



Konsta Laaka

TAPAHTUMATEOLLISUUDEN ALUEELLISET VAIKUTUKSET

Pro gradu -tutkielma

Taloustiede

Toukokuu 2022

Yksikkö Taloustieteen, laskentatoimen ja rahoituksen yksikkö			
Tekijä Konsta Laaka		Työn valvoja Simonen, J., apulaisprofessori	
Työn nimi Tapahtumateollisuuden alueelliset vaikutukset			
Oppiaine Taloustiede	Työn laji Pro gradu	Aika 30.5.2022	Sivumäärä 56
Tiivistelmä			
<p>Tässä tutkielmassa tarkastellaan tapahtumateollisuutta, tapahtumateollisuuden aluetaloudellisia vaikutuksia ja koronapandemian vaikutuksia tapahtumateollisuudelle. Tapahtumateollisuus on tapahtumien ympärille rakentuva toimiala, joka on kasvanut nopeasti 1900-luvun loppupuolelta vuoteen 2019 asti. Vuonna 2019 tapahtumateollisuuden toimijoiden yhteenlaskettu liikevaihto oli yli kaksi miljardia euroa, mutta vuodesta 2019 vuoteen 2020 tapahtumia järjestävien yritysten liikevaihto laski 24 %.</p> <p>Tutkielman tavoitteena on määritellä tapahtuman ja tapahtumateollisuuden käsite, sekä jäsenellä tapahtumateollisuuden aluetaloudellisia vaikutuksia. Lisäksi tarkastelun kohteena on tapahtumateollisuuden kokoluokka Suomessa ja Oulun alueella. Tapahtumateollisuuden kokoluokkaa Suomessa arvioidaan hyödyntäen aluetaloudellisia yritystoimintatilastoja. Oulun tapahtumateollisuuden toimijoita ja heidän asenteitaan arvioidaan tutkielmassa toteutetun kyselytutkimuksen keinoin.</p> <p>Tapahtumateollisuuden yritysten järjestämällä tapahtumilla on huomattavia positiivisia aluetaloudellisia vaikutuksia tapahtumia järjestävien yritysten muodostamien suorien palkka- ja verosummien lisäksi. Suurimpana näistä on ulkopaikkakuntalaisten tapahtumavierailijoiden kulutus tapahtuman järjestämispaikkakunnalla. Taloudellisten vaikutusten lisäksi tapahtumilla on tärkeitä sosiaalisia vaikutuksia kulttuurin ilmaisussa ja kehityksessä.</p>			
Asiasanat tapahtumateollisuus, tapahtumat, koronapandemia			
Muita tietoja			

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
2	ELÄMYSTALOUS JA TAPAHTUMAT	7
	2.1 Tapahtumat	9
	2.2 Tapahtumien jaottelu	10
3	TAPAHTUMATEOLLISUUS	13
	3.1 Tapahtumateollisuuden kasvun tausta	13
	3.1.1 Vapaa-ajan määrällinen kasvu	13
	3.1.2 Nouseva elintaso	17
	3.2 Tapahtumateollisuuden toimijat	23
	3.3 Tapahtumateollisuuden kokoluokka	25
	3.4 Tapahtumateollisuuden tulevaisuuden kasvuun vaikuttavia tekijöitä ..	30
4	KAUPUNGIT JA TAPAHTUMATEOLLISUUS	31
	4.1 Tapahtumateollisuuden toimijoiden sijainti Suomessa.....	31
	4.2 Tapahtumateollisuuden aluetaloudelliset vaikutukset	32
5	KYSELY OULUN TAPAHTUMATEOLLISUUDEN TOIMIJOILLE	36
	5.1 Kyselyn vastaajaryhmä.....	37
	5.2 Kyselyn tulokset.....	39
6	KORONAPANDEMIAN VAIKUTUKSET	45
7	YHTEENVETO	48
	LÄHTEET.....	50

LIITTEET

Liite 1 Kansallisen kulutusluokituksen vapaa-ajan kulutusluokat	53
---	----

KUVIOT

Kuvio 1. Suomalaisen 10–64-vuotiaiden ajankäyttö	16
Kuvio 2. Työllisten suomalaisten 10–64-vuotiaiden ajankäyttö	17
Kuvio 3. Yksityiset kulutusmenot vuosittain	18
Kuvio 4. Asuntokuntien rahatulo tulovienneksittäin	20
Kuvio 5. Kulutus vapaa-aikaan, kulttuuriin ja tapahtumiin tulovienneksittäin.....	22
Kuvio 6. Tapahtumajärjestäjien klusteriin kuuluvien yritysten liikevaihto 2013-2020	28
Kuvio 7. Tapahtumajärjestäjien klusteriin kuuluvien yritysten liikevaihto tehtyjä henkilötyövuosia kohden	29
Kuvio 8. Tapahtumajärjestäjien klusterin liikevaihdon kehitys paikkakunnittain	32
Kuvio 9. Tapahtumateollisuuden aluetaloudelliset vaikutusmekanismit	33
Kuvio 10. Kyselyn vastaajat ydin toiminnan mukaan.....	37
Kuvio 11. Kyselyyn vastanneiden luokittelu liikevaihdon mukaan.....	38
Kuvio 12. Kohdeyritysten palkattujen täyspäiväisten työntekijöiden määrä	39
Kuvio 13. Tapahtumajärjestäjien arvio Oulun tapahtumien palveluntuottajista	41
Kuvio 14. Tapahtumajärjestäjien arvio Oulun tapahtumajärjestämisen tiloista	41
Kuvio 15. Kohdeyritysten arvio liikevaihdon kehitykselle vuosina 2019-2020	42
Kuvio 16. Tapahtumajärjestäjien arvio liikevaihdon kehitykselle vuosina 2019-2020.....	43
Kuvio 17. Tapahtumajärjestäjien alihankkijoiden arvio liikevaihdon kehitykselle vuosina 2019-2020.....	44
Kuvio 18. Palvelualojen työpäiväkorjattu liikevaihdon vuosimuutos 2019-2020.....	46
Kuvio 19. Taiteet viihde ja virkistys toimialaluokan työpäiväkorjattu liikevaihdon kehitys 2017-2021.....	47

TAULUKOT

Taulukko 1. Vapaa-aikaan, kulttuuriin ja tapahtumiin kohdistuvat kulutusryhmät.....	21
Taulukko 2. Vapaa-aikaan, kulttuuriin ja tapahtumiin kohdistuvan kulutuksen muutos käytettävissä olevan rahatulon muutokseen suhteutettuna	22

Taulukko 3. Tapahtumateollisuuden alatoimialat	25
Taulukko 4. Tapahtumajärjestäjien klusteriin kuuluvien yritysten lukumäärä, henkilöstön määrä ja liikevaihto	27
Taulukko 5. Tapahtumajärjestäjien klusterin yritykset alueittain	31
Taulukko 6. Vastaajien toimijatyyppit ydintoinnin mukaan.	38
Taulukko 7. Tapahtumajärjestäjien käyttämät alihankintapalvelut	40

1 JOHDANTO

Tapahtumateollisuus on 2010-luvulla kasvanut toimiala, jonka sosiaalinen luonne vaatii suuren määrän ihmistyövoimaa ja saa aikaan huomattavia alueellisia työllistäviä vaikutuksia. Tapahtumat elävöittävät kaupunkikuvaa ja ovat ihmisille tärkeitä heidän täyttäessään omia sosiaalisia tarpeita (Donald Getz ja Stephen J. Page 2016). Tapahtumat tuovat yhteen saman kiinnostuksen kohteen jakavia henkilöitä, vahvistavat paikallista identiteettiä tai voivat olla järjestäjilleen keino tuoda esille omia palveluita tai tuotteita. Tapahtumajärjestäjien tuottama arvioitu liikevaihto Suomessa vuonna 2019 oli yli kaksi miljardia euroa (Wirén, Westerholm ja Liikamaa, 2020).

Tapahtumateollisuuden kokonaisuuden kehityksen seuraaminen on haastavaa useiden toisistaan poikkeavien toimijoiden vuoksi. Tapahtumien ympärille rakentuva lle liiketoiminnalle eli tapahtumateollisuudelle ei ole olemassa vakiintunutta määrittelytapaa kansallisessa tilinpidossa. Yksi syy tälle on tapahtumateollisuuden toimijoiden työnkuvan monimuotoisuus audiovisuaalisten palveluiden tuotannosta järjestyksenvalvontaan tai digitaaliseen lipunmyyntiin.

Tähän tutkielmaan liittyvän selvityksen alkuperäinen tavoite oli kartoittaa tapahtumateollisuuden toiminnan laajuutta Oulussa. Viimeistään alkuvuodesta 2020 lähtien suuria muutoksia aiheuttanut koronapandemia laajensi kiinnostuksen kohdetta siihen, miten pandemia vaikuttaa tapahtumatoimialaan ja sen liiketoimintaan. Tapahtumien järjestäminen perustuu ihmisten kokoontumiseen. Koronapandemian vuoksi ihmisten kokoontumista jouduttiin rajoittamaan erilaisin suosituksin ja määräyksin, mikä rajoitti myös tapahtumateollisuuden toimijoiden liiketoimintamahdollisuuksia.

Tutkimuksen toisessa luvussa tutkitaan tapahtumia ilmiönä ja käsitteenä. Kolmas luku keskittyy tapahtumateollisuuteen eli tapahtumien ympärille rakentuvaan liiketoimintaan. Tutkimuksen neljännessä luvussa tarkastellaan tapahtumien aluetaloudellisia vaikutuksia. Viides luku koostuu Oulun tapahtumateollisuuden toimijoille toteutetun kyselytutkimuksen tulosten analysoinnista ja kuudes luku pohtii koronapandemian vaikutuksia tapahtumateollisuudelle. Tutkielma päättyy johtopäätöksiin yhteenvedossa.

2 ELÄMYSTALOUS JA TAPAHTUMAT

Tapahtumateollisuus on tuore termi, jonka käyttö on yleistynyt koronapandemian vaikuttaessa tapahtuma-alaan. Sisällöltään termi elämystalous on lähellä tapahtumateollisuuden termiä. Elämystalouteen luetaan periaatteessa ne toimialat, missä kuluttajat kokevat elämyksiä, jotka tuottavat arvoa kuluttajan ostaman palvelun lisäksi. Getz ym. (2016) kuvaa vastaavasti tapahtumienkin arvon muodostuvan tapahtumien kuluttajille tapahtuman uniikin fyysisen ja sosiaalisen ympäristön muodostamana, eikä rajoitu ainoastaan tapahtuman tarjoamaan palveluun. Tapahtumaan osallistumiseen valmistautuminen ja tapahtumakokemuksen jakaminen muille voi muodostaa huomattavan osan koko tapahtuman arvosta.

Elämystalouden termin määrittivät ensimmäistä kertaa yhdysvaltalaiset, Joseph Pine ja James Gilmore kirjassaan ”The experience economy” (1998). He esittävät elämysten, joita elämystalouden toimija tuottavat vuorovaikutuksessa kuluttajien kanssa, olevan neljäs taloudellinen tarjoama perushyödykkeiden, kulutushyödykkeiden ja palveluiden lisäksi. Elämystalouden tarjoamilla tuotteilla ”elämyksillä” on ominaispiirteitä ja niiden erottelu palveluista on mahdollista, kuten palvelut on mahdollista erotella kulutushyödykkeistä. Vaadittavat ominaisuudet täyttäviä elämyksiä on tuotettu ja kulutettu käytännössä aina, mutta kuluttajat, yritykset ja ekonomistit ovat käsitelleet elämyksiä usein sisällytettynä palveluun (Pine ja Gilmore 2011). Elämys on kokijalleen merkittävä kokemus, jonka arvo ei muodostu ainoastaan kulutushetkessä, vaan elämyksen kokija saa arvoa kokemastaan elämyksestä myös jälkeenpäin kehittyneen identiteetin ja maailmankuvan myötä. Muun muassa tämän ostohetken ylittävän arvonluontimekanismin takia Cornell-yliopiston psykologian professorit Travis Carter ja Thomas Gilovich (2010) päätyivät tutkimuksessaan tulokseen, että elämysten ostaminen samalla rahallisella panoksella tuottaa kuluttajille suurempaa tyytyväisyyttä ja hyvinvoinnin tunnetta, kuin kulutushyödykkeiden ostaminen.

Useissa kulutuskohteissa yhdistyvät sekä palveluiden, että hyödykkeiden ominaisuudet, mikä tekee näiden jaottelun haastavaksi. Jaottelu ei helpon tutkiessa elämyksiä, koska elämysten tuottaminen on sidoksissa elämyksen kokemisen aikana läsnä oleviin palveluihin ja tuotteisiin. Perushyödykkeet ovat raaka-aineita, joita

käytetään kulutushyödykkeiden valmistuksessa. Materiaaliset kulutushyödykkeet ovat hyödykkeitä, joita tuotteita ostavat yksityishenkilöt kuluttavat. Palvelulla on ainakin osittain aineeton luonne ja niiden tuotanto sekä kulutus tapahtuvat samanaikaisesti. Esimerkki palvelusta on hiustenleikkuu. Esimerkki elämyksestä on hiussalongi, jossa asiakkaan saama palvelu on sama, hiustenleikkuu. Hiustenleikkuu voi olla paremmin toteutettu, mutta hinta on ”yksinkertaista” hiustenleikkuuta huomattavasti korkeampi. Kuluttaja on kuitenkin valmis maksamaan hiussalongin huolitellun miljöö-johdosta. Asiakas kokee saavansa arvoa hiustenleikkuun ylitse hiussalongissa viettämästä ajasta. Erot miljöössä voivat olla fyysisiä tai sosiaalisia, mutta Pinen ja Gilmoren (1998) mukaan elämysten arvo muodostuu siitä, miten miljöö saa itse kuluttajan tuntemaan ja ajattelemaan.

Tilastokeskuksen käyttämään elämystaloutta kuvaavaan sateenvarjomalliin lasketaan kuuluvaksi matkailun, urheilun ja kulttuurin piiriin kuuluvia toimintoja. Näin laskettuna elämystalouden taso on ollut noin 7 prosenttia bruttokansatuotteesta Suomessa vuosina 1995–2004 trendi on ollut ajanjaksolla loivasti laskeva johtuen joukkotiedotusalojen taloudellisen painon vähenemisestä (Alanen 2007).

Tutkiessaan eri alojen luoman nimellisen BKT:n vuosittaista kasvua ja työllistävää vaikutusta Yhdysvalloissa Pine ja Gilmore (2011) löysivät elämyksiä ja palveluita tuottavien yritysten tuottaman nimellisen BKT:n kasvaneen nopeammin kuin perushyödykkeitä ja kulutushyödykkeitä tuottavien yritysten. Palveluita ja elämyksiä tuottavien yritysten nimellisen BKT:n keskimääräinen kasvuvauhti oli noin 7 % vuosina 1959–2009, kun perushyödykkeitä ja kulutushyödykkeitä tuottavien yritysten tuottama vastaava kasvu oli vuosittain noin 5 %. Suuremmat erot löytyvät työllistävien osuuskien kehityksestä, jonka vuosittainen kasvu oli palvelu ja elämystalouden toimijoilla yli 7 %. Perushyödykkeitä ja kulutushyödykkeitä tuottavissa yrityksissä työllistävän osuuden kehitys oli kummassakin tarkasteluvälillä negatiivinen. Perushyödykkeitä tuottavissa yrityksissä kasvu oli keskimäärin -0.8 % vuodessa ja kulutushyödykkeitä tuottavissa yrityksissä -0.1 % vuodessa. Elämysteollisuuden kasvua Yhdysvalloissa on perusteltu megatrendien kuten kaupungistumisen ja ihmisten muuttuneiden kulutustottumuksien aiheuttamaksi (Beyers 2008; Pine ja Gilmore 2011).

2.1 Tapahtumat

Tapahtumat kokoavat ihmisiä yhteen jotain tarkoitusta tai merkitystä varten, ne ovat keskeisessä roolissa kulttuurin ilmaisussa ja kehityksessä. Erilaisten tapahtumien kirjo on hyvin laaja. Tapahtumat voivat olla pieniä yksityistilaisuuksia tai alueelle suuren määrän ulkopaikkakuntalaisia tapahtumakävijöitä houkuttelevia massatapahtumia. Tapahtumien erilaisuuden vuoksi myös yksittäisten tapahtumien aiheuttamat sosiaaliset ja taloudelliset vaikutukset vaihtelevat huomattavasti.

Tapahtumien monimuotoisuudesta huolimatta Pasanen & Hakola (MEK: A.166, 2009) toteavat alan tutkijoiden nostavan suurilta osin samat tapahtumien ominaisuudet esiin omista tapahtumien määritelmässään. Nämä ominaisuudet ovat tapahtumien ajallinen tilapäisyys, sosiaalisuus, sisällöllinen moninaisuus ja julkisuus (Pasanen ja Hakola, 2009: Getz ja Page (2016)). Tämän lisäksi tapahtuma käsitetään osallistujalleen arjesta poikkeavaksi tilaisuudeksi.

Yksi käytetyimmistä tapahtuman määritelmistä on suuren määrän tapahtumiin liittyviä tutkimuksia julkaisseeseen Kanadalaisen Donald Getzin esittämä määritelmä. Hänen tuorein määritelmänsä tapahtumille on vuodelta 2016, mikä rakentuu Getzin aikaisempien vuoden 1997 ja 2005 esitettyjen tapahtumien määritelmien pohjalta muuttamatta huomattavasti määritelmä sisältöä. Getz ja Page (2016) määrittelevät tapahtumat seuraavasti: Tapahtumat ovat aika- ja paikkasidonnaisia ilmiöitä, jotka muodostuvat tapahtumalle ominaisten olosuhteiden pohjalta. Paikka- ja aikasidonnaisuudella tarkoitetaan yksinkertaisuudessaan sitä, että tapahtumat ovat sidottuja tiettyyn järjestämispaikkaan ja aikaan. Paikka, johon yksittäinen tapahtuma on sidottu voi olla fyysinen tai virtuaalinen kokoontumispaikka. Tapahtuman ominaiset olosuhteet jaetaan fyysiseen ja sosiaaliseen kontekstiin. Fyysinen konteksti tarkoittaa tapahtuman ominaisuuksia kuten tapahtuman ohjelmaa ja tapahtumapaikan miljööttä. Teatteriesitys on esimerkki tapahtumasta, jossa fyysinen konteksti pysyy esityksestä toiseen pitkälti samanlaisena. Sosiaalinen konteksti tarkoittaa kaikkien tapahtuman järjestämiseen tai tapahtumaan osallistuvien sidosryhmien välistä kanssakäyntiä. Tapahtumaan liittyviä sidosryhmiä voivat olla muun muassa tapahtuman esiintyjät, osanottajat, yleisö, sponsorit ja tapahtumanjärjestäjän

palkkaamat alihankkijat. Sosiaalinen konteksti on jokaiselle tapahtumalle ominainen, minkä takia jokainen tapahtuma on uniikki.

2.2 Tapahtumien jaottelu

Yksittäisten tapahtumien ja niiden aiheuttamien vaikutusten arvioinnin helpottamiseksi tapahtumia voidaan määritellä tapahtumien erilaisia ominaisuuksia hyödyntäen.

Getz ja Page (2016) jakavat tapahtumat kuuteen luokkaan tapahtumien muodon ja julkisuuden mukaan. Muoto viittaa yleiseen ymmärrykseen siitä, minkälainen tietyllä nimellä kutsuttu tapahtuma on miljööltään ja olemukseltaan. Julkisuus viittaa siihen onko tapahtuma kaikille avoin vai järjestetty tietylle ryhmälle. Jaottelu muodon ja julkisuuden mukaan auttaa hahmottamaan tapahtumien monimuotoista kenttää:

1) *Kulttuuritapahtumiin (esim. festivaalit, karnevaalit, uskonnolliset tapahtumat ja paraatit)*

2) *Liiketoiminnan ja kaupankäynnin tapahtumiin (esim. tapaamiset, messut, markkinat, konferenssit ja yritystapahtumat)*

3) *Taide-, kulttuuri ja viihdetapahtumiin (esim. konsertit, teatterit, näyttelyt ja palkintoseremoniat)*

4) *Urheilu- ja viihdetapahtumiin (esim. ammattilaiskilpailut, amatööriurheilutapahtumat ja urheilufestivaalit)*

5) *Poliittisiin ja valtiollisiin tapahtumiin (esim. huippukokoukset, VIP vierailut, poliittiset tapahtumat)*

6) *Yksityisiin tapahtumiin (esim. häät, juhlat ja vuosipäivät)*

Yksittäinen tapahtuma ei välttämättä kuulu täysin yhteen luokkaan. Tapahtuma voi sisältää ominaisuuksia useammasta luokasta ja vastata useaan erilaiseen tavoitteeseen. Urheilutapahtuman sponsorina voi toimia yritys, joka haluaa kehittää imagoaan

kutsumalla yritysvieraita urheilutapahtumaan. Urheilutapahtuman itsensä tavoite on tarjota viihdettä kaikille ottelua seuraamaan tulleille kuluttajille.

Tapahtumia jaotellaan myös kokoluokan mukaisesti. Tämän tyyppisen jaottelun tavoitteena tapahtumia tutkiessa on ollut erityisesti alueen ulkopuolelta tulevien tapahtumaosallistujien aluetaloudelle aiheuttamat vaikutukset. Tästä johtuen tapahtumien koon mukainen määrittely esittää pitkälti erilaisten tapahtumien mahdollisuuksia houkuttaa tapahtumaosallistujiksi alueen ulkopuolisia kuluttajia. Bowdin, Allen ja Harris (2010) jakavat tapahtumat neljään erilaiseen luokkaan niiden kokoluokan mukaisesti; paikallisiin tapahtumiin, päätapahtumiin, merkkitapahtumiin ja mega-tapahtumiin. Mega-tapahtumat ovat tapahtumista suurimpia ja niillä on yleisesti vaikutus koko maan talouteen, tällaisia tapahtumia ovat esimerkiksi olympialaiset. Merkkitapahtumat ovat alueelle ja sen turismille erittäin tärkeitä tapahtumia, kuten Oktoberfest Münchenissä. Päätapahtumia (major event) ovat huomattavia tapahtumia, kuten useimmat musiikkitapahtumat, jotka kokonsa ja mediahuomionsa avulla pystyvät houkuttelemaan huomattavan määrän alueen ulkopuolisia tapahtumavieraillijoita. Paikalliset tapahtumat ovat pääasiassa paikallisille asukkaille tarkoitettuja tapahtumia, joiden taloudellinen vaikutus on rajoitettu, mutta jotka voivat luoda huomattavaa paikallista hyötyä kehittämällä alueen yhteisöllisyyttä ja elinvoimaa.

Tapahtumia voidaan luokitella myös niiden järjestäjätahon mukaan. Bowdin ym. (2010) mukaan tapahtuman järjestäjänä voi toimia valtio tai kaupunki, yritys tai yhteisö. Valtion ja kaupunkien järjestämien tapahtumien tavoitteena on usein luoda arvoa valtiolle toissijaisen tavoitteen kautta esim. houkuttelemalla matkailijoita, parantamalla työllisyyttä tai rakentamalla yhteenkuuluvuutta. Yritysten järjestäessä tapahtumia motiivit riippuvat yrityksen ydinosaamisesta. Osan yrityksistä ydinosaaminen on tapahtumien tuottaminen tai myynti. Nämä yritykset joko tuottavat tapahtumia tilaajille korvausta vastaan tai rahoittavat järjestämiään tapahtumia tuloilla lipunmyynnistä tai sponsoreilta. Yritykset, joiden päätoimiala ei ole tapahtumien järjestäminen voivat sponsoroida tapahtumia yksin tai yhdessä valtion kanssa rakentaakseen imagoa. Yritykset voivat myös järjestää tapahtumia itse uuden tuotteen julkaisun vuoksi, tuotteiden menekin tai yrityksen imagon parantamiseksi. Yritysten järjestämät tapahtumat ovat usein kohdennettuja tietyille intressiryhmille. Monet

media-alan yrityksen tuottavat tapahtumia tuodakseen omaa imagoansa esille esim. radiokanavien järjestämät konsertit. Yhteisöjen järjestämät tapahtumat ovat usein hyvin laaja-alaisia ja palvelevat monia eri intressiryhmiä. Yhteisöjen järjestämät tapahtumat ovat pääasiassa paikallisia, tällaisia tapahtumia ovat mm. paikalliset urheilutapahtumat, varainkeräykset ja harrastekerhot. Yhteisöjen järjestämien tapahtumien taloudellinen vaikutus on rajallinen tapahtumien pienen koon vuoksi, mutta tällaisten tapahtumien sosiaalinen vaikutus voi olla hyvinkin suuri.

Tapahtumat vaihtelevat teeman, järjestäjätahon ja tapahtumaan osallistuvien henkilöiden mukaan. Tämän lisäksi myös tapahtumien järjestämisen motiiveissa on eroja. Tieteelliset tapahtumat pyrkivät tuomaan esille ja kehittämään tieteellistä tietoa. Yhteisöjen ja valtiovallan järjestämät tapahtumat pyrkivät usein kehittämään yhteisöllisyyttä ja yleistä hyvinvointia. Urheilu-, kulttuuri- ja musiikkitapahtumat tarjoavat ihmisille tavan viettää vapaa-aikaa tarjoamalla elämyksiä. Kuten tapahtumien luokittelussa muodon ja julkisuuden mukaisesti myös tarkka luokittelu motiivien mukaan on haastavaa johtuen tapahtumien uniikista luonteesta. Yksittäinen tapahtuma voi palvella useampaa kuin yhtä motiivia.

Edellä mainittujen piirteiden lisäksi tapahtumat voivat olla joko suunniteltuja tai suunnittelemattomia. Suunnittelemattomat tapahtumat ovat spontaaneja, ne aiheutuvat ihmisten tahdosta ilmaista itseään (Getz ja Page, 2016). Esimerkki suunnittelemattomasta tapahtumasta on urheilufanien järjestämät juhlat kaduilla kotijoukkueen voiton jälkeen. Tämä tutkimus keskittyy suunniteltuihin tapahtumiin. Suunnitellut tapahtumat ovat tietyn tahon järjestämiä ja niillä on jokin päämäärä. Suunniteltujen tapahtumien tuotantoon sidotaan työvoimaa ja muita resursseja, ja nämä sidotut resurssit muodostavat tapahtumatalouden yritystoiminnan eli tapahtumateollisuuden.

3 TAPAHTUMATEOLLISUUS

Tapahtumateollisuudella tarkoitetaan toimialaa, jonka piirissä toimivien yritysten ydinosaaminen on tapahtumien järjestäminen tai alihankintapalveluiden tuottaminen tapahtumajärjestäjille. Suunniteltujen tapahtumien tuotantoon sidotaan työvoimaa ja muita resursseja määrätellyn päämäärän toteuttamiseksi. Nämä sidotut resurssit muodostavat tapahtumatoimialan elinkeinotoiminnan, jota voidaan kutsua tapahtumateollisuudeksi.

Tapahtumateollisuus on 2010-luvulla nopeasti kasvanut toimiala, jonka sosiaalinen luonne vaatii suuren määrän ihmistyövoimaa ja saa aikaan huomattavia alueellisia työllistäviä vaikutuksia. Tapahtumateollisuuteen kuuluvien yritysten liikevaihto suomessa vuonna 2019 oli yli kaksi miljardia euroa (Wirén ym. 2020). Tapahtumien tuotantoon liittyvän yritystoiminnan seuraaminen omana kokonaisuutena on vähäistä verrattuna useisiin muihin tarkemmin rajattuihin ja määriteltyihin toimialakokonaisuuksiin. Tapahtumien ympärille rakentuvaa liiketoimintaa eli tapahtumateollisuutta ei seurata omana toimialanaan kansallisessa tilinpidossa. Yksi syy tälle on tapahtumateollisuuden toimijoiden työnkuvan monimuotoisuus audiovisuaalisten palveluiden tuotannosta järjestyksenvalvontaan tai digitaaliseen lipunmyyntiin.

3.1 Tapahtumateollisuuden kasvun tausta

3.1.1 Vapaa-ajan määrällinen kasvu

Bowdin ym. (2010) kuvaa tapahtumatalouden kehityksen takana olevia merkittäviä tekijöitä seuraavasti. Viihdetapahtumiin kohdistuva kulutus kasvaa vapaa-ajan määrällisen kasvun ja nousevan elintason johdosta. Tapahtumia ja viihdealaa Yhdysvalloissa tutkinut Vogel (2015) yhtyy ajatukseen, että vapaa-ajan määrällinen kasvu ja elintason nousu mahdollistavat tapahtumatalouden kasvun. Bowdin ym. (2010) jatkavat tapahtumatalouden kehitykseen vaikuttavia tekijöitä kuvaamalla, miten valtiot ja kaupungit ovat sisällyttäneet strategioihinsa tavoitteita kulttuurin, matkailun ja tapahtumien kehittämiseen liittyen. Viimeisenä tekijänä Bowdin ym.

(2010) nostavat esille yritysten ottaneen tapahtumat mukaan markkinointistrategioihinsa.

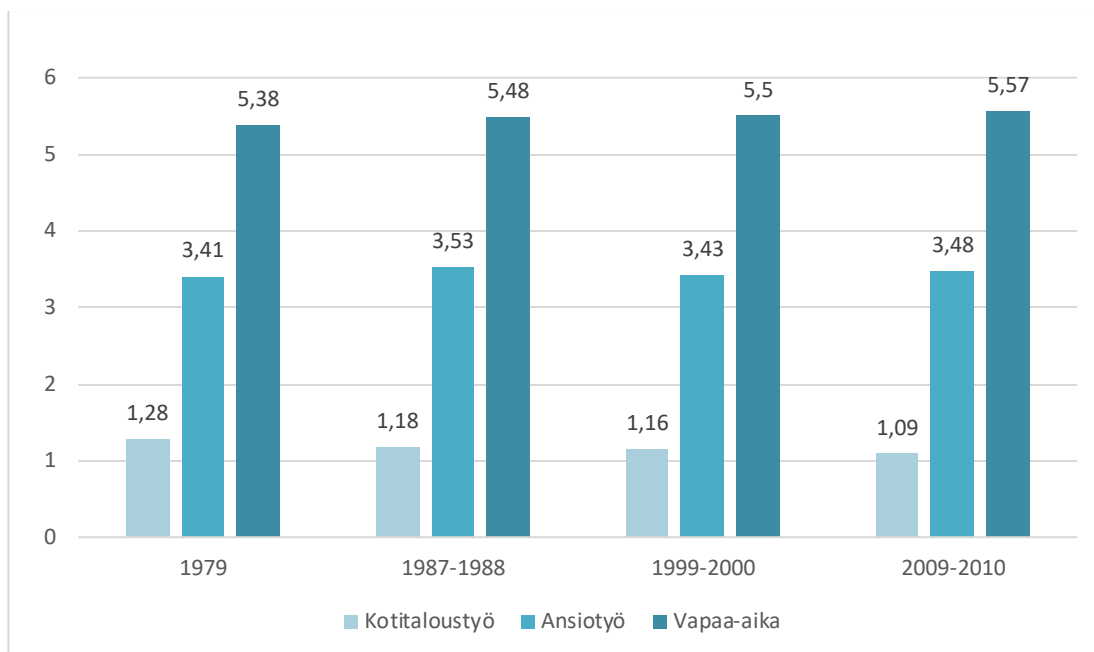
Vapaa-ajan määrällinen kasvu on ollut suuri tekijä tapahtumatoimialan kehittymisessä 1900-luvun alkupuolelta eteenpäin. Tapahtumien paikkasidonnaisuus ja sosiaalinen luonne rajoittavat yksilön mahdollisuuksia kuluttaa tapahtumia. Tapahtumatalouden tuottamien palveluiden ominaisuuksien vuoksi kuluttajalle koitua kustannus tapahtumatalouden palveluista ei ole ainoastaan hänen maksama rahallinen hinta vaan kuluttaja täytyy myös käyttää aikaa osallistuakseen tapahtumaan. Tämä on aikaa, jota kuluttaja ei voi käyttää palkkatyössä olemiseen mistä muodostuu vaihtoehtokustannus tapahtumassa käytetylle ajalle. Toisin sanoen tapahtumaan osallistumisen kokonaiskustannus yksilölle on suurempi kuin tapahtumaan osallistumiseen kulutettu rahallinen hinta. Sama ajatus pätee useisiin muihinkin hyödykkeisiin, joita yksilö voi ostaa ja kuluttaa, mutta aika- ja paikkasidonnaisuus on keskeinen ja erottamaton ominaisuus tapahtumia kulutettaessa.

Yksityisen tapahtumakulutuksen kasvun takana on lähihistoriassa ollut nouseva elintaso ja korkeamman elintason tuoma mahdollisuus kuluttaa aikaa poissa palkkatyöstä tai kotitöistä, eli suurempi mahdollisuus kuluttaa vapaa-aikaa (Siu, 2018). Vapaa-ajalla tarkoitetaan ansiotyön, kotitöiden, opiskelun ja nukkumisen ulkopuolista aikaa. Yksilöt käyttävät vapaa-aikaansa useilla eri tavoilla, kuten osallistumalla tapahtumiin, rentoutumalla, virkistäytymällä harrastuksissa urheilemalla tai kuluttamalla viihdettä kuten sarjoja tai videopelejä.

Yksilöiden kuluttaman vapaa-ajan määrä kasvoi yleisesti 1900-luvun alkupuolella, toisen teollisen vallankumouksen siivittämien kaupungistumisen ja säännöllisten työaikojen takia. Ihmisille jäi enemmän vapaa-aikaa illoin ja viikonloppuisin kun työpaikkoja siirtyi maatalouden parista tehdastyöhön. Kasvanut vapaa-aika ja mahdollisuus kuluttaa vapaa-aikaan rakensi pohjan vapaa-ajanteollisuudelle (Siu, 2018). Dewhurst (1947) on tutkinut yhdysvaltalaisiin vapaa-ajan kulutusta vuosina 1909–1942. Tutkimuksen mukaan vapaa-ajan kulutus kasvoi 4.2 kertaiseksi tarkasteluajanjakson aikana. Vastaava kasvu vapaa-aikaan kuluttamisessa tapahtui samanaikaisesti myös Länsi-Euroopassa (Siu 2018). Myös muualla Euroopassa ja kehittyneissä valtioissa tapahtui samanaikainen ilmiö.

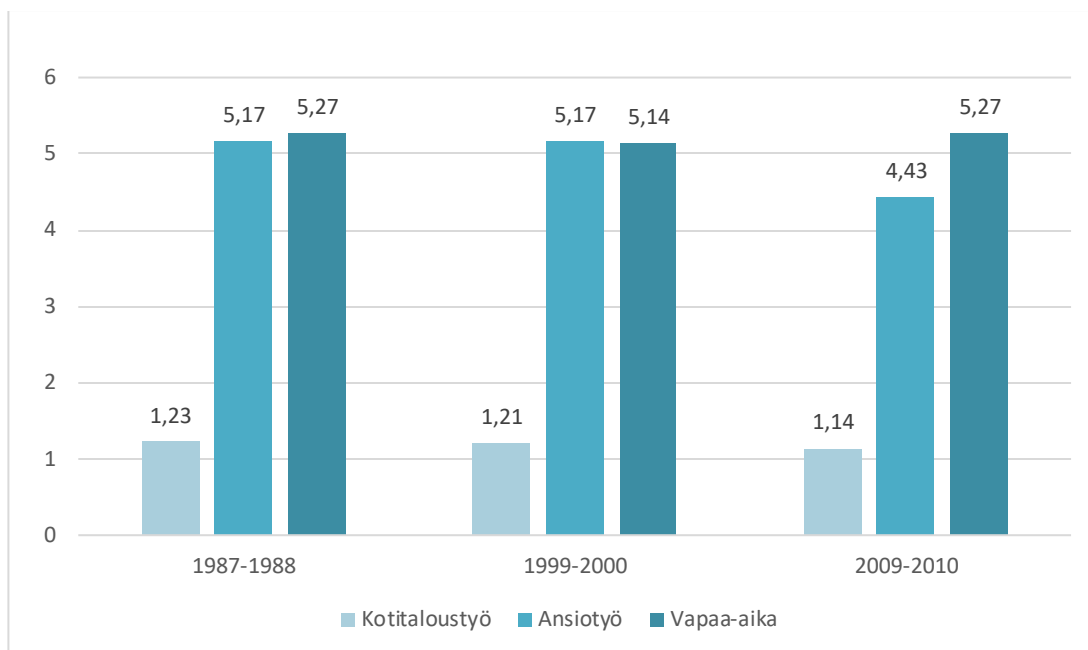
Vapaa-ajan määrä kasvoi edelleen nopeaa vauhtia 1900-luvun jälkimmäisellä puoliskolla. Aguilar ja Hurst (2007) tutkivat ajankäytön muutoksia Yhdysvalloissa vuosina 1965–2005 keskittyen muutoksiin vapaa-ajassa. Keskimäärin vapaa-ajan määrä kasvoi kaikilla amerikkalaisilla ajanjakson aikana. Aguilarin ja Hurstin (2007) mukaan yhdysvaltalaisen kuluttama vapaa-aika kasvoi vuosien 1965–2003 välillä miehillä 6.2 tuntia ja naisilla noin 4.9 tuntia viikossa. Tulos vastaa tuloksia Norjasta missä tilastoja vapaa-ajasta on kerätty vuodesta 1970 eteenpäin. Norjassa kansalaisten vapaa-ajan määrällinen kasvu vuodesta 1970 vuoteen 2010 oli 5.9 tuntia viikossa. Vapaa-ajan määrän kasvu vuosina 1990–2010 oli kokonaisuudessaan kuitenkin vain 0.07 tuntia eli 4 minuuttia ja miehillä tällä ajanjaksolla negatiivinen -0.03 tuntia (Statistics Norway, 2021). Yhdysvalloissa tehdyn tutkimuksen tuloksista on havaittavissa ilmiö vapaa-ajan määrä hajauman kasvusta koulutustason mukaan (Aguilar ja Hurst, 2007). Varsinkin aikavälillä 1985–2005 alemman koulutustason suorittaneiden ihmisten vapaa-ajan määrä on kasvanut nopeammin kuin korkeammin koulutettujen. Vuosina 1965–1985 vapaa-ajan määrä oli huomattavasti vähemmän riippuvainen koulutustasosta.

Kuviossa yksi on esitettyä suomalaisten 10–64-vuotiaiden ajankäytön kehitys kolmessa luokassa kotitaloustöissä, ansiotyössä ja vapaa-ajassa Suomenvirallinen tilasto (SVT 2020). Otos on poimittu yksi asteisella ryväotannalla koko väestöä koskevasta tilastollisesta rekisteristä. Ajankäyttötutkimuksen tiedot perustuvat vastaajien pitämiin päiväkirjoihin. Ajankäyttö on tarkastelujaksolla 1979–2009 pysynyt melko vakaana. Selvimät muutokset ovat ansiotyön määrän vähenemisessä ja vapaa-ajan määrän kasvussa. Vapaa-ajan määrä on kasvanut 19 minuuttia vuorokaudessa ja 2 tuntia 13 minuuttia viikossa. Kotitaloustöiden määrä on pysynyt hyvin samana, mutta tehtyjen kotitaloustöiden määrän erot miesten ja naisten välillä ovat tasoittuneet kolmenkymmenen vuoden aikana.



Kuvio 1. Suomalaisen 10–64-vuotiaiden ajankäyttö tuntia, minuuttia vuorokaudessa. (Tilastokeskus ajankäyttötutkimus, 2022)

Kuviossa kaksi esitetään samaan tilastokeskuksen tutkimukseen perustuvan ajankäyttötutkimuksen tulokset työssäkäyvien ihmisten osalta. Vuosi 1979 puuttuu kuviosta, koska tietoa vastanneiden työllisyydestä ei ole eriteltyä kyseiseltä vuodelta. Kuviosta on huomattavissa, ettei vapaa-ajan määrä ole kasvanut työllisellä väestöllä samantapaisesti, kun väestöllä kokonaisuudessaan. Vuodesta 2008 vuoteen 2009 Suomessa tehtyjen työtuntien määrä laski 6 prosenttia taantuman vuoksi, mikä selittää osittain kasvanutta vapaa-ajan määrää kyseisenä vuonna. Vuoden 2008–2009 taantuma vähensi tehtyjä työtunteja laskemalla työllisyyttä ja muuttamalla kokoaikaisia työsuhteita osa-aikaisiksi. Toiseksi otettaessa huomioon vain työlliset tippuu tarkastelusta lapset ja ennen ikää 64 vuoden ikää eläkkeelle jääneet, joiden ajankäytön mahdollisuudet poikkeavat huomattavasti työllisestä väestöstä (Aguilar & Hurst, 2007). Vapaa-ajan arvostus ja ihmisten vapaa-ajan määrällinen kysyntä on tästä syystä voinut olla hyvin staattista työlliselle väestölle Suomessa vuodesta 1990 eteenpäin, kuten ajankäyttökyselyn vastaukset osoittavat. Koska vapaa-ajan määrä ei lähihistoriassa ole enää ollut merkittävästi kasvava työssäkäyväällä suomalaisella väestöllä tapahtumateollisuuden toimijat eivät voi olettaa saavansa lisää kiinnostusta tuotteisiinsa tämän kuluttajaryhmän kasvavan vapaa-ajan määrän johdosta.



Kuvio 2. Työllisten suomalaisten 10–64-vuotiaiden ajankäyttö tuntia, minuuttia vuorokaudessa. (Tilastokeskus ajankäyttötutkimus, 2022)

Jotta tapahtumateollisuus voi kokea suurempaa kysyntää työssäkäyville suomalaisille on kyseisen kuluttajaryhmän muutettava kuluttamansa vapaa-ajan allokaatiota tapahtumien suuntaa ja pois muilta vapaa-ajan viettotavoilta. Tapahtumateollisuudelle voi myös syntyä merkittävää kysyntää, jos suuren määrän vapaa-aikaa omaavat kuluttajaryhmät, kuten eläkeläiset alkavat kuluttamaan kasvavan osan vapaa-ajastaan tapahtumissa.

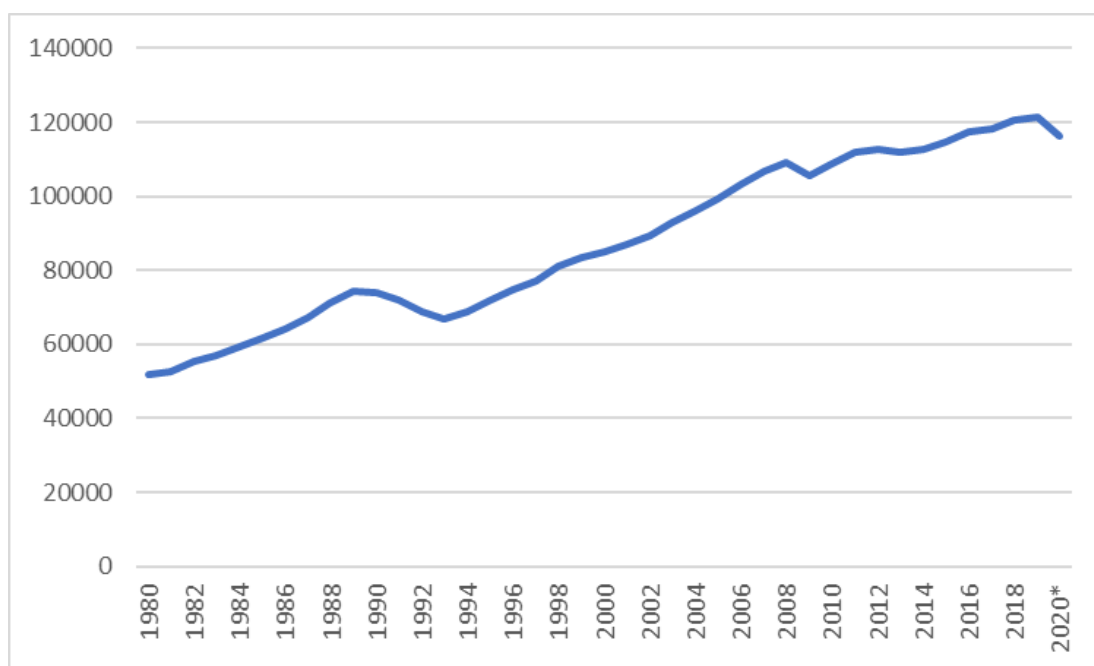
3.1.2 Nouseva elintaso

Toisin kuin vapaa-ajan määrä, ihmisten elintaso on noussut 2000-luvun aikana yksityisillä kulutusmenoilla mitattuna. Bowdin ym. (2010) perustelevat kasvavan elintason lisäävän vapaa-ajan tapahtumiin kohdistuvaa kulutusta, koska pienempi osa käytössä olevista tuloista on sidottuna perustarpeiden täyttämiseen. Kuviossa kolme on esitettyinä vuosittaiset yksityiset kulutusmenot Suomessa vuosien 1980–2020 välillä.

Yksityiset kulutusmenot eivät esitä täydellistä kuvaa kotitalouksien nettotuloista, sillä ne jättävät huomioimatta yksityisen säästämisen ja julkisen talouden

yksityishenkilöille kustantamat palvelut. Yksityisten kulutusmenojen kehitys on kuitenkin hyvä työkalu, kun mietitään kehitystä yksilöiden vapaissa kulutusmahdollisuuksissa, sillä juuri tämän vapaan kulutuksen kasvun Bowdin ym. (2010) näkevät kasvattavan tapahtumateollisuuden kohtaamaa kysyntää.

Yksityisten kulutusmenojen trendi on ollut kasvava tarkasteluajanjaksolla ja erityisen nopeaa vuosien 1992–2007 välillä. Poikkeuksen kasvavaan trendiin muodostavat vuoden 2008–2009 lama, Suomen 1990-luvun alun lama ja koronapandemian laajenemisvuosi 2020. Koko tarkastelu ajanjaksolla kulutusmenojen kasvuvauhti on ollut 2,0 % vuodessa ja 2000-luvulla 1,6 % vuodessa (Kotitalouksien kulutus, tilastokeskus, 2022). Jos elintason kasvu suuntaa kulutusta tapahtumateollisuudelle voidaan tällä selittää tapahtumateollisuuden kasvua.



Kuvio 3. Yksityiset kulutusmenot vuosittain miljoonissa euroissa. Viitevuosi 2020=100. (Tilastokeskus kotitalouksien kulutus, 2022)

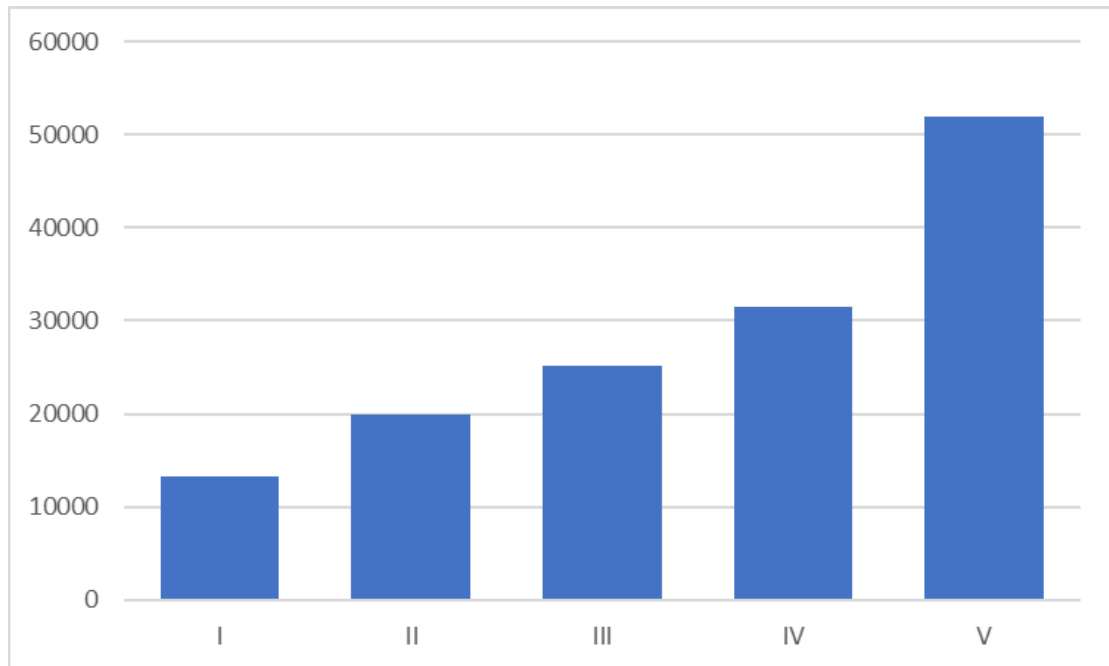
Tietyn palvelun tai tuotteen kulutuksen muutosta tulojen noustessa voidaan tutkia kysynnän tulojoustolla. Kysynnän tulojousto kertoo miten paljon hyödykkeen kysyntä kasvaa ostajan tulojen kasvaessa (Matti Pohjola, 2014). Kysynnän tulojousto lasketaan seuraavalla kaavalla.

$$\text{Kysynnän tulojousto} = \frac{\text{Kysytyn määrän suhteellinen muutos}}{\text{Tulojen suhteellinen muutos}}$$

Kysynnän tulojousto voidaan hyödyntää tuotteiden jaotteluun. Normaalihyödykkeillä kysynnän tulojouston arvo on positiivinen ja inferiorisilla tuotteilla negatiivinen. Tulojen noustessa inferioristen tuotteiden kulutus vähenee ja niitä korvataan muilla tuotteilla. Normaalihyödykkeiden kulutus taas kasvaa tulojen kasvaessa. Oletuksena on, että vapaa-ajan palveluiden kuten tapahtumateollisuuden tuotteiden kulutus kasvaa, kun yksilön tulot kasvavat eli tapahtumat ovat normaalihyödyke. Normaalihyödykkeet jaetaan vielä yllisyys- ja välttämättömyshyödykkeisiin. Yllisyshyödykkeiden kysynnän tulojousto saa arvon, joka on suurempi kuin yksi ja välttämättömyshyödykkeiden saama arvo on positiivinen, mutta alle yksi. Tulojen noustessa yllisyshyödykkeiden kulutus kasvaa tulojen kasvua nopeammin.

Kulttuuriin, vapaa-aikaan sekä tapahtumiin kohdistuvaa kulutuksen osuutta ja sen muutosta voidaan tutkia vertailemalla niihin kohdistuvien menojen osuutta eri tuloluokissa. Kuviossa neljä on esitettyä suomalaisten asuntokuntien käytettävissä oleva rahatulo tuloviidenneksittäin kulutusyksikköä kohden.

Kulutusyksikkö on erikokoisten kotitalouksien vertailun mahdollistava suure. Kulutusyksikkö ottaa huomioon jäsenten iän ja määrän. Tilastokeskuksen vuoden 2016 kulutustutkimuskyselyssä kulutusyksiköt on laskettu OECD:n muunnellun asteikon mukaan, jossa kotitalouden ensimmäinen aikuinen saa painon 1,0, seuraavat 14-täyttäneet jäsenet 0,5 ja alle 14-vuotiaat lapset painoarvon 0,3. Rahatulot saadaan, kun kotitalouden käytettävissä olevista tuloista vähennetään laskennalliset tuloerät, joista tärkein on laskennallinen asuntotulo (Tulonjakotilasto, tilastokeskus, 2022).



Kuvio 4. Asuntokuntien käytettävissä oleva rahatulo tuloviidenneksittäin kulutusyksikköä kohden vuonna 2016. (Tilastokeskus tulonjakotilasto, 2022)

Ensimmäinen tuloviidennes edustaa suomalaisia, joilla on vähiten käytettävissä olevaa rahatuloa. Jokainen viidennes sisältää saman määrä ihmisiä. Käytettävä rahatulo kasvaa lineaarisesti viimeisen tuloviidennekseen asti, jossa käytettävissä oleva rahatulo on huomattavasti suurempi kuin toiseksi viimeisessä tuloviidenneksessä.

Siiyryttäessä tuloviidenneksissä ylöspäin käytettävissä olevan rahatulon kasvu muuttaa yksilöiden tapahtumiin ja muihin hyödykkeisiin kohdistamaa kulutusta. Kulutuksen kohdistuminen vapaa-ajalle, kulttuurille ja tapahtumille määritellään tilastokeskuksen kansallisen kulutusluokituksen luokkia yhdistelemällä taulukon yksi mukaisesti. Kansallisen kulutusluokituksen vapaa-ajan kulutuskokonaisuus kaikkine luokkineen löytyy liitteestä yksi.

Taulukko 1. Vapaa-aikaan, kulttuuriin ja tapahtumiin kohdistuvan kulutuksen kokonaisuudet

Vapaa-aika

- A09 kulttuuri ja vapaa-aika

Kulttuuri

- A0941101 Urheilukilpailut, ravit ja niiden kausikortit
- A0941102 Tanssit, diskot iltamat
- A0941103 Huvipuistot, sirkus, tivoli, puuhaikat yms.
- A0942 Kulttuuripalvelut

Tapahtumat

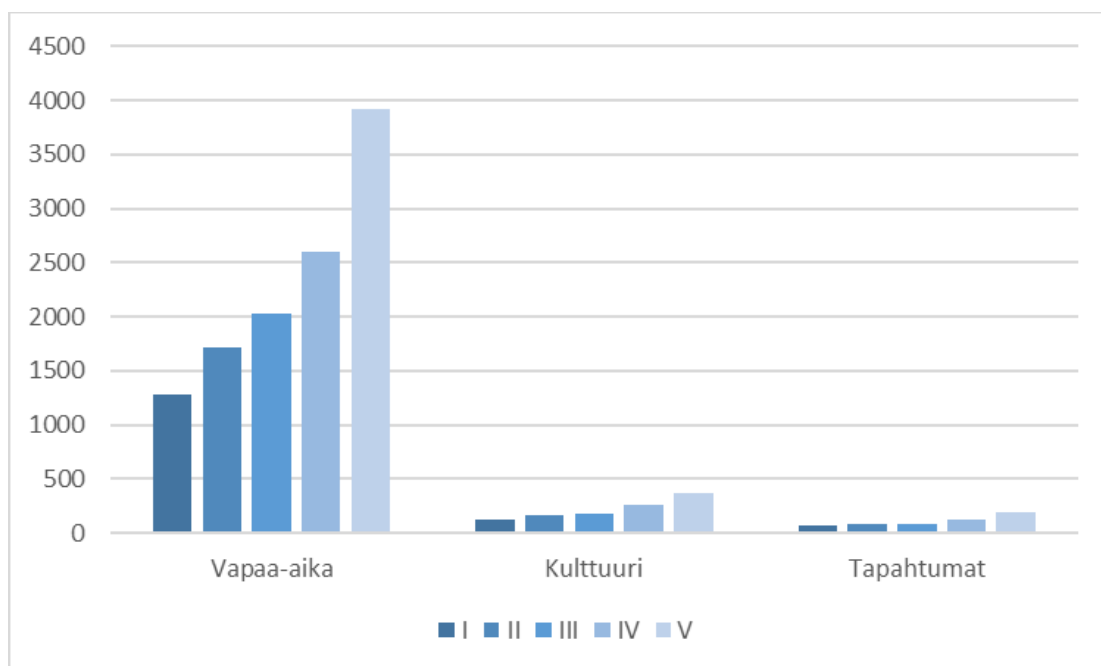
- A0941101 Urheilukilpailut, ravit ja niiden kausikortit
- A0941102 Tanssit, diskot iltamat
- A0941103 Huvipuistot, sirkus, tivoli, puuhaikat yms.
- A09421 Elokuvat, teatteri ja konsertit
- A0942202 Messut, maatalousnäyttelyt ym.

Luokat eroavat toisistaan laajuudellisesti ja sisällöllisesti. Vapaa-ajan kokonaisuus sisältää paljon fyysisiä hyödykkeitä, joita ihmiset käyttävät vapaa-aikanaan, kuten videokamerat, urheiluvälineet, veneet, kirjat ja valmismatkat. Kyseisten hyödykkeiden kulutus vie vaihtelevan määrän aikaa eivätkä ostotapahtuma ja kulutustapahtuma ole ajallisesti sidottuna. Vapaa-ajan kokonaisuus sisältää myös kaikki kulttuurin ja tapahtumien kokonaisuuteen kuuluvat kulutuslajit. Kulttuurin kokonaisuus sisältää hyödykkeitä, joihin osallistuminen vaatii kuluttajaltaan aikaa kulutushetkessä. Kulttuurin kokonaisuuden sisältämään kulutusluokkaan ”Kulttuuripalvelut” kuuluu muun muassa elokuvien vuokraus sekä museot mitkä eivät kuulu tapahtumien kokonaisuuteen. Tutkittavassa tapahtumien kokonaisuudessa on sisällytettyä vain tapahtumia, jotka vaativat osallistujalta fyysistä läsnäoloa, sekä joiden arvo muodostuu osittain tapahtumaan osallistuvien järjestäjien ja vieraiden sosiaalisesta vuorovaikutuksesta.

Tuloviidenneksien vapaa-ajan-, kulttuurin- ja tapahtumien kokonaisuuteen kohdistuva kulutus kulutusyksikköä kohden on esitettyä kuvaajassa viisi. Taulukossa kaksi on esitettyä vapaa-aikaan, kulttuuriin ja tapahtumiin kohdistuvan kulutusosuuden muutos käytettävissä olevan rahatulon muuttuessa. Tulojen kasvun vaikutus kulutukseen on laskettu kaikille kolmelle kulutuskokonaisuudelle seuraavalla tavalla.

Tulojen kasvun vaikutus kulutukseen

$$= \frac{\text{kulutuskokonaisuuteen kohdistuvan kulutuksen suhteellinen muutos}}{\text{käytettävissä olevan rahatulon suhteellinen muutos}}$$



Kuvio 5. Kulutus vapaa-ajan-, kulttuurin- ja tapahtumien kokonaisuuksiin tuloviidenneksittäin, euroa kulutusyksikköä kohden vuonna 2016. (Tilastokeskus kotitalouksien kulutus, 2022)

Taulukko 2. Vapaa-aikaan, kulttuuriin ja tapahtumiin kohdistuvan kulutuksen muutos käytettävissä olevan rahatulon muutokseen suhteutettuna tuloviidenneksien välillä vuonna 2016.

	Vapaa-aika	Kulttuuri	Tapahtumat
I-II	0.89	0.86	0.80
II-III	0.94	0.81	0.85
III-IV	1.03	1.18	1.10
IV-V	0.91	0.89	1.33

Kuten odotettua kaikki kolme vapaa-aikaan liittyvää kulutuksen ryhmää saavat positiivisen tuloksen jokaisella tulovälillä, eli niihin kohdistuva rahamääräinen kulutus kasvaa tulojen noustessa. Vapaa-aikaan ja kulttuuriin kohdistuvan kulutuksen osuus kasvaa siirryttäessä alimmissa kolmessa tuloviidenneksessä ylöspäin, mutta tulojen

nousun vaikutus laskee siirryttäessä neljänneltä viidennekseltä viimeiselle. Vapaa-aikaan kohdistuvan kulutuksen suhteellinen pientyminen suurituloisempien luokkien välillä on mielenkiintoinen ja vastakkainen ilmiö tapahtumiin kohdistuvalle kulutusosuudelle. Mielenkiintoisen ilmiöstä tekee se, että tapahtumien kokonaisuuden hyödykkeiden kulutus vaatii ostettaessa rahallisen hinnan lisäksi myös aikaa ja kulutetun ajan vaihtoehtoiskustannus on korkeatuloisilla yksilöillä pienituloisia suurempi. Toisaalta myös vapaa-ajan kokonaisuuteen kuuluvien tuotteiden käyttäminen kuluttaa aikaa ja tämä aika voi olla määrällisesti tapahtumiin osallistumiseen sidottavaa aikaa suurempi.

Tapahtumiin kohdistuva suhteellinen kulutus kasvaa siirryttäessä korkeammalle tuloviidennekselle. Mitä korkeammalla tuloviidenneksellä yksilö on sitä suuremman osan tuloistaan hän kuluttaa tapahtumiin. Kahdelle korkeimmalle tuloviidennekselle siirryttäessä tapahtumiin kohdistuvan kulutuksen kasvu on rahatulon kasvua nopeampaa. Alemmilla tuloviidenneksillä tulojen kasvu ei kasvata kokonaisuuksiin kulutettavaa rahamäärää yhtä nopeasti, mutta kulutuksen kasvu on silti huomattava.

Tapahtumiin kohdistuvien eri tuloviidenneksien kulutusmenojen pohjalta voidaan todeta elintason nousun olevan tällä hetkellä ja tulevaisuudessa hyvin potentiaalinen kasvutekijä tapahtumateollisuudelle, jos yksilöiden käytettävissä olevat tulot jatkavat kasvuaan.

3.2 Tapahtumateollisuuden toimijat

Yksittäisen tapahtuman järjestäminen vaatii monenlaista osaamista ja tapahtumat poikkeavat huomattavasti toisistaan. Tämän takia tapahtumateollisuus pitää sisällään laajan määrän erilaisia palveluita tuottavia toimijoita ja eri työtehtävissä toimivia työntekijöitä. Suunniteltuun tapahtumaan osallistuva yksittäinen kävijä näkee kävijäkokemuksensa aikana todennäköisesti esiintyjä sekä asiakaspalvelusta ja turvallisuudesta vastaavia henkilöitä. Tapahtumakokonaisuuden organisoinnissa toimii näkyvillä olevien työntekijöiden lisäksi useita tapahtumatuotannon kannalta välttämättömiä työntekijöitä, joiden työpanos on onnistuneen tapahtuman kannalta välttämätön, ja joiden elinkeino on tarjota omaa osaamistaan tapahtumia järjestäville tahoille.

Tapahtumateollisuus on tapahtumien ympärille rakentuvaa yritystoimintaa. Osa yritystoiminnasta, kuten teatterien toiminta ja manageripalvelut kuuluvat selkeästi kokonaisuudessaan tapahtumateollisuuden alle. Useat muut tapahtumien parissa toimivat yritykset saavat kuitenkin merkittävän osan tuloistaan muille toimialoille kohdistuvasta myynnistä. Näistä yrityksistä hyvin harva pitää avointa kirjaa siitä kohdistuuko yrityksen tekemä myynti tapahtumien järjestämiseen vai jollekin muulle toimialalle, minkä vuoksi tapahtumateollisuuden kokoluokan määrittäminen myynnin prosenttiosuuksia hyödyntäen on mahdotonta tiedon puutteen vuoksi. Tapahtumateollisuuden kokoluokkaa on arvioitu tutkimuksissa olemassa olevia kansallisen tilinpidon toimialaluokkia hyödyntäen (Kilpeläinen, Kostainen ja Laakso 2012, Tapahtumien Oulu).

Jaottelu tapahtumateollisuuden toimijoihin ja tapahtumateollisuuden ulkopuolisten toimijoiden välillä ei ole selkeä, vaan perustuu aina tutkimuksen lähtökohtiin, määritelmiin ja rajauksiin. Jaottelu on harkinnanvarainen toimialaluokkien suhteen, koska samalla alalla toimivien yritysten tapahtumista riippuva liiketoiminnan osuus vaihtelee. Esimerkiksi lähellä tapahtumapaikkaa sijaitseva ravintola todennäköisesti hyötyy liikkeellä olevista tapahtumavierailijoista kasvavan kysynnän myötä, mutta ei pääasiallisen liiketoimintamallinsa johdosta kuulu tapahtumateollisuuteen, vaan ravintolapalveluita tuottaviin yrityksiin. Sen sijaan ravintola, joka järjestää tiloissaan toistuvasti tapahtumia on tarjoamiensa ravintolapalveluiden lisäksi tapahtumatiloja vuokraava tai tapahtumia organisoiva taho, joten se voidaan nähdä ainakin tietyn liiketoiminnan osalta kuuluvan tapahtumateollisuuteen.

Myöskään tapahtumille alihankkijoina toimivat yritykset eivät yleensä palvele ainoastaan tapahtumia järjestäviä yrityksiä. Mainoskulut ovat suuri kustannuserä usealle tapahtumajärjestäjälle, mutta huomattava osa mainostoimistojen tekemästä työstä tehdään muille toimialoille. Pelkästä toimialaluokkiin perustuvasta lähestymistavasta poiketen kesäkuussa 2020 perustettu tapahtumatoimialojen keskusjärjestö Tapahtumateollisuus ry kartoitti tapahtumateollisuuden kokoluokkaa kyselytutkimuksen ja erillisten tietolähteiden avulla. Kyseisen selvityksen kokonaisotanta oli 2422 toimijaa, joista 269 poimittiin aikaisemmin toteutetusta tapahtumateollisuuden toimijoille osoitetusta kyselystä, 738 Tapahtumateollisuus ry:n

jäsenrekisterin ja lipunmyyntiyritysten tietokantojen avulla ja 1415 toimijaa hakusanojen avulla Orbis-tilinpäätöstietokannasta.

Tapahtumatoimialan elinkeinotoiminnan keskusjärjestö Tapahtumateollisuus ry määritteli itse tapahtumateollisuuteen kuuluvat alatoimialat taulukon kolme mukaisesti. (Wirén ym. 2020). Tapahtumateollisuus ry:n selvityksestä ilmeni, että tapahtumateollisuuden kokonaisuutta on hyvin hankala arvioida käyttäen harvoja toimialaluokkia. Kaikkiaan tapahtumateollisuuteen kuuluvat toimijat edustivat 92 toimialaluokkaa, joista 29 luokassa oli enemmän kuin kolme toimijaa. Tapahtumateollisuus ry:n tunnistamista tapahtumateollisuuden toimijoista kuitenkin yli 80 % kuului edellä mainittuun tapahtumajärjestäjien klusteriin, minkä takia myös toimialaluokkiin pohjautuva toimialan kehityksen seuraaminen antaa hyödyllistä tietoa.

Taulukko 3. Tapahtumateollisuuden alatoimialat

Tapahtumajärjestäminen	Suunnittelu ja konsultointi
Tapahtumatilojen vuokraus	Tapahtumien oheispalvelut
Esiintyjä- ja ohjelmalvelut	Lipunmyyntipalvelut
Tapahtumateknologian palvelut, myynti ja vuokraus	Tapahtumarakentamisen palvelut, myynti ja vuokraus
Digitaaliset tapahtumapalvelut	Muut tapahtuma-alan erityispalvelut

3.3 Tapahtumateollisuuden kokoluokka

Tapahtumateollisuuden kokoluokan arviot keskittyvät tapahtumateollisuuden primäärivaikutuksiin, eli toimijoihin, joiden liiketoiminnasta tapahtumat muodostavat valtaosan. Kuten jo aiemmassa luvussa tuotiin esille, tapahtumateollisuus ry on arvioinut tapahtumateollisuuden primäärivaikutusten suuruutta (Wirén ym. 2020). Heidän arvionsa tapahtumateollisuuden primäärikehälle kuuluvien toimijoiden liikevaihdoksi vuonna 2019 oli 2,35 miljardia euroa.

Toimialaluokkiin perustuva tapa arvioi tapahtumajärjestäjiin kuuluvien toimijoiden liikevaihdon koko Suomessa noin 2,58 miljardiksi euroksi vuonna 2019 ja 1,96

miljardiksi euroksi vuonna 2020. Vuoden 2019 arvio on suurempi, kuin samalle vuodelle kohdistuva Wirénin, Weisterholmin ja Luukamaan arvio tapahtumateollisuuden koosta. Erot arvioissa johtuvat eroista mukaan luettavissa yrityksissä. Tässä tutkimuksessa keskitytään tarkastelemaan tarkemmin tietoja toimialaluokkien mukaan poimituista yrityksistä. Toimialaluokkiin perustuvassa tarkastelussa tapahtumajärjestäjien klusteriin kuuluviksi toimijoiksi on tässä tutkimuksessa määritelty toimijat seuraavilta tilastokeskuksen TOL08 mukaisilta luokilta, mukaillen (Kilpeläinen ym. 2012)

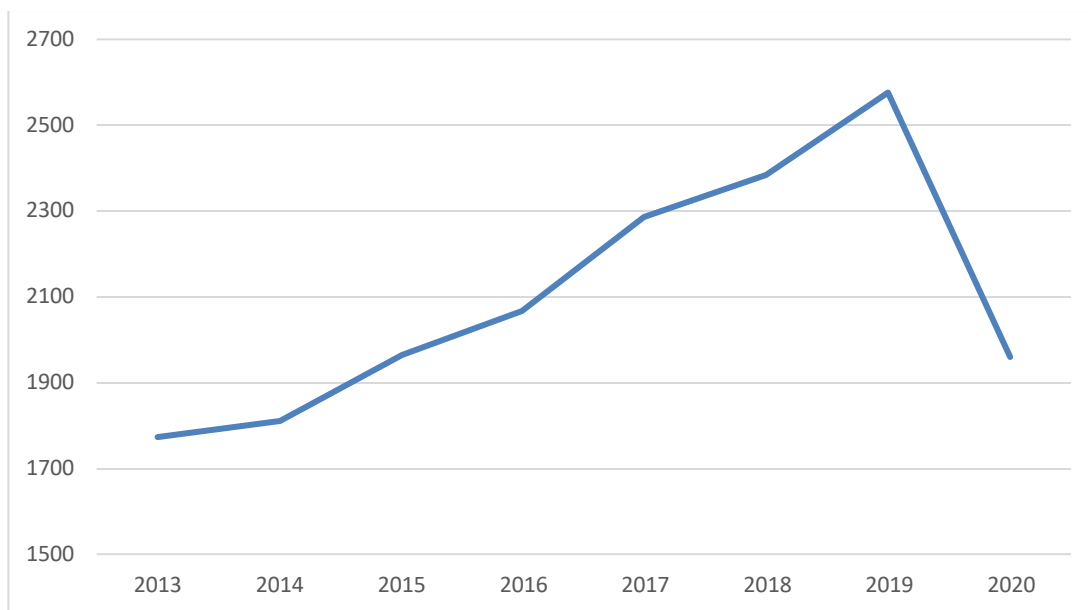
- 74901 Ohjelmatoimistot ja manageripalvelut
- 823 Messujen ja kongressien järjestäminen
- 90 Kulttuuri- ja viihdetoiminta
- 91 Kirjastojen, arkistojen, museoiden ja muiden kulttuurilaitosten toiminta
- 93 Urheilutoiminta sekä hui- ja virkistyspalvelut

Taulukossa neljä on esitetty tapahtumajärjestäjien klusterin toimialaluokkiin kuuluvien Suomalaisten yritysten lukumäärä, liikevaihto ja henkilöstön määrä vuosien 2013–2020 välillä (Tilastokeskus, Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto, 2022). Aineistossa ei ole mukana julkisen sektorin viranomaisyksiköitä eikä voittoa tavoittelemattomia yhteisöjä. Tapahtumajärjestäjien klusteriin kuuluville yrityksille kohdistui 5,76 % Suomessa toimivien yritysten kokonaisliikevaihdosta vuonna 2019 ja 4,58 % vuonna 2020 (Tilastokeskus, Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto, 2022).

Taulukko 4. Tapahtumajärjestäjien klusteriin kuuluvien yritysten lukumäärä, henkilöstön määrä ja liikevaihto vuosina 2013–2020. (Tilastokeskus alueellinen yritystoimintatilasto, 2022)

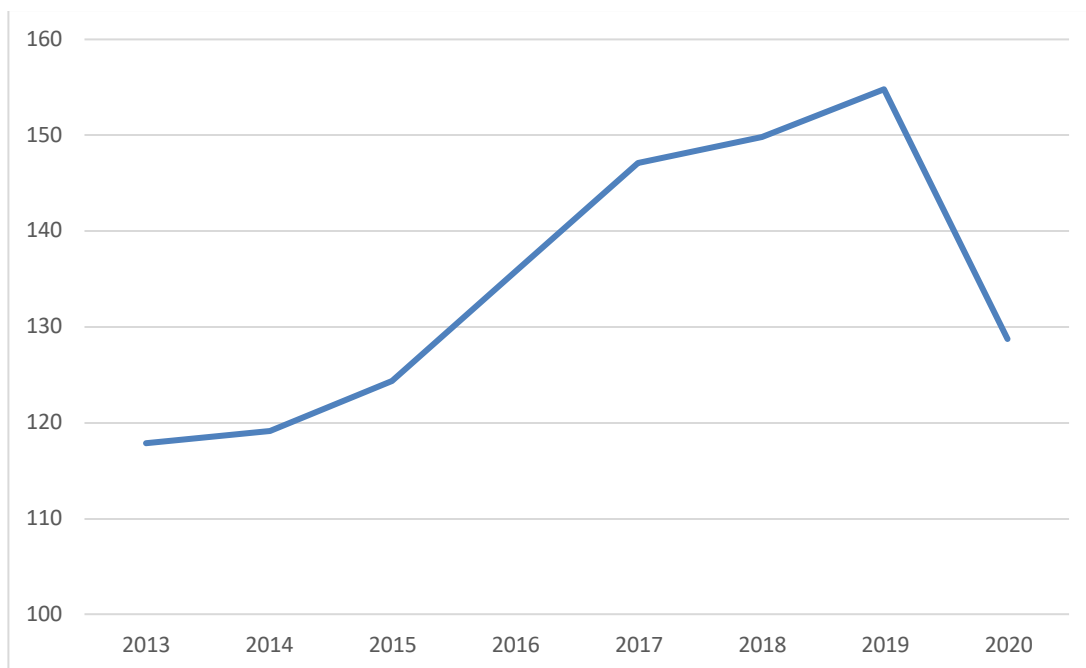
	Yritysten (lkm)	Henkilöstön määrä (htv)	Liikevaihto (milj. €)
2013	7923	15044	1773
2014	7918	15215	1812
2015	8168	15799	1966
2016	8353	15208	2065
2017	8672	15534	2286
2018	8861	15919	2385
2019	9380	16642	2576
2020	9389	15222	1960

Alueellisesti ja pitkäjänteisesti kerätty toimialaluokkien mukaan jaoteltu tieto on hyödyllistä tapahtumajärjestäjien taloudellisten trendien seuraamisessa. Kuvio kuusi esittää tapahtumajärjestäjien klusteriin kuuluvien yritysten liikevaihtoa vuosina 2013–2020. Vuosien 2013–2019 välillä tapahtumajärjestäjien klusteriin kuuluvien yritysten liikevaihto on kasvanut nopeasti. Suuri poikkeama liikevaihdon kehityksessä tarkasteluajanjakson trendistä on vuosien 2019 ja 2020 välillä. Tapahtumajärjestäjien klusteriin kuuluvien yritysten liikevaihto laski 24 % vuodesta 2019 vuoteen 2020. Liikevaihdon romahdus johtuu koronapandemian vaikutuksista tapahtumateollisuuteen. Koronapandemian vaikutuksia käsitellään laajemmin luvussa kuusi.



Kuvio 6. Tapahtumajärjestäjien klusteriin kuuluvien yritysten liikevaihto miljoonissa euroissa, vuosina 2013–2020. (Tilastokeskus alueellinen yritystoimintatilasto, 2022)

Tapahtumajärjestäjien klusterin yritysten määrä on kasvanut keskimäärin 2.5 % vuodessa, ja tehdyt henkilötyövuodet ovat pysyneet kutakuinkin samana tarkastelujakson aikana. Tapahtumajärjestäjät ovat pystyneet nostamaan liikevaihtoaan nopeasti ilman suuria lisäpanostuksia henkilöstön määrän lisäämiseen, mikä on nähtävissä kuviosta seitsemän, joka kuvastaa tapahtumajärjestäjien vuosittaista liikevaihtoa jaettuna tehtyjen henkilötyövuosien määrällä. Suuri pudotus kuvaajassa vuosien 2019 ja 2020 välillä johtuu koronapandemiasta.



Kuvio 7. Tapahtumajärjestäjien klusteriin kuuluvien yritysten liikevaihto jaettuna tehdyillä henkilötyövuosilla tuhatta euroa / henkilötyövuosi, vuosina 2013–2020.

On tärkeää huomata, että vuonna 2019 kaikkien toimialojen keskimääräinen liikevaihto jokaista tehtyä henkilötyövuotta kohden oli 290 000 €/htv ja samanaikaisesti tapahtumajärjestäjien vastaava lukema oli 155 000 €/htv (Tilastokeskus, Yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilasto, 2022). Liikevaihdon ja tehtyjen henkilötyövuosien suhteen erot johtuvat ainakin toimialojen eroista pääomaintensiteetissä. Tapahtumajärjestämisessä työntekijöiden työpanoksella on suuri merkitys tuotoksen kokonaisuudessa verrattuna teollisuuteen, missä huomattavaa pääomaa sitovat koneet mahdollistavat työntekijöiden korkean tehokkuuden. Tapahtumaklusterin yritysten tuottaman liikevaihdon kehitysnopeus verrattuna tehtyjen työtuntien määrään on kuitenkin toimialojen keskimäärää nopeampi ja lähestyy näin keskimääräistä liikevaihto/henkilötyövuosi arvoa. Uudet innovaatiot tapahtumateollisuuden alalla voivat tulevaisuudessa mahdollistaa pääoman tehokkaan käytön alalla ja kaventaa tehtyjen henkilötyövuosien tuottaman liikevaihdon kuitua verrattuna muihin toimialoihin.

3.4 Tapahtumateollisuuden tulevaisuuden kasvuun vaikuttavia tekijöitä

Toimialan kasvulle on oleellista toimialan tuotteiden tai palveluiden kohtaaman kysynnän kasvu ja tuotannon tehostuminen. Suomalaisten kuluttaman vapaa-ajan määrä ei ole kasvanut huomattavasti 2000-luvulla, mutta tapahtumateollisuus on samanaikaisesti kasvanut nopeasti. Osa kasvusta johtuu alan kasvaneesta kyvystä tuottaa liikevaihtoa tehtyjä työtunteja kohden ja osa kulutustottumuksien muutoksesta.

Tapahtumateollisuus on suurilta osin huonosti skaalautuva ja paikasta riippuva inen toimiala (Ali-Yrkkö, Pajarinen & Rouvinen, 2015). Huono skaalautuvuus johtuu toimialan tarjoamista tuotteista, tapahtumista. Tapahtumien järjestäminen vaatii paljon työvoimaa ja suuri osa tapahtumien arvosta muodostuu sosiaalisessa kanssakäynnissä. Jos kuitenkin tapahtumanjärjestäjä saa tapahtumavierailijat kanssakäymään tehokkaasti keskenään, tapahtumajärjestäjä voi luoda suurta sosiaalista arvoa tarjoavia tapahtumia verrattaen pienellä työvoiman tarpeella. Tapahtumateollisuuden paikkariippuvuus liittyy myös tapahtumien ominaisuuksiin. Suuri osa tapahtumista on fyysisessä tilassa tapahtuvia, mutta koronapandemian aikana useat tapahtumat ovat siirtyneet kokonaan tai osittain verkkoon. Jos tapahtumien paikkasidonnaisuutta saadaan vähennettyä alueellisesti toimivan tapahtumateollisuuden yritys voi tarjota palveluitaan suuremmalle asiakasryhmälle ja kasvattaa myyntiään.

Kaupungit investoivat tapahtumateollisuuteen, pyrkimyksenään vaikuttaa positiivisesti alueen talouteen ja asuinmukavuuteen. Tapahtumateollisuuden perinteisesti huonon skaalautuvuuden ja paikkariippuvaisuuden johdosta rahoituspyrkimykset kasvattaa tapahtumateollisuutta pitkällä aikavälillä tulisi suunnata disruptiiviseen innovaatio-rahitoitukseen, innovaatioihin, joilla on mahdollisuus poistaa tapahtumien paikkasidonnaisuutta ja tehostaa tapahtumateollisuuden toiminnan skaalautuvuutta.

4 KAUPUNGIT JA TAPAHTUMATEOLLISUUS

Tapahtumilla on tärkeitä sosiaalisia ja taloudellisia vaikutuksia kaupungeille. Tapahtumat elävöittävät kaupunkikuvaa ja ovat ihmisille tärkeä keino heidän täyttäessään omia sosiaalisia tarpeita (Getz ja Page 2016). Tapahtumat tuovat yhteen saman kiinnostuksen kohteen jakavia henkilöitä, vahvistavat paikallista identiteettiä ja ovat järjestäjille keino tuoda esille omia palveluita ja tavoitteitaan.

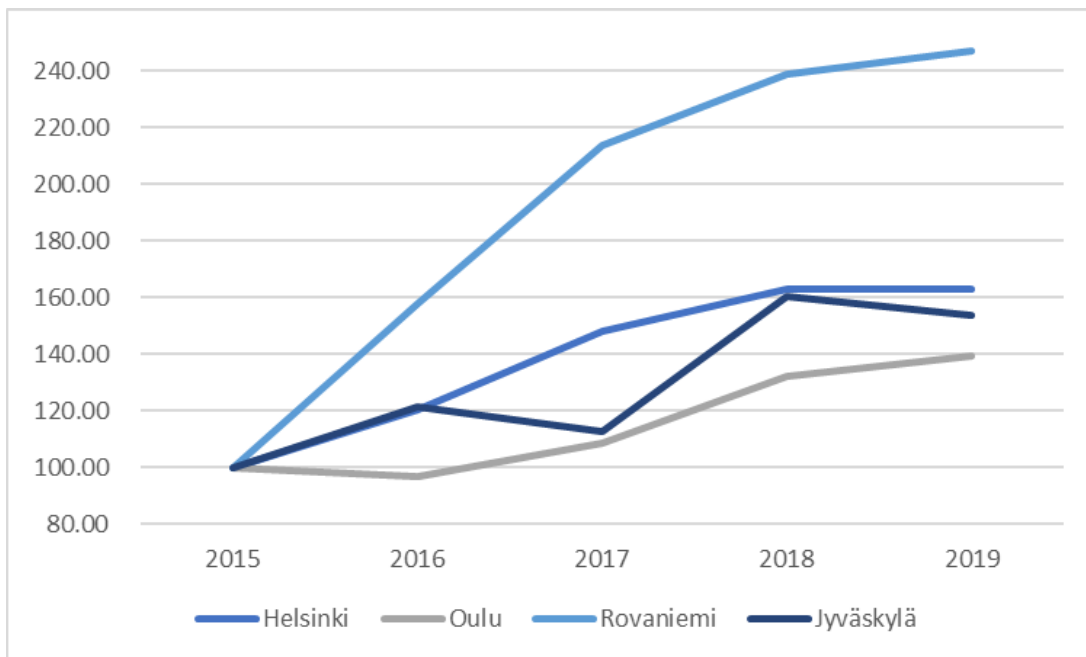
4.1 Tapahtumateollisuuden toimijoiden sijainti Suomessa

Tapahtumateollisuus keskittyy tiheään asutuille alueille. Perinteinen tapahtumatoiminta tarvitsee fyysisesti läsnä olevia kuluttajia osallistumaan tapahtumiin. Suurissa asuinkeskuksissa on läsnä suuri määrä potentiaalisia kuluttajia erilaisille tapahtumateollisuuden tuotteille. Toiseksi tapahtumien järjestäminen itse ja tapahtumajärjestämistä helpottavan infrastruktuurin ylläpito on tärkeänä tavoitteena useiden kaupunkien strategiasuunnitelmissa (Helsingin kaupunkistrategia 2021–2025, Kaupunkistrategia Oulu 2030), suuremmilla kaupungeilla on paremmat mahdollisuudet investoida tapahtumatoimintaan, mikä edelleen parantaa liiketoiminnan mahdollisuuksia suurissa asuinkeskitymissä.

Taulukossa viisi on Vainu- tietokannasta (2020) aiemmin kappaleessa kolme esitetyn luokittelun mukaisten tapahtumajärjestäjien klusteriin kuuluvien yritysten lukumäärät vuonna 2018 ja kuuvajassa kahdeksan näiden yritysten liikevaihdon kehitys vuosina 2015–2019 Helsingissä, Oulussa, Rovaniemellä ja Jyväskylässä.

Taulukko 5. Tapahtumajärjestäjien klusterinyritysten ja yhdistysten lukumäärä vuonna 2018 ja liikevaihto vuosina 2015–2019.

	Helsinki	Oulu	Rovaniemi	Jyväskylä
Lukumäärä 2018	3567	335	182	322
Liikevaihto	milj.€	milj.€	milj.€	milj.€
2015	469.4	28.5	15.5	23.6
2016	564.2	27.4	24.5	28.7
2017	695.5	30.9	33.2	26.6
2018	764.7	37.6	37.1	37.8
2019	764.6	39.6	38.4	36.3

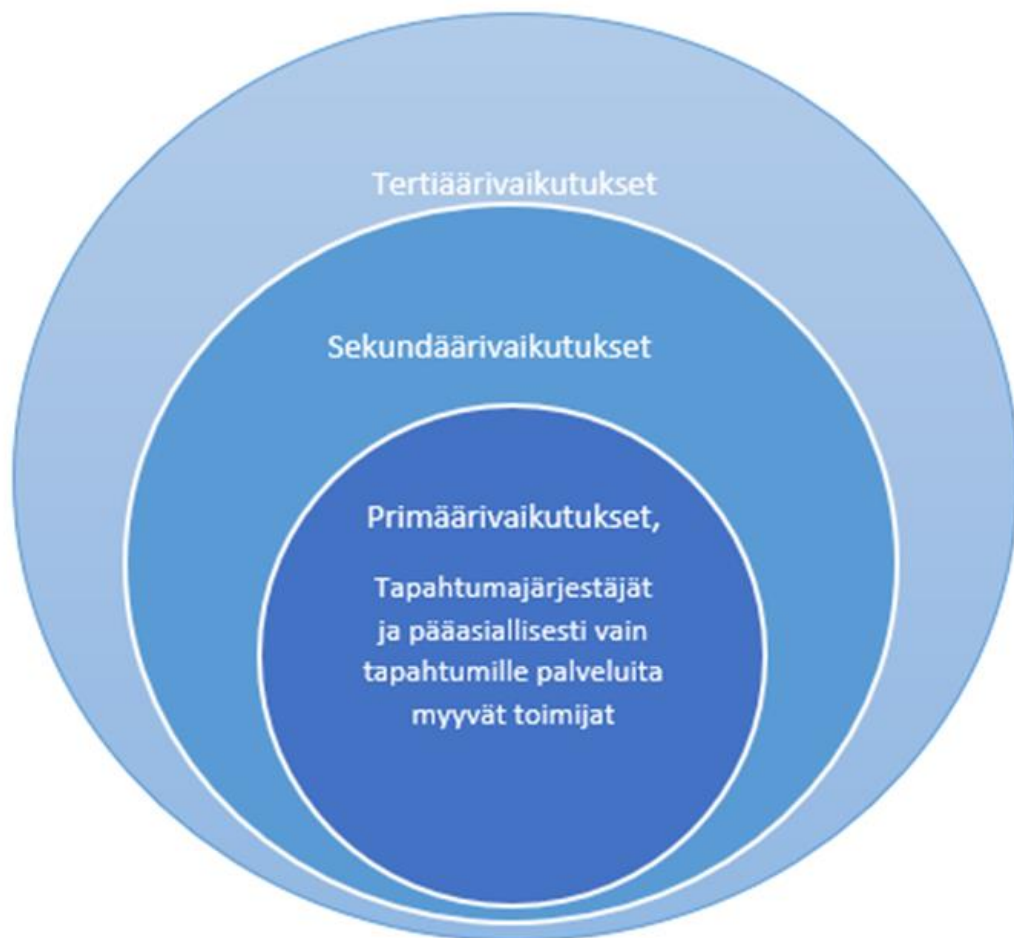


Kuvio 8. Tapahtumajärjestäjien klusterin liikevaihdon indeksoitu kehitys eri paikkakunnilla vuosina 2015 – 2019, 2015=100

Tapahtumajärjestäjien liikevaihdon kasvu on ollut positiivista kaikissa kaupungeissa, kuitenkin Rovaniemellä huomattavasti nopeampaa kuin muissa kaupungeissa. Nopea suhteellinen kasvu voi selittyä osittain vertailukaupungeista pienimmällä tapahtumajärjestäjien määrällä vuonna 2015, mutta selkeä nopean kasvun trendi on huomattavissa Rovaniemellä.

4.2 Tapahtumateollisuuden aluetaloudelliset vaikutukset

Tapahtumateollisuuden aiheuttamat aluetaloudelliset vaikutukset jakautuvat primäärisiin, sekundäärisiin ja tertiäärisiin vaikutuksiin, mikä on esitettyä kuviossa yhdeksän. Sisimmäisellä kuorella on tapahtumateollisuuden primäärivaikutukset, jotka aiheutuvat toimijoista, joiden liiketoiminta on välittömästi sidottuna tapahtumien järjestämiseen. Tapahtumateollisuuden primääriset aluetaloudelliset vaikutukset aiheutuvat näiden toimijoiden liikevaihdosta ja työntekijöille maksamista palkoista.



Kuvio 9. Tapahtumateollisuuden aluetaloudelliset vaikutusmekanismit

Sekundääriset aluetaloudelliset vaikutukset syntyvät tapahtumateollisuuden järjestämistä tapahtumista hyötyvien toimijoiden tuottamasta liikevaihdosta ja maksamista palkkakorvauksista. Sekundäärisistä vaikutuksista hyötyvät toimijat eivät kuitenkaan itse kuulu mallin primäärikuorelle ja he saavat huomattavia tuloja myös tapahtumiin kytkeytymättömästä liiketoiminnasta. Sekundääristen vaikutusten piiriin kuuluu erityisesti majoitus-, ravintola- ja kuljetuspalvelut. Aluetaloudelliset sekundääriset vaikutukset kasvavat keskimäärin sitä suuremmiksi, mitä kauempaa tapahtumaan osallistuvat ihmiset saapuvat, koska ulkopaikkakuntalaisten kulutuksella ei ole yhtä vahvaa kulutuksen syrjäytysvaikutusta kuin paikallisilla vierailijoilla. Syrjäytysvaikutus tarkoittaa sitä, että paikallisten tapahtumavierailijoiden kulutus olisi todennäköisesti kohdistunut tapahtumanjärjestämisen alueelle, vaikka tapahtumaa ei olisi järjestetty. Alueella asuvat paikalliset voivat kuitenkin matkustaa

ulkopaikkakunnalle tapahtumiin, jos tapahtumia ei järjestetä heidän asuinalueellaan ja tapahtumille ei ole korvaavaa ajanviettotapaa. Kauempaa matkustavat tapahtumavierailija kuluttavat myös paikallisia vierailijoita enemmän ravintola- ja majoituspalveluihin. Tapahtumateollisuuden aiheuttamien sekundääristen vaikutusten kokonaisuuden tarkka mittaaminen on haastavaa, koska tapahtumista aiheutuva myynnin kasvu on hankala erotella sekundäärikuoren toimijoiden muusta liiketoiminnasta.

Sekundääristen vaikutusten kokonaisuutta voi kuitenkin arvioida haastatteleamalla tapahtumakävijöitä. Sekundääriset talousvaikutukset, eli niin sanottu tapahtumateollisuuden kytkeytyvän liiketoiminnan vaikutus vaihtelee tapahtuman osanottajarakenteen, tapahtuman keston sekä muodon mukaan. Finland Convention bureau:n (Christel Nummela 2017) tekemän tutkimuksen mukaan Suomeen saapuneet kongressimatkustajat kuluttivat vuonna 2016 vuorokaudessa keskimäärin 248 euroa/henkilö, kun edestakaisia matkakuluja kongressikaupunkiin ei huomioida. Summasta 248 euroa/henkilö 83 euroa oli kongressiin rekisteröitymiskuluja, jotka kuuluvat tapahtumateollisuuden primäärivaikutuksiin. Tapahtumateollisuuden sekundäärivaikutuksiin kohdistuva kulutus oli täten 165 euroa/päivä yhtä kongressivierailijaa kohden. Kongressimatkustajien sekundääriselle kuorelle kohdistuva alueellinen kulutus oli siis lähes kaksinkertainen primäärikuorelle kohdistuvaan kulutukseen verrattuna. Musiikkifestivaalien vierailijoiden kulutusta Oulussa tutkittiin vuonna 2013 Taloustutkimus Oyn (2014) toteuttaman kyselytutkimuksen kautta (3 festivaalia). Taloustutkimus Oyn tuloksien mukaan tapahtumavierailijat kuluttivat Oulussa 40–90 euroa päivässä, kun tapahtumien pääsylippujen hintaa ei huomioitu. Riippuen musiikkitapahtumasta 1/5–2/3 kulutuksesta tapahtui tapahtuma-alueen sisällä. Tutkituissa musiikkitapahtumissa huomattavasti suurin osa tapahtumavierailijoiden kulutuksesta kohdistui primäärikuoren toimijoille. Sekundäärikuoren toimijoille kohdistuva tapahtumakävijöiden kulutus oli noin 30 % primäärikuoren toimijoille kohdistuvasta kulutuksesta. Ero kongressivieraiden ja musiikkifestivaaleille osallistuvien tapahtumavierailijoiden välillä johtui muun muassa kongressivieraiden suuremmista majoituskuluista. Yksi kolmesta tutkitusta musiikkifestivaalista oli yksipäiväinen, joka pienentää tapahtumavierailijoiden majoituskuluja radikaalisti.

Tertiääriset vaikutukset ovat laajoja pidempiaikaisen tapahtumatoiminnan alueelle vähitellen aiheuttamia vaikutuksia. Tertiääriset vaikutukset kohdistuvat alueen imagon rakentumiseen, luovan toimintaympäristön kehittymiseen ja alueen asuinmukavuuden kasvuun. Alueen imagon kehittyminen alueella järjestettyjen onnistuneiden tapahtumien johdosta houkuttelee alueelle lisää vierailijoita tulevaisuudessa. Suurimman mahdollisen imagollisen hyödyn saavuttamiseksi onnistuneiden imagoa kehittävien tapahtumien lisäksi, myös alueen viestinnän intressiryhmille on oltava tehokasta. Alueellisesti laaja tapahtumatarjonta kulttuurin, musiikin ja urheilun saralla nostaa asukkaiden kulutusmahdollisuuksien määrää. Laaja valikoima erilaisia mahdollisuuksia kuluttaa vapaa-aikaa nostaa alueen asuinmukavuutta, koska kukin yksilö voi kuluttaa haluamiaan tapahtumia. Kulutusmahdollisuuksien määrän kasvattamisen lisäksi monimuotoinen ja ympärivuotinen tapahtumatoiminta mahdollistaa tapahtumajärjestämisen ja sitä tukevien alihankkijoiden liiketoiminnan keskittymisen ja kehittymisen alueella. Suuri osa tapahtumateollisuuden toimijoista on pieniä yrityksiä, jotka tuottavat tapahtumia yhteistyössä. Jatkuva tapahtumatoiminta ja yhteistyön tekeminen tehostaa tulevien tapahtumien järjestämistä alueella.

Tapahtumien järjestäminen vaatii sosiaalisen luonteensa vuoksi suuren määrän työpanosta. Tämän lisäksi myös tapahtumiin osallistuvat tapahtumavieraat ovat yleisesti fyysisesti läsnä tapahtumissa, poikkeuksena tähän ovat erilaiset virtuaalitapahtumat. Koska tapahtumien kuluttaminen on pääasiallisesti paikkasidonnaista, paikallinen kysyntä on tapahtumatalouden yritystoiminnan kannalta erittäin tärkeää. Paikallinen kulutuskäyttäytyminen vaikuttaa tapahtumajärjestäjien kohtaamaan kysynnän tasoon. Myös erilaisiin tapahtumalajeihin kohdistuva kysyntä vaihtelee vuodenajoin ja alueittain, minkä seurauksena tapahtumajärjestäminen keskittyy tiheään asutuille alueille. Jos alueella on ympärivuotista tapahtumatoimintaa, on pääasiallisesti tapahtumien alihankintaan keskittyvällä liiketoiminnalla huomattavasti enemmän potentiaalia verrattuna sellaiseen alueeseen, jossa tapahtumatoiminta keskittyy vain tiettyyn vuodenaikaan, esimerkiksi talvi- tai kesäsesonkiin. Ympärivuotinen tapahtumien järjestämisen mahdollistaa tapahtumateollisuuteen kuuluvien tapahtumien alihankkijoiden toiminnan ammattimaistumisen, koska kysyntä ei ole kausittaista.

5 KYSELY OULUN TAPAHTUMATEOLLISUUDEN TOIMIJOILLE

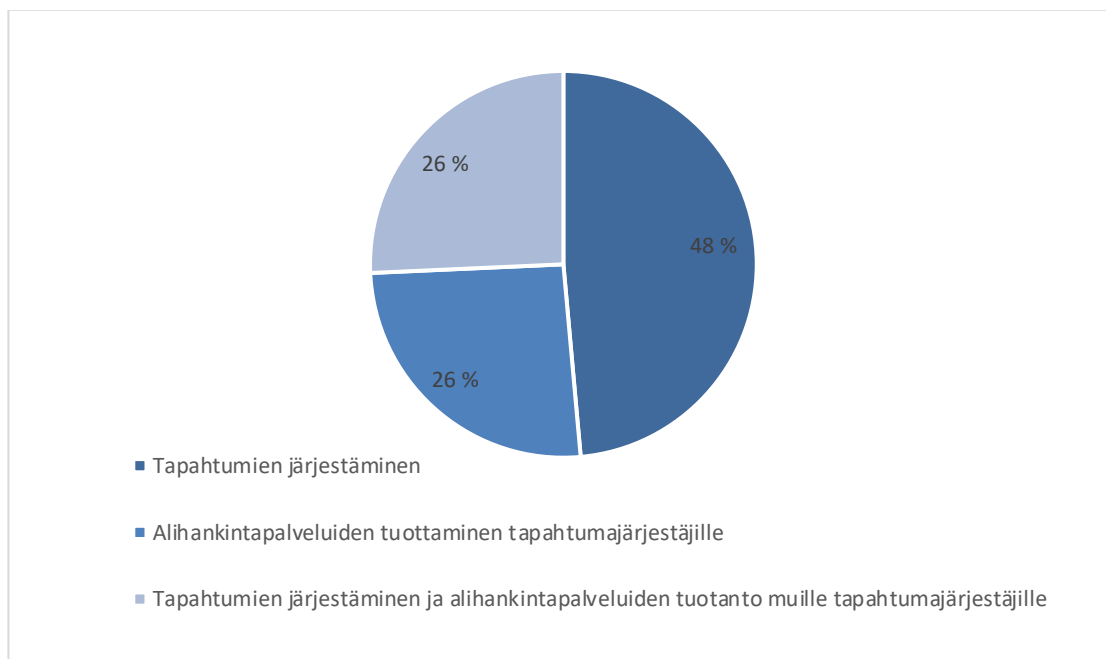
Tapahtumateollisuuden kartoittamiseksi Oulussa toteutettiin kyselytutkimus Oulun tapahtumateollisuuden toimijoille tapahtumateollisuudesta ja sen mahdollisuuksista Oulussa sekä koronapandemian vaikutuksista toimialaan. Kyselyn kohderyhmänä oli tapahtumia järjestävät toimijat, sekä ydintoimintanaan tapahtumajärjestäjille palveluita tuottavat yritykset eli tapahtumateollisuuden primääritoimijat. Kysely toteutettiin Webropol-kyselytyökalulla. Vastaukset kerättiin ajanjaksolla 17.06.2020 – 29.06.2020.

Kyselyn vastaajiksi poimittiin toimijoita, joiden pääkonttorin toimipaikkana on Oulu. Tapahtumia järjestävät toimijat poimittiin kolmella eri tavalla. BusinessOulun luovien alojen toimijoiden listalta valittiin tapahtumajärjestäjät toimialaluokkien mukaan mukaillen aiemmin esitettyä Kilpeläisen ym. (2012) määritelmää. Toinen lähde tapahtumatoimijoiden poimimiselle oli tapahtumajärjestäjiä yhteen keräävä Tapahtumien Hubi mistä poimittiin toimijoita, joille kysely lähetettiin. Tapahtumien Hubi on Euroopan aluekehitysrahaston hanke, jonka kohderyhmään kuuluvat pohjoissuomalaiset vakiintuneet ammattimaisesti järjestetyt taide- ja kulttuuritapahtumat. Viimeiseksi listalle lisättiin tapahtumien järjestäjiä, joiden huomattiin puuttuvan edellä mainitulla tavalla tehdystä listauksesta, mutta joiden toiminnalle tapahtumien järjestäminen on keskeistä. Tapahtumille palveluita alihankkijoina tuottavat yritykset poimittiin Oulun kaupungin tapahtumajärjestäjän oppaasta. Suurin osa kyselyn kohderyhmästä poimittiin toimialalistauksen avulla. Tapahtumien Hubi:n, tapahtumajärjestäjien oppaan ja tiedettyjen listalta puuttuvien tapahtumajärjestäjien kautta kohderyhmään valittujen toimijoiden määrä oli n. 30 jokaisesta kolmesta lähteestä.

Muodostetusta listasta poistettiin toimijat, jotka esiintyivät enemmän kuin kerran monien toimijalistojen yhdistelyn jälkeen. Poistamisen jälkeen kysely lähetettiin 373 toimijalle. Vastauksia saatiin 43kpl, eli vastausprosentti oli 12 %.

5.1 Kyselyn vastaajaryhmä

Kaikki toimialaluokkien mukaan kyselyn vastaajaryhmään sisällytetyt toimijat eivät kokeneet kuuluvansa tapahtumateollisuuteen. Kyselyn analyysissä on otettu huomioon vain niiden toimijoiden vastaukset, jotka ilmoittivat kuuluvansa tapahtumateollisuuden toimijoihin, minkä jälkeen otanta on N=35. Suurin vastaajien ryhmä on tapahtumien järjestäjät 48 %. Tapahtumien alihankkijoiden, sekä niiden toimijoiden, jotka toimivat sekä alihankkijana muille tapahtumien järjestäjille että järjestävät tapahtumia itse, kummankin osuus oli 26 % kaikista vastaajista.



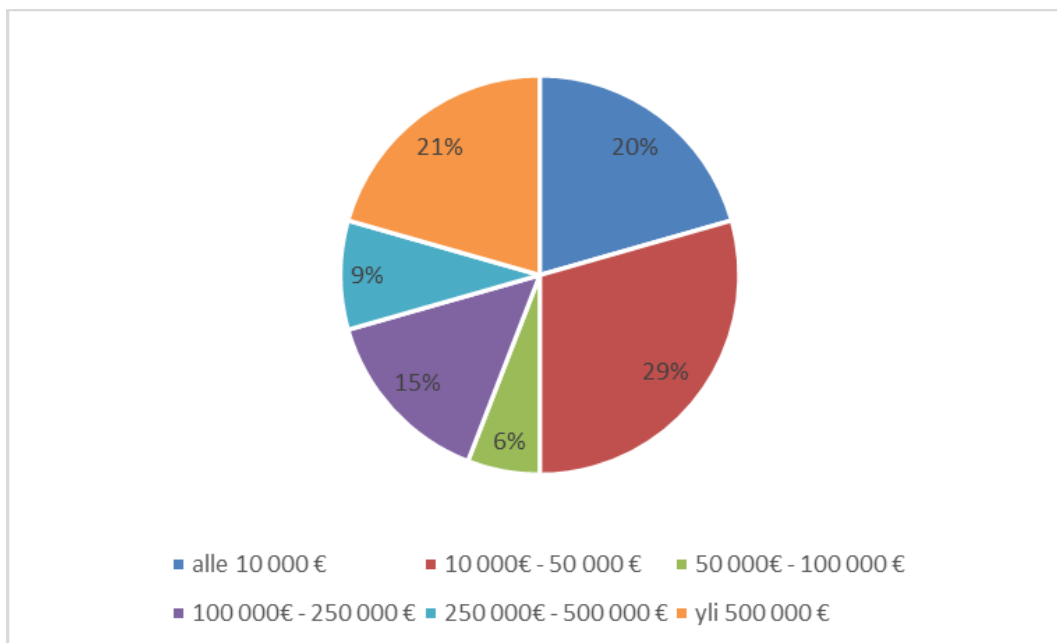
Kuvio 10. Vastaajat ydintoiminnan mukaan

Toimialatyypin jakautuminen vaihtelee toimijan ydintoiminnan mukaan. Tapahtumajärjestäjien joukossa on suuri määrä yhdistyksiä. Tapahtumien alihankkijalle yhdistys on tapahtumajärjestäjiä paljon harvinaisempi toimijatyyppejä, vaikka nämä alihankkijat järjestäisivät myös itse tapahtumia. Taulukossa kuusi on esitettyä kyselyyn vastanneiden toimijatyypit ydintoiminnan mukaan.

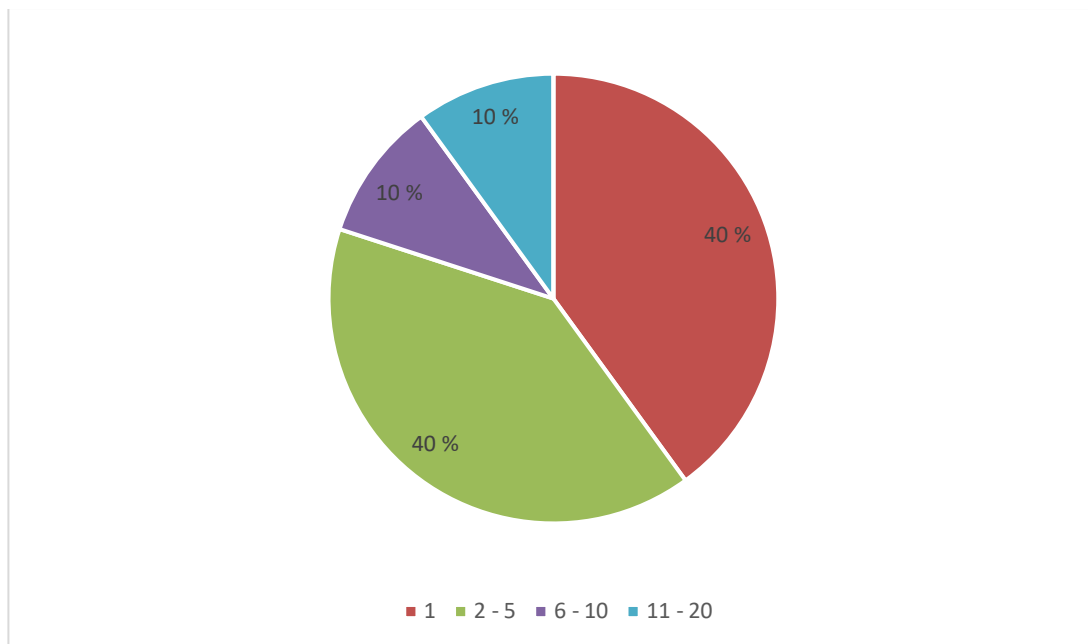
Taulukko 6. Vastaajien toimijatyytit ydintoiminnan mukaan

	Tapahtumajärjestäjät	Alihankkijat	Alihankkijana ja tapahtumajärjestäjänä toimivat
Yritys	5	5	5
Tmi	3	3	3
Yhdistys	8	1	1
Julkinen sektori	1		

Liikevaihdon mukaan luokiteltuna vastaajat edustivat eri kokoluokan toimijoilta. Myös täysipäiväisten työntekijöiden mukaan luokiteltuna vastauksia saatiin eri kokoluokan toimijoilta. Kuviosta 11 ja 12 ilmenee, että monen tapahtumatoimialan toimijan toiminnan kokoluokka on pieni. Lähes puolet vastaajista ilmoitti vuotuisen liikevaihdon olevan alle 50 000 € ja 40 prosentilla toimijoista palkattujen täysipäiväisten työntekijöiden määrä oli yksi. Täysipäiväisten työntekijöiden lisäksi tapahtumatoimialalla käytetään osa-aikaisia työntekijöitä, sekä paljon vapaaehtoistyövoimaa. Kaikkien vastaajien keskiarvo osa-aikaisten työntekijöiden tekemistä henkilötyövuosista oli 3,8 henkilötyövuotta ja vapaaehtoistyövoiman 2,3 henkilötyövuotta.



Kuvio 11. Kyselyyn vastanneiden luokittelu liikevaihdon mukaan



Kuvio 12. Palkattujen täyspäiväisten työntekijöiden määrä

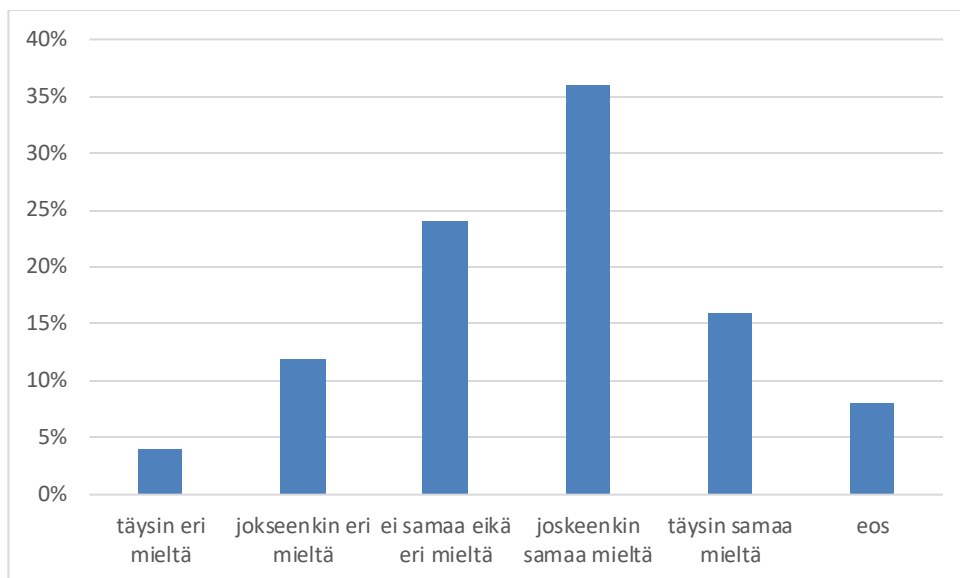
5.2 Kyselyn tulokset

Tapahtumajärjestäjät käyttävät alihankkijoita useiden palveluiden toteuttamisessa. Alihankintapalveluita tapahtumien järjestämisessä kertoi käyttäneensä 69 % vastanneista tapahtumajärjestäjistä. Suuret tapahtumajärjestäjät, joiden liikevaihto on yli 100 000 € käyttivät alihankintapalveluita useammin kuin tapahtumajärjestäjät, joiden liikevaihto on alle 100 000 €. Suurista tapahtumajärjestäjistä alihankintapalveluita käyttää 83 % vastaajista ja pienistä tapahtumajärjestäjistä 57 %. Taulukossa seitsemän on suurten ja pienten tapahtumajärjestäjien todennäköisyys käyttää tietyn tyyppistä alihankintapalvelua tapahtumien järjestämisessä. Suuret tapahtumajärjestäjät alihankkivat järjestyksenvalvonnan ja vartioinnin, sekä markkinoinnin ja markkinatutkimuksen palveluita paljon pieniä tapahtumajärjestäjiä enemmän. Syynä tähän on, että turvallisuudesta ja ensiavusta huolehtiminen on säännellympää suurissa tapahtumissa. Yleisesti pienten ja suurten tapahtumajärjestäjien keskuudessa käytettyjä alihankintapalveluita ovat ravintola- ja catering-palvelut, sekä audiovisuaaliset palvelut.

Taulukko 7. Tapahtumajärjestäjien käyttämät alihankintapalvelut liikevaihdon mukaan (%)

	Lv yli €100t	Lv alle €100t
Järjestyksenvalvonta ja vartiointi	58%	7%
Ravintola- ja catering-palvelut	58%	29%
Tapahtumakalusteiden vuokraus	50%	21%
Tapahtumatilojen vuokraus	50%	29%
Audiovisuaaliset palvelut	42%	36%
Markkinointi ja markkinatutkimus	33%	7%
Ensiapu	17%	7%
Manageri- ja ohjelmistopalvelut	8%	14%
Valokuvaus	8%	7%
Tilausliikennöinti	8%	0%
Siivous	0%	7%
Lipunmyynti	0%	21%

Tapahtumajärjestäjiä pyydettiin arvioimaan laadukkaiden alihankintapalveluiden saatavuutta Oulussa. Vastaajista vain 16 % oli täysin tai jokseenkin eri mieltä väitteestä, että Oulusta löytyy tarpeeksi laadukkaita alihankintapalveluiden tuottajia, joka on nähtävissä kuviossa 13. Kuviossa 14 on esitetty tapahtumajärjestäjien vastaus kysymykseen Oulussa olevien tilojen soveltuvuudesta tapahtumien järjestämiseen. Kolmannes tapahtumajärjestäjistä Oulussa oli täysin tai jokseenkin samaa mieltä, siitä että tilat ja puitteet tapahtumien järjestämiseen ovat hyvät. Tapahtumajärjestäjät nostivat vastauksissaan esille kehittämisehdotuksia, kuten useamman kaupungin vuokraaman kulttuuritoimintatilan ottaminen mukaan vuokraajatahon mukaiseen porrastettuun hinnoitteluun. Esimerkiksi Valvesalin vuokrahinta on eri taide- kulttuuri- ja yhdistysten toiminnalle verrattuna yritystoimintaan. Porrastettu hinnoittelu mahdollistaa marginaalisimpien kulttuurialojen ja tapahtumien järjestämisen, mutta ei välttämättä kasvata tapahtumateollisuuden taloudellisia vaikutuksia. Porrastettu hinnoittelu voi kuitenkin kasvattaa siitä hyötyvien yhdistysmuotoisten tapahtumajärjestäjien luomaa sosiaalista arvoa, jos alemmat hinnat mahdollistavat toiminnan laajentamisen. Toinen esiinnoussut ajatus Oulun alueen tapahtumatoimialan kehitystä hankaloittavana tekijänä oli E-urheilulle sopivien tilojen puute.



Kuvio 13. Oulusta löytyy riittävästi laadukkaita palveluntuottajia tapahtumien järjestämiseen

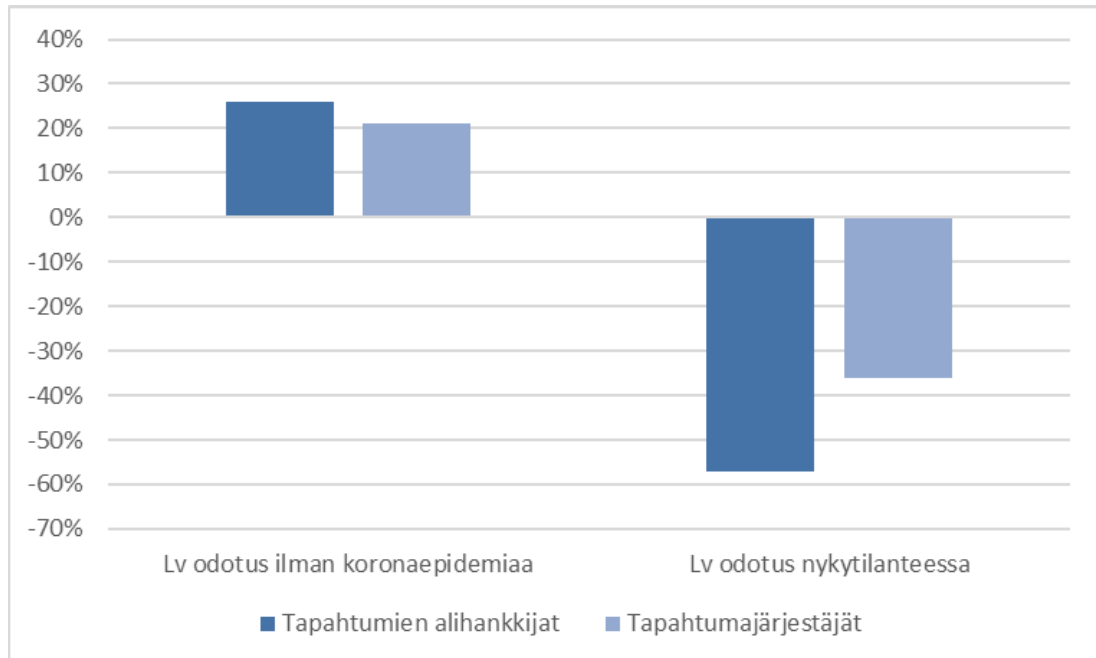


Kuvio 14. Oulussa on hyvät tilat ja puitteet tapahtumien järjestämiselle

Tapahtumatoimiala on ollut viime vuosina vahvasti kasvava ala. Koronaviruksen aiheuttama pandemian ja pandemian vuoksi asetetut rajoitukset ovat kuitenkin vaikuttaneet vahvasti tapahtumatoimialan kasvuodotuksiin vuodelle 2020. Kuviossa 15 on esitetty tapahtumien alihankkijoiden ja tapahtumajärjestäjien liikevaihdon muutoksen arvioiden keskiarvot vuonna 2020 verrattuna vuoteen 2019. Tapahtumajärjestäjien ryhmään on sisällytetty tahot, jotka järjestävät tapahtumia itse ja myyvät palveluita muilla tapahtumajärjestäjille, koska tämän ryhmän vastaukset

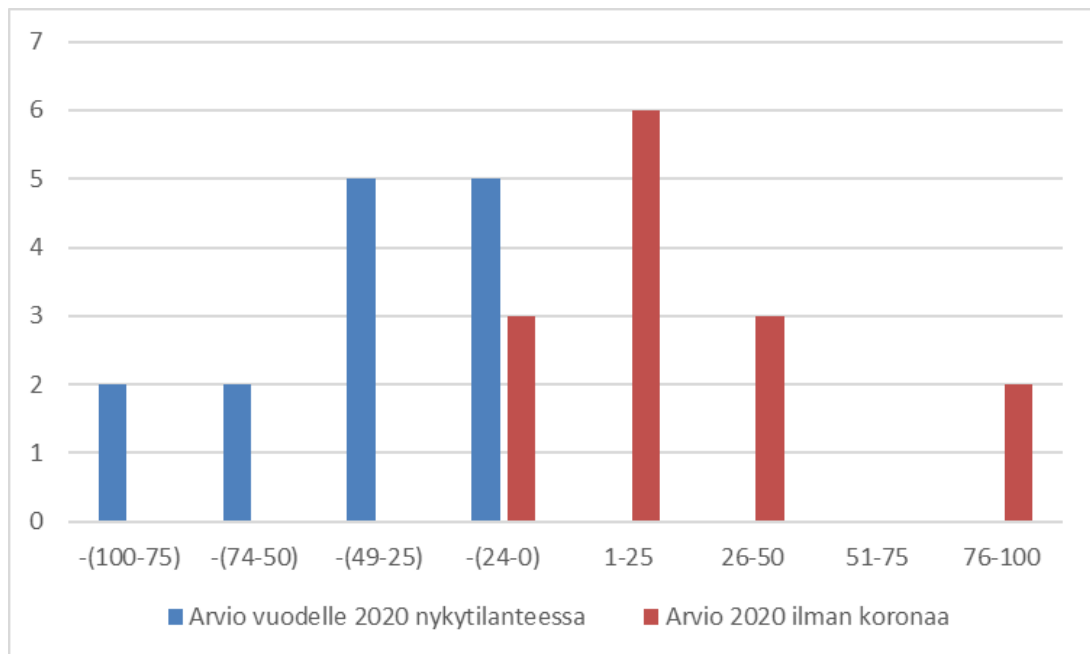
olivat hyvin lähellä vain tapahtumia järjestävien toimijoiden antamia vastauksia. Vastauksista on poistettu yhdistysten ja julkisten toimijoiden antamat vastaukset, koska kyseisten toimijatyyppeiden pääasiallinen tavoite poikkeaa yritysten tavoitteesta maksimoida liikevoitto.

Alan kasvuodotukset ilman koronapandemian vaikutuksia olivat tapahtumien alihankkijoilla ja tapahtumajärjestäjillä yli 20 % vuodelle 2020 liikevaihdolla mitattuna. Kyselystä saatu tulos on mielenkiintoinen siinä mielessä, että tapahtumien alihankkijat arvioivat heidän liikevaihtonsa laskevan enemmän koronan vaikutuksesta, kuin tapahtumia järjestävät tahot. Yksi tekijä, joka voi selittää tätä havaintoa, on kyselyn toteutuksen ajankohta. Kysely toteutettiin kesäkuun loppupuolella, jolloin rajoitusten pitkäkestoisuudesta ei ollut vielä selkeää tietoa, mikä tekee liikevaihdon muutoksen arvioinnin haastavaksi. Tulos osoittaa myös, kuinka vahvasti tapahtumien rajoittaminen vaikuttaa muilla toimialoilla toimiviin alihankkijoihin. Kaikista kyselyyn vastaajista 43 % sanoi koronapandemian vaarantaneen heidän harjoittaman liiketoiminnan jatkuvuuden tulevaisuudessa.



Kuvio 15. Keskiarvo vastaajien ennusteesta liikevaihdon muutokselle vuonna 2020 nykytilanteessa ja tilanteessa ilman koronapandemiaa verrattuna vuoteen 2019

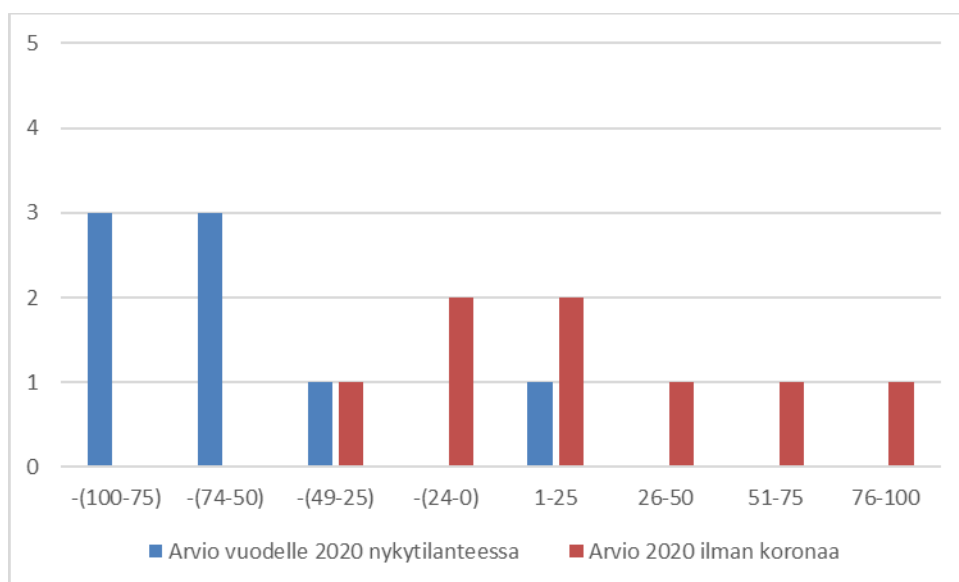
Tapahtumateollisuuden sisällä arviot liikevaihdon kehityksestä vuodelle 2020 vaihtelevat. Tarkemman kuvan liikevaihdon muutoksen odotuksista tapahtumajärjestäjien ja tapahtumien alihankkijoiden keskuudessa saa kuviosta 16 ja 17. Yksikään vastannut tapahtumajärjestäjä ei usko liikevaihtonsa nousevan vuonna 2020 verrattuna vuoteen 2019, vaikka kuvitteellisessa tilanteessa ilman koronapandemia lähes 4/5 tapahtumajärjestäjistä uskoi, että heidän liikevaihtonsa olisi kasvanut. Tapahtumajärjestäjistä 26 % arvioi heidän liikevaihtonsa laskevan puoleen tai alle puoleen vuoden 2019 liikevaihdosta.



Kuvio 16. Tapahtumajärjestäjien arvio liikevaihdon muutoksesta vuonna 2020, verrattuna vuoteen 2019

Tapahtumien alihankkijoiden keskuudessa 2/3 uskoo vuoden 2020 liikevaihdon jäävän alle puoleen vuoden 2019 liikevaihdosta ja 1/3 arvioi vuoden 2020 liikevaihdon jäävän neljäsosaan tai alle vuoden 2019 liikevaihdosta. Koronapandemian vaikutus tapahtumien alihankkijoihin riippuu tapahtumien järjestämisen mahdollisuuden lisäksi siitä, kuinka paljon alihankkija tekee myyntiä tapahtumille verrattuna muuhun myyntiin. Tästä syystä tapahtumien alihankkijoiden joukossa on myös toimija, joka uskoo liikevaihdon kasvuun vuonna 2020. Aineiston pohjalta on kuitenkin selkeää,

että suuri osa tapahtumien alihankkijoista menettää lähes kaiken tuloistaan, kun tapahtumien järjestäminen vähenee. Se, että tapahtumien alihankkijat arvioivat koronapandemian vaikutukset tapahtumajärjestäjiä suuremmaksi, voi olla seurausta siitä, että tapahtumajärjestäjät karsivat tapahtumia tuottaessaan ensimmäisenä alihankintapalveluista tiukassa taloudellisessa tilanteessa.

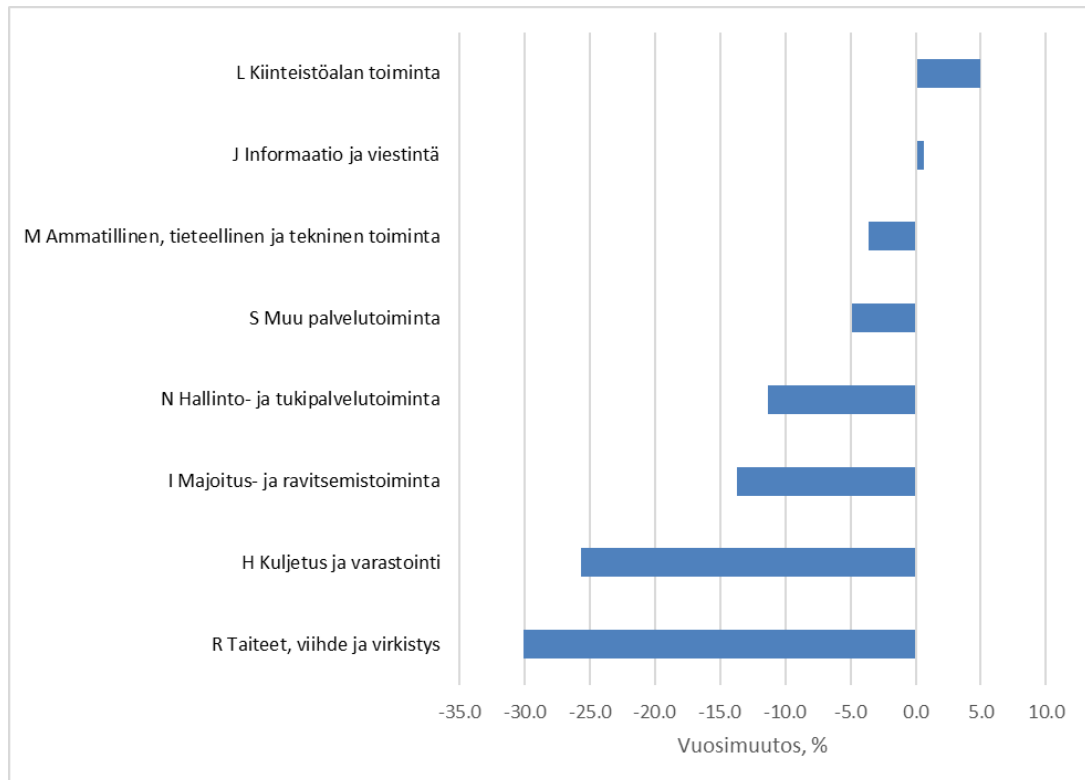


Kuvio 17. Tapahtumajärjestäjien alihankkijoiden arvio liikevaihdon muutoksesta vuonna 2020, verrattuna vuoteen 2019

6 KORONAPANDEMIAN VAIKUTUKSET

Tapahtumateollisuus perustuu pitkälti ihmisten fyysiseen kokoontumiseen. Koronapandemian leviämisen hallitsemiseksi valtiot ovat asettaneet rajoittavia suosituksia ja määräyksiä ihmisten kokoontumiselle. Koronapandemia on vaikuttanut varsinkin fyysisesti vaihdettavia palveluita tarjoaviin yrityksiin. Rajoitukset ovat muuttaneet tapahtumateollisuuden toimintaympäristöä ja nostaneet tapahtumien järjestämisen kustannuksia tai estäneet niiden järjestämisen täysin.

Koronapandemian vaikutukset laajenivat vuonna 2020, mikä vaikutti nopeasti palvelualojen liikevaihtoon. Palvelualojen kokonaisuuden työpäiväkorjattu liikevaihto pienentyi alkuvuoden 2020 aikana, mikä on nähtävissä kuviosta 18 (Tilastokeskus, Palvelualojen liikevaihtokuvaaja, 2022). Työpäiväkorjaus huomio arkipäivien lukumäärän vaihtelusta aiheutuvat tekijät eri tarkasteluajanjaksoilla. Verrattuna vuoden 2019 heinäkuuhun palvelualojen päätoimialoista heikoiten kehittyi taiteet, viihde ja virkistys -toimiala, jonka työpäiväkorjattu liikevaihto laski 30,1 prosenttia vuoden aikana. Taiteiden, viihteen ja virkistyksen toimialaluokka käsittää suurimman osan tapahtumateollisuuden primääritoimijoista. Koronapandemian negatiiviset vaikutukset liiketoiminnalle ovat olleet rajumpia tapahtumateollisuudelle muihin toimialoihin verrattuna. Kaikista palvelualoista vain informaatio ja viestintä- sekä kiinteistöalan toiminnan -toimialat kasvattivat työpäiväkorjattua liikevaihtoaan vuodesta 2019 vuoteen 2020.

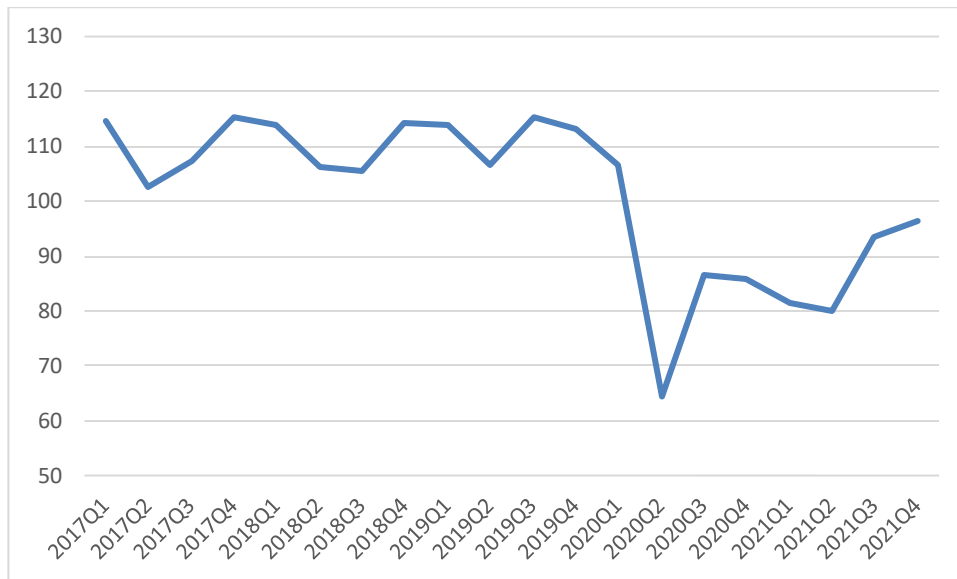


Kuvio 18. Palvelualueiden työpäiväkorjattu liikevaihdon vuosimuutos heinäkuussa 2020 verrattuna vuoteen 2019.

Liikevaihdon pienentymiseen palvelualoilla vaikuttaa asiakkaiden varovainen liikkuminen, ja kokoontumista rajoittavat varotoimenpiteet koronapandemian leviämistä vastaan. Tapahtumateollisuudessa tapahtumiin otettavien asiakkaiden määrää on jouduttu rajoittamaan, jotta koronapandemian leviämistä rajoittavat turvavälit on ollut mahdollista pitää tapahtumakävijöiden välillä. Suuri osa tapahtumista jouduttiin perumaan kokonaan tiukkojen rajoitusten ollessa voimassa.

Vuoden 2021 loppuun mennessä palvelualueet kokonaisuutena ovat saavuttaneet koronapandemiaa edeltävän liikevaihdon tason. Taiteen, viihteen ja virkistykseen toimiala, johon suurin osa tapahtumajärjestäjistä kuuluu, ei ole vielä päässyt koronapandemiaa edeltäneen liikevaihdon tasolle. Kuvio 19 esittää taiteen, viihteen ja virkistykseen toimialaluokan työpäiväkorjatun liikevaihdon kehitystä vuosien 2017–2021 välillä. Toimialaluokan liikevaihto on vuoden 2021 viimeisellä neljänneksellä lähes 15 % pienempi kuin vuonna 2019. Liikevaihdon positiivista kehitystä on kuitenkin havaittavissa. Tapahtumateollisuudelle on tärkeää, että liiketoiminta saadaan

toimimaan nopeasti. Uhkakuvana toimialalla pidetään tapahtumien järjestämistä rajoittavien tekijöiden ja yleisön varovaisuuden pitkittyessä työvoiman siirtymistä tapahtumatoimialalta muille aloille. Tapahtumateollisuuden tulevaisuuden kasvun kannalta on tärkeää, ettei poikkeustilanne aiheuta osaavan työvoiman siirtymistä muille toimialoille tai normaalioloissa tuottavaan liiketoimintaan pystyvien yritysten poistumista markkinoilta.



Kuvio 19. Taiteet viihde ja virkistys toimialaluokan työpäiväkorjattu liikevaihdon kehitys neljännesvuosittain vuosina 2017–2021. Indeksi 2015=100

Myös tapahtumavierailijoiden vapaa-ajan kulutustottumukset voivat muuttua pitkään saavuttamattomissa olevien perinteisten tapahtumien tarjonnan puuttuessa. Ulkomaalaiset suuret sisällöntuottajat, kuten suoratoistopalvelut vahvistavat asemaansa ja pääsevät valtaamaan sisältömarkkinoita arvioi työ- ja elinkeinoministeriö (2020).

7 YHTEENVETO

Tapahtumateollisuus on tapahtumien ympärille rakentuva toimiala. Tapahtumateollisuus on kasvanut 1900-luvulta lähtien ihmisten kasvavan vapaa-ajan määrän ja kaupungistumisen johdosta, mutta näiden ilmiöiden vaikutus on pienentynyt 2000-luvulle tultaessa. Viime vuosikymmeninä tapahtumateollisuuden kasvua on vauhdittanut myös kaupunkien halukkuus sisällyttää tapahtumatoimiala strategioihinsa ja pyrkimykset tukea alaa. Tapahtumateollisuuden toimijat kuuluvat useille eri toimialoille, eikä tapahtumatoimialaa seurata omana yksikkönään kansallisessa tilinpidossa. Tässä tutkimuksessa on muodostettu tapahtumajärjestäjien klusteria kuvaava toimialaluokka yhdistelemällä kansallisessa tilinpidossa olemassa olevia toimialaluokkia. Suomessa tapahtumajärjestäjien klusterin liikevaihto kasvoi 6,4 % vuosittain vuosien 2013–2019 välillä. Vuonna 2019 tapahtumajärjestäjien klusterin kokonaisliikevaihto oli 2,57 miljardia euroa. Vuonna 2020 koronapandemian vaikutukset tapahtumateollisuuteen olivat laajat ja tapahtumajärjestäjien klusterin liikevaihto laski 24 % vuodesta 2019 vuoteen 2020. Vuonna 2020 tapahtumajärjestäjien klusterin liikevaihto oli 1,96 miljardia euroa.

Tapahtumateollisuuden kasvun takana olevia merkittäviä tekijöitä on ihmisten elintason nousu ja vapaa-ajan määrällinen kasvu (Vogel, 2015; Bowdin ym., 2010). Tilastokeskuksen aineiston pohjalta vapaa-ajan määrä ei kuitenkaan ole noussut Suomessa huomattavasti 2000-luvun aikana. Samanaikaisesti tapahtumajärjestäjien liikevaihto on kuitenkin noussut. Vertailtaessa kotitalouksien tapahtumiin kohdistuvaa kulutusta tuloviidenneksittäin huomattiin suuremmissa tuloluokissa olevien kotitalouksien tapahtumiin kohdistuvan kulutuksen olevan suhteellisesti suurempi pienempiin tuloluokkiin verrattuna. Elintasoja kuvaava yksityinen kulutus on noussut 2000-luvulla, joka on suuremman kulutuksen korkeammassa tuloluokissa kanssa tapahtumiin kohdistuvaa kysyntää kasvattava tekijä. Tämän lisäksi tapahtumajärjestäjät ovat pystyneet nostamaan liikevaihtoaan tehtyihin henkilötyövuosiin nähden vuosien 2013–2020 välillä, eli tuottamaan suuremman määrän myytäviä tapahtumia samoilla resursseilla.

Tapahtumateollisuuden aluetaloudelliset vaikutukset eivät rajoitu ainoastaan toimialan yritysten suoriin vaikutuksiin. Tapahtumateollisuuden aluetaloudelliset vaikutukset

voidaan jakaa kolmeen osaan. Primäärivaikutukset ovat tapahtumateollisuuden yritysten suoraan aiheuttamat verotulot ja palkkasummat. Sekundääriset vaikutukset kohdistuvat tapahtumateollisuuden ulkopuolisille toimialoille. Tapahtumateollisuuden sekundäärivaikutukset kohdistuvat erityisesti majoitus-, kuljetus- ja ravintolapalveluihin. Tertiääriset vaikutukset muodostuvat alueelle pitkällä aikavälillä. Tertiäärisiin vaikutuksiin kuuluvat alueen imagon paraneminen ja alueen asukkaiden asuinmukavuuden kasvu heidän kysymiensä tapahtumien kulutusmahdollisuuksien johdosta.

Tapahtumateollisuuden vientimahdollisuuksia rajoittaa tapahtumien luonteenomainen paikkasidonnaisuus ja tuotannon työvoimakeskeisyys. Tapahtumateollisuuden tulevaisuuden venti- ja kasvumahdollisuuksien kasvattamiseksi disruptiivinen rahoitus, joka kohdistuu tapahtumateollisuuden skaalautuvuutta ja vientimahdollisuuksia parantaviin innovaatioihin, sisältää suuren potentiaalin. Esimerkkinä tällaisesta innovaatiosta ovat hybriditapahtumat, jotka tapahtuvat osittain internetissä ja osittain fyysisessä paikassa.

Koronapandemian vaikutukset tapahtumatoimialaan ovat huomattavat. Toimialaluokkien mukaan poimittujen tapahtumajärjestäjien liikevaihto laski 24 % vuodesta 2019 vuoteen 2020, eikä liikevaihdon taso ole vielä vuoden 2022 viimeisellä neljänneksellä noussut koronapandemiaa edeltävän vuoden 2019 tasolle. Tapahtumateollisuuden hyvinvoinnille on tärkeää, että poikkeuksellinen koronapandemia ei jäädytä ennen pandemiaa kovassa kasvussa olleen tapahtumateollisuuden kehitystä tuleviksi vuosiksi. Koronapandemiasta johtuvien rajoitusten nyt keväällä 2022 poistuessa tulee tapahtumateollisuuden yrityksille pyrkiä takaamaan mahdollisuus saattaa liiketoimintansa takaisin kestäväälle tasolle. Koronapandemia tarjoaa mielenkiintoisen ja tärkeän jatkotutkimusmahdollisuuden työvoiman siirtymisestä fyysisiin kohtaamisiin perustuvilta toimialoilta, kuten tapahtumateollisuudesta muille toimialoille liiketoiminnan rajoitusten aikana. Tulevaisuuden kannalta on myös arvokasta tutkia ja kehittää toimintatapoja ja käytänteitä näille aloille uusia mahdollisia toimintaa rajoittavia tekijöitä, kuten uusia pandemioita varten.

LÄHTEET

Aguiar, Mark, and Erik Hurst. 2007. "Measuring Trends in Leisure: The Allocation of Time over Five Decades." *The Quarterly Journal of Economics* 122(3):969–1006.

Aku Alanen 2007. Elämyskulutus kiehtoo yhä useampia samasta tuotteesta sekä hyötyä että elämystä. Tieto&trendit-lehti 6/2007

Beyers, William B. 2008. "Cultural and Recreational Industries in the United States." *The Service Industries Journal* 28(3):375–91.

Bowdin, G. A. J. 2010. *Events Management*. Routledge.

Carter, Travis J., and Thomas Gilovich. 2010. "The Relative Relativity of Material and Experiential Purchases." *Journal of Personality and Social Psychology* 98(1):146.

Christel Nummela (2017). Delegaattitutkimus 2016. Finland Convention Bureau. Haettu osoitteesta: https://www.businessfinland.fi/490663/globalassets/julkaisut/visitfinland/tutkimukset/2017/taloustutkimus_fcb_delegaattitutkimus-2016.pdf

Dewhurst, J. Frederick. 1947. *America's Needs and Resources*. New York: The Twentieth Century Fund. Inc.

Donald Getz and Stephen J. Page. 2016. *Event Studies : Theory, Research and Policy for Planned Events*. Vol. Third edition. Abingdon, Oxon: Routledge.

Jyrki Ali-Yrkkö, Mika Pajarinen ja Petri Rouvinen, Etlatieto Oy (2015). Yksityiset palvelut kasvun lähteenä? Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 12/2015

Kasvun paikka - Helsingin kaupunkistrategia 2021–2025. Haettu osoitteesta: <https://www.hel.fi/static/helsinki/Kaupunkistrategiaesitys29092021.pdf>

Katja P. & Eva-Maria H. (2009). Suomalaisten kulttuuritapahtumien matkailullinen merkittävyys ja kansainvälinen potentiaali. Matkailualan opetus- ja tutkimuslaitos, Itä-Suomen yliopisto. MEK A:166

Kaupunkistrategia Oulu 2030.
 Saatavilla: <https://www.ouka.fi/documents/52058/29767354/KaupunkistrategiaOulu2030.pdf/7f68f04d-a60d-4b1e-843c-a85de771d723>

Kilpeläinen P., Kostiainen E. & Laakso S. (2012). Kaupungissa tapahtuu - Tapahtumaklusteri ja tapahtumien vaikutukset Helsingissä. Helsingin kaupungintalous- ja suunnittelukeskus.

Milla W, Thomas W & Annika L. (2020) Tapahtumateollisuuden toimialatutkimusosa 2: Haettu osoitteesta: https://www.tapahtumateollisuus.fi/wpcontent/uploads/2020/09/Tapahtumateollisuuden-toimialaraportti-2020_osa2_high.pdf

Pine, B. Joseph, and James H. Gilmore. 1998. "Welcome to the Experience Economy."

Pine, B. Joseph, and James H. Gilmore. 2011. *The Experience Economy*. Harvard Business Press.

Pohjola Matti (2014) Taloustieteen oppikirja (7.–10. painos). Helsinki: Sanoma Pro Oy

Siu, Ricardo CS. 2018. "Institutional Change and the Evolution of the World Leisure Industries." *Journal of Economic Issues* 52(2):378–86.

Statistics Norway: Time use survey. Saatavilla: <https://www.ssb.no/en/kultur-og-fritid/statistikker/tidsbruk>

Suomen virallinen tilasto (SVT): Alueellinen yritystoimintatilasto [verkkajulkaisu]. ISSN=2342-6241. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 29.3.2022]. Haettu osoitteesta: <http://www.stat.fi/til/alyr/index.html>

Suomen virallinen tilasto (SVT): Ajankäyttö [verkkajulkaisu]. ISSN=1799-5639. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 10.8.2020]. Haettu osoitteesta: <http://www.stat.fi/til/akay/tau.html>

Suomen virallinen tilasto (SVT): Kotitalouksien kulutus [verkkajulkaisu]. ISSN=1798-3533. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 27.4.2022]. Haettu osoitteesta: <http://www.stat.fi/til/ktutk/index.html>

Suomen virallinen tilasto (SVT): Tulonjakotilasto [verkkajulkaisu].
ISSN=1795-8121. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 6.5.2022].
Haettu osoitteesta: <http://www.stat.fi/til/tjt/yht.html>

Taloustutkimus Oy (2013). Oulun tapahtumat 2013 Kävijäkyselyt. Haettu osoitteesta:
https://www.ouka.fi/c/document_library/get_file?uuid=dda602b3-3a76-4efd-81fc-7fc9486b35db&groupId=6281062

Työ- ja elinkeinoministeriö (2020). Korona tilannekuva. Haettu osoitteesta
<https://tem.fi/documents/1410877/16402203/TEM+tilannekuva+5.10.2020.pdf/420e0642-d06f-8a64-aa61-f2f9247b25cc?t=1602221180598>

Vainu.io tietokanta. Verkkolinkki: <https://www.vainu.com/fi/> [Haettu: 29.5.2020]

Vogel, H. L. 2015. "Entertainment Industry Economics: A Guide for Financial Analysis." *Entertainment Industry Economics: A Guide for Financial Analysis*. (Ed. 9).

LIITTEET

Liite 1

Kansallisen kulutusluokituksen vapaa-ajan kulutusluokat

- A09 Kulttuuri ja vapaa-aika
- A091 Audiovisuaaliset laitteet ja tietokoneet
- A0911 Äänen ja kuvan tallennuslaitteet (KS)
- A09111 Äänen tallennus- ja toistolaitteet
- A0911101 Radiot ja virtinvahvistimet
- A0911102 CD-soittimet, nauhurit ym. kiinteällä liitännällä
- A0911103 Isot kannettavat cd-radioyhdistelmät ym.
- A0911104 Kaiuttimet
- A0911105 Stereosarjat ym. yhdistelmälaitteet
- A0911106 Henkilökohtaiset mukana kuljetettavat minilaitteet
- A0911107 Radion, nauhurin ym. osat ja tarvikkeet
- A0911108 E-kirjan lukulaitteet
- A09112 Televisiot, digiboksit ym. kuvantoistolaitteet
- A0911201 Televisiot ja digisovittimet
- A09112S1 DVD-laitteet, kotiteatterit ja videonauhurit
- A0911203 Satelliittiantennit
- A0912 Valokuvaus- ja videointilaitteet ym. (KS)
- A09121 Valokuva- ja videokamerat, projektorit ym.
- A0912101 Digi- ym. kamerat ja oheislaitteet
- A0912102 Videokamerat ja oheislaitteet
- A09122 Kiiarit, mikroskoopit ja navigaattorit
- A0912201 Kiiarit, mikroskoopit ja navigaattorit
- A0913 Tietojenkäsittelylaitteet
- A09131 Tietojenkäsittelylaitteet
- A0913101 Mikrotietokoneet ja oheislaitteet
- A0913102 Tietokoneohjelmat
- A0913103 Kirjoitus- ja laskukoneet, taskulaskimet
- A0913104 Tietokoneiden ym. osat ja lisätarvikkeet
- A0914 CD- ja DVD-levyt, filmit, videonauhat ym. (PKS)
- A09141 CD- ja DVD-levyt, filmit, videonauhat ym.
- A0914101 Filmit ja muut valokuvaustarvikkeet
- A09141S1 CD- ja äänilevyt, netistä ladattu musiikki
- A0914104 Äänitetyt kasetit ja nauhat
- A0914105 Äänittämättömät kasetit ja nauhat
- A09141S2 DVD-levyt ja videokasetit
- A0915 Televisioiden, tietokoneiden ym. korjaus
- A09151 Televisioiden, tietokoneiden ym. korjaus
- A09151S1 Televisioiden, tietokoneiden ym. korjaus

A092 Muut suuret vapaa-ajan välineet
A0921 Muut suuret vapaa-ajan välineet
A09211 Soittimet
A0921101 Pianot, viulut, huilut ym. soittimet ja korjaus
A09212 Urheilun ja vapaa-ajan suuret välineet
A0921201 Matkailu- ja perävaunut, varaosat ja tarvikkeet
A0921202 Moottori- ja purjeveneet
A0921203 Soutuveneet, kanootit, purjelaudat ym.
A09212S1 Veneiden moottorit, varusteet ja tarvikkeet
A0921206 Kuntopyörät, soutulaitteet ym.
A0921207 Muut suuret harrastusvälineet ja hevoset
A0922 Suurten vapaa-ajanvälineiden korjaus
A09221 Suurten vapaa-ajanvälineiden korjaus
A0922101 Suurten vapaa-ajanvälineiden korjaus
A093 Muut virkistys- ja harrastusvälineet
A0931 Lelut, pelit ja urheiluvälineet
A09311 Pelit, lelut ja harrastusvälineet
A09311S1 Leikkikalut, pelikoneet ja niiden pelit
A0931103 Seura- ja elektroniikkapelit, pelikortit
A0931104 Askartelu- ja keräilytarvikkeet
A0931105 Joulukoristeet, ilotulitusvälineet ym.
A09312 Urheilu-, retkeily- ja ulkoiluvälineet
A0931201 Luistimet ja muut jääurheiluvälineet
A0931202 Murtomaa- ja rullasukset, siteet ja sauvat
A0931203 Lasketteluvälineet
A0931204 Palloiluvälineet
A09312S1 Muut urheilu- ja kuntoiluvälineet
A0931207 Urheilutarvikkeet
A0931208 Kalastus- ja metsästysvälineet
A0931209 Kalastus- ja metsästystarvikkeet
A0931210 Teltat, makuupussit, rinkat ym. retkeilyvälineet
A0931211 Retkeilytarvikkeet
A0931212 Urheilujalkineet
A0931213 Urheiluvälineiden huolto ja korjaus
A0932 Kasvit, multa ja lannoitteet
A09321 Kasvit, multa ja lannoitteet
A0932101 Leikkokukat ja hautavihot
A0932102 Huonekasvit ja niiden sipulit
A0932103 Kukkamulta ja huonekasvien lannoitteet
A0932104 Puutarhakasvien taimet ja siemenet
A0932105 Turve, puutarhamulta ja -lannoitteet
A0932106 Kukkaruukut, ruukunaluset ja amppelit
A0932107 Tekokukat ja joulukuuset
A0933 Lemmikkieläimet

A09331 Lemmikkieläimet
A0933101 Koirat, kissat ja muut lemmikkieläimet
A09331S1 Lemmikkieläinten ruoat
A0933104 Lemmikkieläinten tarvikkeet ja lääkkeet
A094 Kulttuuri- ja vapaa-ajan palvelut
A0941 Urheilu- ja vapaa-ajan palvelut
A09411 Urheilu- ja vapaa-ajan palvelut
A0941101 Urheilukilpailut, ravit ja niiden kausikortit
A0941102 Tanssit, diskot ja iltamat
A0941103 Huvipuistot, sirkus, tivoli, puuhapaikat ym.
A0941104 Uimahallit, hiitohissit, pelivuorot ym.
A0941105 Venepaikan vuokra
A0941106 Muiden harrastusvälineiden vuokra
A09411S1 Harrastuksiin liittyvät kurssit ja leirit
A09411S2 Liikunta-, tanssi- ja ratsastustunnit
A09411S3 Muut harrastuksiin liittyvät tunnit
A0942 Kulttuuripalvelut
A09421 Elokuvat, teatteri ja konsertit
A0942101 Teatteri, ooppera ja konsertit
A0942102 Kausi- ja sarjaliput teatteriin ym.
A0942103 Elokuvat ja elokuvakerhot
A09422 Museot, eläinpuistot, messut ym.
A0942201 Museot, taidenäyttelyt, eläinpuistot ym.
A0942202 Messut, maatalousnäyttelyt ym.
A09423 TV-luvat, katselumaksut, videovuokrat ym.
A0942301 Televisiolupa
A0942302 Maksullisten tv-kanavien katselumaksut
A0942303 DVD-elokuvien, television ym. vuokra
A09424 Muut kulttuuri- ja vapaa-ajan palvelut
A0942401 Eläinlääkäri ja muut lemmikkieläinpalvelut
A0942402 Valokuvien kehitys, joulupukki, opas ym.
A0943 Rahapelit
A09431 Rahapelit
A0943101 Veikkaus, Lotto, V5, Jokeri ym.
A0943102 Arvat
A0943103 Bingo ja Toto
A0943104 Ajanvieteaunomatit
A095 Kirjat ja lehdet
A0951 Kirjat
A09511 Kirjat
A09511S1 Oppikirjat, tietokirjat ja tietokirjasarjat
A0951103 Romaanit, novellit ja runot
A0951104 Kaunokirjallisuussarjat
A0951105 Lasten ja nuorten kirjat

A0951106 Kirjat erittelemättä
A0952 Sanoma- ja aikakauslehdet
A09521 Sanoma- ja aikakauslehdet
A09521S1 Sanomalehdet
A09521S2 Aikakauslehdet
A09521S3 Sarjakuvalehdet
A0953 Muut painotuotteet
A09531 Muut painotuotteet
A0953101 Julisteet ja painokuvat ym.
A0953102 Posti- ja onnittelukortit, adressit
A0953103 Kalenterit, kartat ym. painotuotteet
A0954 Kirjoitus- ja piirustustarvikkeet
A09541 Kirjoitus- ja piirustustarvikkeet
A0954101 Kynät, liidut, tussit ym.
A0954102 Kirjoituspaperi ja kirjekuoret ym.
A0954103 Muut kirjoitus- ja piirustustarvikkeet
A0954104 Klemmarit, nitojat, kansiot, muovitaskut
A096 Valmismatkat
A0961 Valmismatkat
A09611 Valmismatkat
A0961101 Valmismatkat Suomessa
A0961102 Kiertoajelut, päivän teatteri- ja urheiluretket ym.
A09611S1 Valmismatkat ja risteilyt ulkomaille