavuuden lisäämistä.

Alkuperäisen suunnitelman mukaan tässä opinnäytetyössä olisi käytetty myös määrällistä tutkimusmenetelmää teemahaastattelujen ohella. Vilkka (2005, 97) toteaa että laadullisessa tutkimuksessa on aina otettava huomioon

se mitä merkitystä tutkitaan. Hänen mukaansa tutkijan on täsmennettävä, tutkitaanko kokemuksiin vai käsityksiin liittyviä merkityksiä. Kokemukset ovat henkilökohtaisia ja jokainen kokee tietyn asian aina hieman eri tavalla. Näkemyksen voi kuitenkin luoda mistä tahansa asiasta kokematta sitä itse. Kaikki ovat varmasti saaneet jostain asiasta jonkinlaisen näkemyksen esim. kaverin kertoman jutun perusteella. Haastattelujen tulosten pohjalta suurelle joukolle toteutettu kysely olisi mielestäni perustunut juuri ainoastaan ihmisten käsityksiin ja oletuksiin. Tästä johtuen päädyin puhtaasti laadulliseen tutkimukseen, joka perustuu ihmisten kokemuksiin tietyistä tilanteista.

Prosessi on ollut monine suunnitelman muutoksineen todella vaiherikas. Se on opettanut kärsivällisyyttä ja oikeiden keinojen pohtimista parhaan lopputuloksen saavuttamiseksi. Omaan osaamiseen tapahtumien järjestämisen kannalta tämä opinnäytetyö auttoi varmasti ymmärtämään tapahtumien merkitystä laajemmassa kokonaisuudessaan matkailun, liiketoiminnan ja ihmisten viihtyvyyden kannalta.



## LÄHTEET

- Beare, E.(toim.) 2009. 501 must-be-there events. London: Bounty Books.
- García-Rosell, J. – Kylänen, M. – Pitkänen, K. – Tekoniemi-Selkälä, T. – Vanhala, A. 2010. Matkailun tuotekehittäjän käsikirja. Osoitteessa <http://matkailu.luc.fi/Tuotekehitys/Etusivu.iw3>. 29.3.2011.
- Elävä Kaupunkikeskusta -yhdistys ry. 2008. Kaupunkikuvalla vetovoimaa. Valtakunnallinen kaupunkikuvasuositus. Osoitteessa [http://kaupunkikeskustat.fi/media/kaupunkikuvasuositus\\_EKK\\_27\\_11\\_08.pdf](http://kaupunkikeskustat.fi/media/kaupunkikuvasuositus_EKK_27_11_08.pdf). 24.10.2011.
- Elävä Kaupunkikeskusta -yhdistys ry. 2011. Toimintasuunnitelma. Osoitteessa [http://kaupunkikeskustat.fi/media/Toimintasuunnitelma2011\\_EKK.pdf](http://kaupunkikeskustat.fi/media/Toimintasuunnitelma2011_EKK.pdf). 11.11.2011.
- Eskola, J. – Vastamäki, J. 2001. Teemahaastattelu: opit ja opetukset – Teoksessa Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle (toim. J. Aaltola ja R. Valli), 24–42. Jyväskylä: PS Kustannus.
- Getz, D. 2005. Event management & Event tourism. Second edition. New York: Cognizant Communication.
- Getz, D. 2007. Event Studies. Theory, Research and Policy for Planned Events. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Henttunen, M. Ravintola Oluthuoneen ja Roy Clubin yrittäjän haastattelu 10.10.2011.
- Hirsjärvi, S. – Hurme, H. 2009. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.
- Häyrinen, E. – Vallo, H. 2008. Tapahtuma on tilaisuus. Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. 2. painos. Helsinki: Tietosanomaa Oy.
- Jyväskylän yliopisto 2011. Koppa. Laadullinen tutkimus. Osoitteessa <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmäpolkuja/menetelmäpolku/tutkimusstrategiat/laadullinen-tutkimus>. 10.11.2011.
- Kauppalehti 2011. Yrityshaku. Rovaniemen Kehitys Oy. Osoitteessa <http://www.kauppalehti.fi/yritykset/yritys/rovaniemen+kehitys+oy/20076387>. 28.9.2011.
- Kettunen, P. 2009. ”Kehitin Jyväskylän keskustaa ensin konsulttina, sitten vasta kaupunginjohtajana” – Teoksessa ”12 vuotta eläviä keskustoja” Elävä Kaupunkikeskusta -yhdistys ry. 1997–2009. (toim. M. Kulmanen), 28–29. Osoitteessa [http://kaupunkikeskustat.fi/media/ekk\\_historiikki\\_2009\\_web.pdf](http://kaupunkikeskustat.fi/media/ekk_historiikki_2009_web.pdf). 3.1.2011.

- Koski, J. – Tuominen, T. 2004. Kuinka ideat syntyvät. Porvoo: WSOY.
- Kulmala, M. 2009. Hyvä idea ei toimi. Helsinki: WSOY.
- Kuuranhalla, H. 2009. "Oulun tunnettu kävelykatu on jo yli 20 vuotta vanha" – Teoksessa "12 vuotta eläviä keskustoja" Elävä Kaupunkikeskusta -yhdistys ry. 1997–2009. (toim. M. Kulmanen), 6–7. Osoitteessa [http://kaupunkikeskustat.fi/media/ekk\\_historiikki\\_2009\\_web.pdf](http://kaupunkikeskustat.fi/media/ekk_historiikki_2009_web.pdf). 3.1.2011
- Kvale, S. 1996. InterViews. An introduction to qualitative research interviewing. London: Sage.
- Laine, T. 2007. Miten kokemusta voidaan tutkia? Fenomenologinen näkökulma – Teoksessa Ikkunoita tutkimusmetodeihin 2. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin (toim. J. Aaltola ja R. Valli), 28–45. 2.painos. Jyväskylä: PS Kustannus.
- Lapin Kansan palveluhakemisto 2011a. Kauppakeskus Rinteenkulma. Osoitteessa <http://rinteenkulmakiinteistoyhtio.palvelut.lapinkansa.fi/>. 9.3.2011.
- 2011b. Sampokeskuksen Yötön Yö 27.6. Osoitteessa <http://sampokeskus.palvelut.lapinkansa.fi/2011/06/22/sampokeskuksen-yoton-yo-maanantaina-27-6/>. 22.6.2011.
- Lapin Kullan Kimallus 2011. Osoitteessa <http://www.lapinkullankimallus.fi/>. 14.11.2011.
- Laurila, U. 2009. "Sain puhuttua vakuutusyhtiöt luopumaan paraatipaikoista, jotta vähittäiskauppa pääsi tilalle." – Teoksessa "12 vuotta eläviä keskustoja" Elävä Kaupunkikeskusta -yhdistys ry. 1997–2009. (toim. M. Kulmanen), 30–31. Osoitteessa [http://kaupunkikeskustat.fi/media/ekk\\_historiikki\\_2009\\_web.pdf](http://kaupunkikeskustat.fi/media/ekk_historiikki_2009_web.pdf). 3.1.2011.
- Lemminkäinen, P. 2009. "12 yhteistyön vuotta" – Teoksessa "12 vuotta eläviä keskustoja" Elävä Kaupunkikeskusta -yhdistys ry. 1997–2009. (toim. M. Kulmanen), 2. Osoitteessa [http://kaupunkikeskustat.fi/media/ekk\\_historiikki\\_2009\\_web.pdf](http://kaupunkikeskustat.fi/media/ekk_historiikki_2009_web.pdf). 3.1.2011.
- Parry, B. – Shone, A. 2006. Successful event management. A practical handbook. Second edition. London: Thomson Learning.
- Perkkiö, J. 2011. Santa's Hotelsin myyntipäällikön haastattelu 6.10.2011.
- Piri, T. 2009. "Löytäisin sijoittajia Oulun Rotuaarille, Jyväskylän Kauppakadulle ja Porin Promenadille - Tapiolaan ja Tikkurilaan sen sijaan en". – Teoksessa "12 vuotta eläviä keskustoja" Elävä Kaupunkikeskusta -yhdistys ry. 1997–2009. (toim. M. Kulmanen), 23. Osoitteessa

[http://kaupunkikeskustat.fi/media/ekk\\_historiikki\\_2009\\_web.pdf](http://kaupunkikeskustat.fi/media/ekk_historiikki_2009_web.pdf).  
3.1.2011.

Raj, R. – Rashid, T. – Walters, P. 2009. Events Management. An Integrated and Practical Approach. London: Sage Publications Ltd.

Rantanen, T. – Toikko, T. 2009. Tutkimuksellinen kehittämistoiminta. 3. painos. Tampere: Tampereen yliopistopaino Oy.

Rovaniemi 2011a. Kuntainfo. Osoitteessa  
<http://www.rovaniemi.fi/suomeksi/Palveluhakemisto/Kuntainfo.iw3>.  
2.10.2011.

– 2011b. Kunta lyhyesti. Osoitteessa  
[http://www.rovaniemi.fi/suomeksi/Palveluhakemisto/Kuntainfo/Kunta\\_lyhyesti.iw3](http://www.rovaniemi.fi/suomeksi/Palveluhakemisto/Kuntainfo/Kunta_lyhyesti.iw3).  
2.10.2011.

Rovaniemen Kehitys 2010a. Tapahtumista totta. Loppuraportti.

– 2010b. Tapahtumista totta. Tapahtumatuottajan ohjeistus.

Rovaniemen Kehitys 2011a. Osoitteessa  
<http://www.rovaniemenkehitys.fi/Suomeksi.iw3>.  
9.3.2011.

– 2011b. Hankepalvelut. Osoitteessa  
<http://www.rovaniemenkehitys.fi/Suomeksi/Hankepalvelut.iw3>.  
9.3.2011.

– 2011c. Yrityspalvelut. Osoitteessa  
<http://www.rovaniemenkehitys.fi/Suomeksi/Yrityspalvelut.iw3>.  
9.3.2011.

– 2011d. Päätyneet hankkeet. Osoitteessa  
[http://www.rovaniemenkehitys.fi/Suomeksi/Hankepalvelut/Paattyneet\\_hankkeet/Tapahtumista\\_totta.iw3](http://www.rovaniemenkehitys.fi/Suomeksi/Hankepalvelut/Paattyneet_hankkeet/Tapahtumista_totta.iw3).  
28.3.2011.

Rovaniemen matkailu 2011a. Hyvä tietää. Osoitteessa  
[http://www.visitrovaniemi.fi/Suomeksi/Hyva\\_tietaa.iw3](http://www.visitrovaniemi.fi/Suomeksi/Hyva_tietaa.iw3).  
9.3.2011.

– 2011b. Rovaniemi tänään. Osoitteessa  
[http://www.visitrovaniemi.fi/Suomeksi/Hyva\\_tietaa/Rovaniemi\\_tanaan.iw3](http://www.visitrovaniemi.fi/Suomeksi/Hyva_tietaa/Rovaniemi_tanaan.iw3).  
9.3.2011.

– 2011c. Saapuminen. Osoitteessa  
<http://www.visitrovaniemi.fi/Suomeksi/Saapuminen.iw3>.  
9.3.2011.

– 2011d. Sää ja ilmasto. Osoitteessa  
[http://www.visitrovaniemi.fi/Suomeksi/Hyva\\_tietaa/Saa\\_ja\\_ilmasto.iw3](http://www.visitrovaniemi.fi/Suomeksi/Hyva_tietaa/Saa_ja_ilmasto.iw3).  
13.2.2011

– 2011e. Historia. Osoitteessa  
[http://www.visitrovaniemi.fi/Suomeksi/Hyva\\_tietaa/Historia.iw3](http://www.visitrovaniemi.fi/Suomeksi/Hyva_tietaa/Historia.iw3).  
9.3.2011.

- 2011f. Tapahtumakalenteri. Osoitteessa  
<http://www.visitrovaniemi.fi/Suomeksi/Kayntikohteet/Tapahtumat.iw3>. 23.4.2011.
- Rovaniemen Matkailu ja Markkinointi 2006. Rovaniemen matkailustrategia. Osoitteessa <http://www.rovaniemi.fi/loader.aspx?id=db00aa34-f4f0-40f6-8691-877f26ff0373>. 13.2.2011.
- Sampokeskus 2011. Kauppakeskuksen perustiedot. Osoitteessa  
<http://www.sampokeskus.fi/modules/system/stdreq.aspx?P=338&VID=default&SID=652493834073826&S=1&C=21631>.  
27.9.2011.
- Santa's Hotels 2011. Osoitteessa <http://www.santashotels.fi/>. 10.11.2011.
- Soppela, R. 2011. Lapinmaa ravintoloiden ravintolapäällikön haastattelu  
10.10.2011.
- TLL 33 a § 1981. Tieliikennelaki. Kävelykadulla ajaminen. Osoitteessa  
<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1981/19810267>. 15.2.2011.
- Tornionlaakson Musiikkiklubi ry. 2011. Historia. Osoitteessa  
<http://www.musiikkiklubi.eu/historia.html>. 8.11.2011.
- Vilka, H. 2005. Tutki ja kehitä. Helsinki: Tammi.
- Wilhelms, M. 2009. Suomalaiset kävelykadut. Perusselvitys. Osoitteessa  
<http://kaupunkikeskustat.fi/media/suomalaisetkavelykadut.pdf>.  
21.2.2011.
- Yle Lappi 2009. Alueuutiset. Osoitteessa  
[http://yle.fi/alueet/lappi/2009/12/nimityksia\\_tunturihotellissa\\_1229953.html](http://yle.fi/alueet/lappi/2009/12/nimityksia_tunturihotellissa_1229953.html). 1.12.2009.
- Ylimäinen, A. 2011. Sampokeskuksen kauppakeskuspäällikön haastattelu  
3.10.2011.

**LIITTEET**

Rovaniemen tapahtumakalenteri (Kesä 2011)

Liite 1

Teemahaastattelun runko

Liite 2

**KESÄKUU**

**To 9.6. klo 12-20 Kesätori**

Lordinaukio. Tiedustelut: 0400 299573

**Su 12.6. klo 15 UKKO-Setin ja Rovaniemen VPK:n Soittokunnan  
levynjulkistamiskonsertti**

Korundi

Liput 10 €

Järj. Lapin Lauluveikot ja Rovaniemen VPK:n Soittokunta

**Su 12.6. klo 21 Kesäyön konsertti**

Daniel Görizl kitara, Timo Kinnunen harmonikka, Matthias Bauer kontrabasso

Rovaniemen kirkko

Järj. Kulttuuripalvelukeskus.

Vapaa pääsy, käsiohj. 5 €

**Ti 14.6. klo 18 Kauppatori laulaa ja soi - Yhteislaulutilaisuus**

Rovaniemen kauppatorilla

**To 16.6. klo 12-20 Kesätori**

Lordinaukio. Tiedustelut: 0400 299573

**Pe-la 17.-18.6. Rovakadun Markkinat**

Järj. T:mi Ari Orava

**La 18.6. Santa Claus Marathon**

[www.santaclausmarathon.com](http://www.santaclausmarathon.com)

**La-Su 18.-19.6. S-Etupäivät Ranuan Eläinpuistossa**

TV:stä tuttu Arne Alligaattori esiintyy!

[www.ranuazoo.com](http://www.ranuazoo.com)

**19.6. - 31.7. Konttisen kesäteatteri esittää:**

**Pomppivat salapoliisit ja kadonneiden raitojen arvoitus**

Musiikillinen hauska eläinseikkailu koko perheen makuun.

Ohjaus Hannu Friman, käsikirjoitus Kunto Ojansivu.

Kesäkuun näytökset:

19.6. klo 18

21.6. klo 18

22.6. klo 18

23.6. klo 18

26.6. klo 18

28.6. klo 18

[Lisätietoja](#)

**Ti 21.6. klo 18 Kauppatori laulaa ja soi - Yhteislaulutilaisuus**

Rovaniemen kauppatorilla

**To 23.6. klo 12-20 Kesätori**

Lordinaukio. Tiedustelut: 0400 299573

**24.6.-10.7. Suomen Tivoli**

Ounaspaaviljonki  
Avoinna arkisin klo 15-21, la-su klo 12-21 Juhannusaattona klo 15-02.

**Pe 24.6. Suomen suven julistus kaupungin uimarannalla Koskipuistossa.**

- Klo 17.45 Kansantanssi- ja musiikkiryhmä Siepakat esiintyy  
- Klo 18.00 Suomen lippu nostetaan salkoon. Suomen suven julistaa alkaneeksi Rovaniemen kaupunginvaltuuston puheenjohtaja Heikki Autto. Tilaisuuden lopussa esiintyy Siepakoiden kansantanssi- ja musiikkiryhmä.  
- Keskiyön aikaan jokirannassa voi ihailla juhannuskokkoa musiikin tahdissa. Siepakoiden muusikot virittävät soitollaan juhannustunnelmaa.  
Jätj. Rovaniemen kaupunki

**La-su 25.-26.6. Kansainvälinen koiranäyttely**

[www.juhannusnayttely.com](http://www.juhannusnayttely.com)

**La-su 25.-26.6. Juhannusravit**

Mäntyvaaran Ravirata, Rovaniemi  
[www.lapinravit.fi](http://www.lapinravit.fi)

**Ma 27.6. Yötön Yö -tapahtuma**

Sampokeskus

**Ti-to 28.-30.6. Rovaniemen Kesämarkkinat**

Kaupatori

**Ke-su 29.6.-3.7. Jutajaiset Folklore Festivaali**

[www.jutajaiset.fi](http://www.jutajaiset.fi)

**Ke 29.6. klo 19 Jutajaisten kirkkokonsertti, kansanmusiikkiyhtye Tallari.**

Pääsylippu 15/10 € aluelippualennus.  
Rovaniemen kirkko

**To 30.6. klo 12-20 Kesätori**

Lordinaukio. Tiedustelut: 0400 299573

**To 30.6. klo 19 Jutajaisten kirkkokonsertti, Mies ja kitara -Juha Tapio.**

Pääsylippu 20/15 € aluelippualennus.  
Rovaniemen kirkko

## HEINÄKUU

**Ke-su 29.6.-3.7. Jutajaiset Folklore Festivaali**

[www.jutajaiset.fi](http://www.jutajaiset.fi)

**24.6.-10.7. Suomen Tivoli**

Ounaspaaviljonki  
Avoinna arkisin klo 15-21, la-su klo 12-21.

**Pe-su 1.-3.7. Kultavaskooli -lentopalloturnaus**

[www.napapiirinpalloketut.fi/kultavaskooli](http://www.napapiirinpalloketut.fi/kultavaskooli)

**Pe 1.7. klo 18 Jutajaisten kirkkokonsertti "Helisevä pauhu"**

Suomalaista kanteletta, ruotsalaista kansanmusiikkia ja J.S. Bachia.  
Maija Kauhanen kantele sekä Johan Hedin & Gunnar Idenstam avainviulu ja urut.  
Pääsylippu 15/10 € aluelippualennus.  
Rovaniemen kirkko

**La 2.7. Rovaniemi Marathon**

[www.rovaniemimarathon.com](http://www.rovaniemimarathon.com)

**La 2.7. klo 18 Jutajaisten kirkkokonsertti, "Syty ja johdata"**

Lapin Lauluraito ja Putaan Pelimannit.

Pääsylippu 15/10 € aluelippualennus.

Rovaniemen kirkko

**Ti 5.7. klo 18 Kauppatori laulaa ja soi - Yhteislaulutilaisuus**

Rovaniemen kauppatorilla

**19.6. - 31.7. Konttisen kesäteatteri esittää:**

**Pomppivat salapoliisit ja kadonneiden raitojen arvoitus**

Musiikillinen hauska eläinseikkailu koko perheen makuun.

Ohjaus Hannu Friman, käsikirjoitus Kunto Ojansivu.

Heinäkuun näytökset:

4.7. klo 18

5.7. klo 18

6.7. klo 18

7.7 klo 18

8.7. klo 18

10.7. klo18

11.7. klo18

12.7. klo 18

13.7. klo 18

14.7. klo 18

17.7. klo 18

18.7. klo 18

19.7. klo 18

20.7. klo18

21.7. klo 18

22.7. klo 18

24.7 klo 15

25.7 klo 18

26.7. klo 18

27.7 klo 18

28.7. klo 18

29.7. klo 18

30.7. klo 15

30.7. klo 18

31.7. klo 15

[Lisätietoja](#)

**To 7.7. klo 12-20 Kesätori**

Lordinaukio. Tiedustelut: 0400 299573

**Pe-su 8.-10.7. klo 11-18 Auttikönkään Muinaismarkkinat**

Autti (n. 80 km Rovaniemeltä Kuusamoon päin)

Luvassa ennätysmäärä käsityöläisiä koko Suomesta, työnäytöksiä, musiikkia, näytelmiä, keskiaikaisia sirkusesityksiä, taistelunäytöksiä ym.

[www.arcticfantasy.net](http://www.arcticfantasy.net)

**Ti 12.7. klo 18 Kauppatori laulaa ja soi - Yhteislaulutilaisuus**

Rovaniemen kauppatorilla

**To 14.7. klo 12-20 Kesätori**

Lordinaukio. Tiedustelut: 0400 299573

**To-su 14.-17.7. Lapin Kullan Kimallus & Rovaniemen irkkujuomafestarit**

Keskikesän kulttuuri-/musiikkitapahtuma kaupungin ydinkeskustassa kävelykadulla.

[www.lapinkullankimallus.com](http://www.lapinkullankimallus.com)



**Ti 19.7. klo 18 Kauppatori laulaa ja soi - Yhteislaulutilaisuus**  
Rovaniemen kauppatorilla

**Ke 20.7. klo 19-23 Sääsikisafari -kiertue**  
Lordinaukio ja Kävelykatu  
Elävää musiikkisa ja tanssia koko illan!  
Ilmainen sisäänpääsy.

**To 21.7. klo 12-20 Kesätori**  
Lordinaukio. Tiedustelut: 0400 299573

**Ti 26.7. klo 18 Kauppatori laulaa ja soi - Yhteislaulutilaisuus**  
Rovaniemen kauppatorilla

**To 28.7. klo 12-20 Kesätori**  
Lordinaukio. Tiedustelut: 0400 299573

**Su 31.7. klo 19 Friedrich Flammen urkukonsertti**  
Vapaa pääsy, ohj. 5 €  
Rovaniemen kirkko

## **ELOKUU**

**To 4.8. klo 12-20 Kesätori**  
Lordinaukio. Tiedustelut: 0400 299573

**Pe-su 5.-7.8. Hengen uudistus r.y.:n kesäjuhla**  
Valtakunnallinen hengellinen kesäjuhla.  
Rovaniemen kirkko

**La-su 6.-7.8. Hillamarkkinat Ranualla**  
[www.hillamarkkinat.fi](http://www.hillamarkkinat.fi)

**La-Su 6.-7.8. Muumit Ranuan Eläinpuistossa**  
[www.ranuazoo.com](http://www.ranuazoo.com)

**To 11.8. klo 12-20 Kesätori**  
Lordinaukio. Tiedustelut: 0400 299573

**Pe-la 12.-13.8. Elonkorjuujuhlat**  
Rovaniemen keskusta  
Jätj. T:mi Ari Orava

**La 13.8. klo 10-18 Jätjänkynttilä-uistelu ja Kalatori**  
Jätjänpuisto ja Lainaankanta  
[www.napapiirinperhokalastajat.fi](http://www.napapiirinperhokalastajat.fi)

**To 18.8. klo 12-20 Kesätori**  
Lordinaukio. Tiedustelut: 0400 299573

**Pe-su 19.-21.8. Rovaniemen Wanhat Markkinat**  
Vanha tori ja Jätjänpuisto  
[www.rovaniemenwanhatmarkkinat.fi](http://www.rovaniemenwanhatmarkkinat.fi)

**Ma-pe 22.-26.8. 25th International Applied Geochemistry Symposium IAGS 2011**  
<http://www.iags2011.fi/>  
Rovaniemi

**To 25.8. klo 12-20 Kesätori**

Lordinaukio. Tiedustelut: 0400 299573

**Ke-pe 24.-26.8. Barentsin kirjastokokous**

Korundi

Tiedot: <http://www.visitrovaniemi.fi/Suomeksi/Kayntikohteet/Tapahtumat.iw3>

## Teemahaastattelu: Rovaniemen kävelykadun kesätapahtumat

Haasteltavan nimi, asema, tehtäväkuva ja historia lyhyesti

### 1. Historia

- 1.1. Millaiseksi koet Rovaniemen keskustan historian kesätapahtumien osalta?
  - 1.1.1. Hyvät ja huonot esimerkit
  - 1.1.2. Mitä olisi voitu tehdä toisin?
  - 1.1.3. Yhteistyö eri tahojen välillä

### 2. Tapahtumien merkitys kaupungille

- 2.1. Kuinka tärkeässä osassa tapahtumat ovat elävän keskustan luomisessa?
- 2.2. Matkailijoiden potentiaali tapahtumissa
- 2.3. Taloudellinen hyöty

### 3. Kesä 2011

- 3.1. Miesten Satanen & Sääskisafari
  - 3.1.1. Miten onnistui?
  - 3.1.2. Oliko hintansa arvoinen?
  - 3.1.3. Miten koit että sopii Rovaniemen imagoon?
  - 3.1.4. Mikä oli erityisen hyvää?
  - 3.1.5. Mitä jäit kaipaamaan?
  - 3.1.6. Tulevaisuus
- 3.2. Kesän muut tapahtumat
  - 3.2.1. Mitä jäi mieleen?
  - 3.2.2. Mitä jäit kaipaamaan?

### 4. Tulevaisuus

- 4.1. Minkä tyyppisiä tapahtumia tarvitaan?
- 4.2. Massatapahtumat vs. räätälöidymmät vaihtoehdot
- 4.3. Tapahtumien ajankohta, keskitetty vai hajautettu?
- 4.4. Yhteistyön merkitys
- 4.5. Kaupungin markkinointi tapahtumilla
- 4.6. Merkitys liiketoiminnalle

### 5. Vapaa sana