

Pesonen Sari

TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN

Case: Auttaja 2016 -messut

Liiketalouden koulutusohjelma

2016

TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN

Case: Auttaja 2016 -messut

Pesonen, Sari
Satakunnan ammattikorkeakoulu
Joulukuu 2016
Ohjaaja: Leena Sääski
Sivumäärä: 47
Liitteitä: 1

Asiasanat: tapahtuma, tapahtumamarkkinointi, tapahtuman järjestäminen

Tämä opinnäytetyö on toiminnallinen opinnäytetyö. Opinnäytetyön työstämisen aikana toteutettiin Auttaja 2016 -messut, joiden tavoitteena oli yhdistää alueen hyväntekeväisyystoimijat ja lisätä niiden välistä yhteistyötä, luoda uusia verkostoja, saattaa yleisö tietoiseksi Salon alueen hyväntekeväisyystoiminnasta sekä rekrytoida mahdollisesti uusia vapaaehtoistyöntekijöitä messuilla mukana olleille näytteilleasettajille.

Tutkielman teoreettinen osa nojautuu vahvasti lakien sekä asetusten tulkitsemiseen ja siinä käsitellään tapahtuman järjestämisen eri vaiheita, siihen liittyvää lainsäädäntöä, käytännön toteutusta ja jälkitoimia. Empiirisessä osiossa tutkimuksen teoreettista osuutta tulkitaan käytännössä. Empiiriseen osaan kuuluu itse tapahtuma ja tutkimus, joka suoritettiin kyselynä messujen aikana. Tutkimuksen aiheena oli selvittää: 1) Mitä kaikkea tulee ottaa huomioon järjestämisvaiheessa, jotta tapahtuma olisi mahdollisimman onnistunut 2) Mitkä lait ja asetukset tulee ottaa huomioon järjestettäessä tämän kaltaista tapahtumaa 3) Onko tämän tyyppiselle verkostoitumis- ja informaatiotapahtumalle tarvetta 4) Saavutetaanko tämän kaltaisella tapahtumalla niin laaja-alaista verkostoitumista, kuin mikä on tavoitteena.

Auttaja 2016 -messut järjestettiin Salossa 8.10.2016 klo 11.00 - 16.00 välisenä aikana. Messuille osallistui 122 näytteilleasettajaa ja kaikille jaettiin kyselylomake tapahtuman aikana. 102 näytteilleasettajaa vastasi kyselyyn ja vastauksista koottiin yhteenveto, jonka pohjalta tehtiin kehitysehdotuksia tulevia tapahtumia silmällä pitäen. Tutkimuksen tulos osoitti, että tämän kaltaisen tilaisuuden järjestämiselle on tarvetta myös tulevaisuudessa ja kertoi sen, miten näytteilleasettajat kokivat hyötyneensä osallistumisesta messuille. Vastauksista kävi myös ilmi toiveet ja tarpeet tapahtuman kehittämiseksi tulevina vuosina.

EVENT ARRANGEMENT

Case: Auttaja 2016 -fair

Pesonen, Sari

Satakunta University of Applied Sciences

December 2016

Supervisor: Leena Sääski

Number of pages: 47

Appendices: 1

Matter word: event, event marketing, event arrangement

This thesis is a functional thesis. When processing this thesis, the Auttaja 2016 -fair took place. The goal of the fair was to combine the charity organizations in Salo area, reinforce their cooperation, create new networks, increase awareness of the audience concerning the local charity activities and possibly recruit new volunteers for the exhibitors.

The theoretical part of this thesis is strongly leaning against interpreting the law and its settings concerning of organizing this kind of event: different phases in the process; like practical achievement also including the secondary actions after the fair. In the empirical part of the thesis the theoretical part of the research is being interpreted in practice. The empirical part consists of the event itself and the research which was executed at the fair. In this research the meaning was to clarify: 1) What should be taken into consideration when organizing the event in order to make it successful 2) Which laws and settings need to be taken into consideration when organizing an event like this 3) Is there a need for this kind of networking and information event 4) Is wide enough networking achieved by organizing events like this

The Auttaja 2016 -fair took place in Salo on 8th of October 2016 between 11 a.m. – 4 p.m. All together 122 exhibitors took part to the fair and the questionnaire was dealt to all of them. 102 exhibitors returned the questionnaire and a summary was put together on the basis of the answers. In view of the future events some development proposals based on the summary were presented. The result of the research showed that there is a need for these kind of events also in the future. The feedback revealed how the exhibitors experienced the benefit of attending the happening and disclosed the hopes and needs in order to improve the event in the coming years.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	7
1.1	Opinnäytetyön rakenne	7
1.2	Toiminnallinen opinnäytetyö ja opinnäytetyöprosessi	8
1.3	Toimeksiantajan esittely	10
2	TAPAHTUMA JA TAPAHTUMAN SUUNNITTELU.....	11
2.1	Tavoite ja kohderyhmä	13
2.2	Paikka, ajankohta ja kesto.....	14
2.3	Budjetti ja yhteistyö muiden toimijoiden kanssa.....	15
2.4	Markkinointi	16
2.5	Riskien kartoitus, arviointi ja hallinta.....	18
3	YLEISÖTILAISUUTTA KOSKEVAT SÄÄDÖKSET JA VASTUUT	19
3.1	Ilmoitus yleisötilaisuuden järjestämisestä poliisille	20
3.1.1	Poliisin oikeus lisäselvitykseen.....	21
3.1.2	Poliisin oikeus vaatia vastuuvakuutusta ja vakuutusturva tapahtumissa	21
3.1.3	Poliisin oikeus kieltää yleisötilaisuuden järjestäminen.....	22
3.2	Kokoontumistilan enimmäishenkilömäärien vahvistaminen.....	22
3.3	Elintarvikkeiden myynti, valmistaminen ja tarjoilu	23
3.4	Suuren yleisötapahtuman hygieeniset järjestelyt sekä jätehuolto.....	24
3.5	Turvallisuus- ja pelastussuunnitelman laatiminen.....	25
3.6	Järjestyksen ja liikenteen valvonta	26
3.7	Muut huomioon otettavat asiat	27
3.7.1	Tupakointi	27
3.7.2	Ensiapu	28
3.7.3	Löytötavarat	28
4	AUTTAJA 2016 -MESSUJEN SUUNNITTELU, TOTEUTUS JA JÄLKITOIMENPITEET	29
4.1	Tapahtuman suunnittelu Auttaja 2016 -messut	29
4.2	Tapahtuman toteutus Auttaja 2016 -messut.....	33
4.3	Arviointi.....	35
4.4	Jälkitoimenpiteet.....	41
4.4.1	Jälkimarkkinointi	41
4.4.2	Yhteenveto ja palautepalaveri	42
5	JOHTOPÄÄTÖKSET	43
	LÄHTEET.....	46-47
	LIITTEET.....	48

SYMBOLI- JA TERMILUETTELO

ASIAKASKOKEMUS	Asiakkaan henkilökohtainen, subjektiivinen kokemus organisaatiosta, tapahtumasta tai tuotteesta johon vaikuttaa mielikuvat ja tunteet joita asiakkaalle on kertynyt.
BUDJETTI	Talousarvio ts. laskelma jossa on arvioitu jonkun tietyn tapahtuman tai ajankohdan tulot ja menot.
ELY	Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus
EVIRA	Elintarviketurvallisuusvirasto
KVANTITATIIVINEN TUTKIMUS	Määrällinen tutkimus. Määrällisen tutkimuksen havaintoaineiston keruumenetelmiä voivat olla esimerkiksi haastattelu tai kirjekysely. Määrällinen tutkimusmenetelmä sopii suuria ihmisryhmiä kartoittaviin tutkimuksiin. Sen avulla ei saada yksittäistapauksista kattavaa tietoa. Määrällisessä tutkimuksessa käytetään usein tilastollisia malleja.
LUPAPÄÄTÖS	Poliisin eli yleisötilaisuuksien lupaviranomaisen tekemä päätös, jossa tilaisuuden järjestäjän tapahtumailmoitukseen ja siihen liittyviin lisäselvityksiin perustuen annetaan lupa järjestää yleisötilaisuus tietyin ehdoin. Poliisi voi myös päätöksessään kieltää tapahtuman järjestämisen.
PALAUTE	Kirjallisesti tai suullisesti sidosryhmiltä kerätty informaatio tapahtumasta, joka analysoidaan. Näitä tuloksia verrataan tavoitteeseen ja niitä hyödynnetään tulevaisuuden tapahtumissa.
PELASTUS- SUUNNITELMA	Yleisötilaisuuden järjestäjän tekemä ja pelastusviranomaisen hyväksymä suunnitelma, jossa selvitetään, mi-

ten ehkäistään vaaratilanteiden syntymistä, miten varaudutaan henkilöiden, omaisuuden ja ympäristön suojaamiseen vaaratilanteessa sekä miten varaudutaan omatoimisiin pelastustoimenpiteisiin.

PUNAINEN LANKA

Idea, jonka ympärille tapahtuma rakennetaan. Kulkee läpi tapahtuman suunnittelusta jälkimarkkinointiin.

STM

Sosiaali- ja terveystieteiden ministeriö

TAVOITE

Etukäteen määritelty idea, jota käytetään tapahtuman jälkeen mittarina siitä, ollaanko onnistuttu.

TEEMA

Lähtökohta, joka pitää tapahtuman koossa. Teeman tulee kulkea mukana tapahtumaa luodessa alkusuunnittelusta jälkimarkkinointiin saakka.

TOIMINNALLINEN

OPINNÄYTETYÖ

Ammattikorkeakoulussa toteutettu opinnäytetyö jossa opiskelija tuottaa esimerkiksi tapahtuman tai toiminnan ja kirjoittaa sen pohjalta työnsä.

TURVALLISUUS-
SUUNNITELMA

Yleisötilaisuuden järjestäjän tekemä laaja kokonaisuus, jossa määritellään kaikki turvallisuuteen liittyvät asiat, mm rikosten torjunta ja järjestyksen valvonta sekä selvitetään muut toiminnan riskitekijät ja niihin ennalta varautuminen. Pelastussuunnitelma liitetään yleensä osaksi turvallisuussuunnitelmaa ja kokonaisuus esitetään lupaviranomaiselle eli kyseisen kihlakunnan poliisille.

1 JOHDANTO

1.1 Opinnäytetyön rakenne

Opinnäytetyössä käsitellään tapahtuman järjestämistä ja niitä kaikkia osa-alueita joita tapahtuman luomiseen alusta alkaen olennaisesti kuuluu. Opinnäytetyö jakautuu sekä teoreettiseen, että toiminnalliseen osuuteen. Teoreettinen osuus keskittyy tapahtuman suunnitteluun, sekä niihin lakeihin ja asetuksiin, joita tulee ottaa koko projektin aikana huomioon. Toiminnallinen osuus koostuu itse Auttaja 2016 -messutapahtumasta, sekä asiakastytyväisyyskyselystä. Tutkimusmenetelmäksi on valittu määrällinen menetelmä, koska se sopii hyvin suuria ihmisryhmiä kartoittavaan tutkimukseen. Vaikka tutkimusmenetelmän avulla ei saada yksittäistapauksista kattavaa tietoa, voidaan sen avulla tarkastella tapahtuman onnistuneisuutta siinä mittakaavassa, että saadaan vastaukset opinnäytetyössä esitettyihin ongelmiin.

Opinnäytetyössä on tavoitteena kuljettaa punaista lankaa työn alusta loppuun asti niin, että lukijalle avautuu kokonaiskuva tämän kaltaisen tapahtuman järjestämisestä. Ensimmäinen luku kertoo lukijalle työn taustasta ja toimeksiantajasta, sekä johdattelee lukijan työhön. Toisessa luvussa keskitytään tapahtuman suunnitteluun ja sellaisiin tekijöihin, jotka suunnitteluvaiheessa tulee ottaa huomioon. Kolmannessa luvussa keskitytään tapahtumaan liittyviin lakeihin ja asetuksiin, jotka tämän kaltaisen tapahtuman taustalla vaikuttavat. Luvussa on jätetty käsittelemättä sellaiset lait ja asetukset, jotka eivät suoranaisesti kuulu juuri tämän kaltaisen tapahtuman suunnitteluun. Tällaisia olivat esimerkiksi anniskeluasiat, sekä Teostolle maksettavat korvaukset. Neljäs luku on empiirinen ja käsittelee Auttaja 2016 -messujen suunnitteluvaihetta, toteutusta ja jälkitoimenpiteitä. Tässä luvussa on käytetty alkupään teoriaosuutta ohjenuorana messujen toteuttamiseen. Luvussa on analysoitu messuilla näytteilleasettajille jaettu kyselylomake, jossa mukana olevat messutoimijat pohtivat tapahtuman onnistumista ja niistä asioita, joihin toivottaisiin tulevaisuudessa enemmän huomiota. Kyselylomakkeeseen (Liite 1) vastasi Auttaja 2016 -messuilla mukana olleista 122 näytteilleasettajista 102 kappaletta. Viidennessä luvussa pohditaan, ollaanko tavoitteisiin päästy? Kuinka tapahtuma sujui ja missä olisi parantamisen varaa? Samalla viides luku kasaa kokoon työn ja esittelee analyysin ja oman pohdinnan opinnäytetyön onnistumisesta

ja siitä, onko kaikkiin mahdollisiin ennalta esitettyihin kysymyksiin saatu vastaus työn aikana? Työstä on jätetty tarkoituksella pois liitteet haetuista luvista, sillä ne sisälsivät henkilökohtaisten tietojen lisäksi myös yhdistyksen salassapitovelvollisuuden alaisia tietoja.

Opinnäytetyön tavoitteena on tehdä Anna Tukesi ry:lle sellainen työ, joka kasaa yhteen tämänkaltaisen messutapahtuman järjestämisen alkusuunnittelusta jälkitoimenpiteisiin. Työn ei ole tarkoitus olla yleisesti käytettävä käsikirja yhdistyksen kaikkiin tapahtumiin, vaan ainoastaan ohjenuoraksi juuri tämän tyylliseen tapahtumaan. Mikäli tapahtuma koetaan onnistuneeksi, on siitä tarkoituksena luoda jokavuotinen tapahtuma.

1.2 Toiminnallinen opinnäytetyö ja opinnäytetyöprosessi

Toiminnallinen opinnäytetyö on työelämässä järjestettävä toiminnan kehittämiseen, ohjeistamiseen, järjestämiseen tai asian järjeistämiseen luotu opinnäytetyö ja sillä yleensä on toimeksiantaja. Toiminnallinen osio muodostaa yhdessä kirjallisen raportoinnin kanssa yhtenäisen kokonaisuuden jota kutsutaan toiminnalliseksi opinnäytetyöksi. (Vilka & Airaksinen 2004, 51.) Tällaisella menetelmällä luotu opinnäytetyö voi olla myös projekti joka toteutetaan, kuten Auttaja 2016 -messut olivat.

Tavoitteena on määritellä alusta asti tapahtuman järjestämiseen liittyvät toimenpiteet, huomioon otettavat asiat jo suunnitteluvaiheessa, sekä kehittää omaa ammatillista osaamista käytännössä. Työ on pyritty rakentamaan alusta alkaen siten, että se hyödyntää, sekä tähän asti opittuja asioita, mutta myös samalla jatkoa varten tämän kaltaisten tapahtumien järjestämistä. Työssä on tavoitteena antaa toimeksiantajalle tulevaisuuteen yhteenveto siitä, miten koko tapahtuman järjestämisen prosessi toimii. Pääkysymykset työssä ovat: Mitä tulee ottaa huomioon tapahtumaa järjestettäessä, jotta saadaan aikaan onnistunut tapahtuma? Mitkä lait ja asetukset liittyvät tämän kaltaisen tapahtuman järjestämiseen? Onko tämän tyylliselle verkostoitumis- ja informaatiotapahtumalle mahdollisesti tarvetta? Ja saavutetaanko tämän kaltaisella tapahtumalla niin laaja-alaista verkostoitumista, mikä tavoitteena on? Opinnäytetyö etenee loogisesti ja näihin kysymyksiin pyritään vastaamaan työn edetessä.

Toiminnallisen opinnäytetyön taka-ajatuksena oli kehittää tulevaisuudessa Auttaja messu tapahtumaa, josta on tavoitteena tulla jokavuotinen verkostoitumis- ja informaatiotapahtuma hyväntekeväisyysalan sektorilla. Tämän opinnäytetyön avulla pysytään tulevana vuosina kehittämään tapahtumaa, mikäli palautteiden mukaan tälle nähdään tarvetta. Olen pyrkinyt noudattamaan tapahtumaprosessissani kolmea vaihetta ja rakentamaan opinnäytetyöni näiden vaiheiden pohjalle. Nämä prosessit ovat määritelty (Vallo & Häyrynen 2016, 189) mukaan tapahtuman suunnitteluun, sen toteutukseen ja jälkitoimenpiteisiin. Nämä tekijät ovat punaisena lankana työssä taustalla.

Opinnäytetyön kehityskaari alkoi vuoden 2015 lopulla, ajatuksesta minkälainen tapahtuman tulisi olla, jotta sillä saataisiin yhdistettyä eri hyväntekeväisyysalalla toimivia tahoja. Olen toiminut vapaaehtoisena työntekijänä reilusti yli kymmenen vuotta erilaisissa hyväntekeväisyysjärjestöissä ja havainnut, että kaikkia näitä hyväntekeväisyysalalla toimivia yhdistää samankaltainen ongelma – ei tiedetä mitä avustusmuotoja muilla saman alueen toimijoilla on tarjolla. Ongelmasta ovat myös monet hyväntekeväisyyden parissa toimivat järjestöjen edustajat ilmaisseet huolensa, sillä jatkuvasti muuttuva yhteiskunnallinen tilanne luo paineita ja vaatii sektorirajoja ylittävää yhteistyötä tulevaisuudessa huomattavasti enemmän. Kunnat vierittävät kolmannelle sektorille koko ajan enemmän laissa määriteltyjä tehtäviä ja paineita toteuttaa eri palvelumuotoja vähin varoin. Nämä erinäiset tekijät toimivat yhdessä alkusysäyksenä messuajatokselle. Kokonaisuudessaan alkusuunnitteluun ja hahmotteluvaiheeseen kului reilu kuusi kuukautta. Kun hahmotelma oli valmis, oli seuraava etappi pohtia yhteistyötahoja, joiden kanssa tapahtumaa lähdetäisiin toteuttamaan. Salon seudun koulutuskuntayhtymä tuntui hyvältä vaihtoehdolta yhteistyökumppaniksi, sillä oppilaitos tarjoaa koulutusta 35 eri osaamisalalle.

Kontaktin ottamisen näytteilleasettajiin aloitettiin toukokuussa 2016. Ensisijaisesti tavoitteena oli ensiksi saada mukaan suurempia yhdistyksiä ja sellaisia toimijoita, jotka toivottiin mukaan edustamaan messuille. Siitä eteenpäin ajatus oli, että messuille saataisiin mahdollisimman kattava kokonaisuus ja mukana olevat näytteilleasettajat olisivat sellaisia, jotka hyötyisivät verkostoitumisesta toistensa kanssa. Messupaikkoja

suunniteltaessa tällaiset mahdolliset tulevaisuuden yhteistyökumppanit pyrittiin sijoittamaan vierekkäin.

Suunnitteluvaiheen jälkeinen toteutusvaihe sujui hyvinkin nopeasti. Alkupäässä tehty hyvä suunnittelutyö antoi pohjan onnistuneelle tapahtumalle, sillä kaikki mahdolliset riskitilanteet oli pyritty jo suunnitteluvaiheessa kartoittamaan kattavasti.

Jälkitoimenpiteet suunniteltiin jo alkuvaiheessa, joten niiden toteuttaminen oli looginen jatkumo koko projektin työstämiseen. Messujen aikana toteutettiin asiakaskysely, johon vastasivat mukana messuilla olleet näytteilleasettajat. Kyselylomakkeet jaettiin osallistujille henkilökohtaisesti ja samalla kyseltiin heidän päivän kuulumisiaan. Yhteensä mukana oli 122 näytteilleasettajaa, joista kyselylomakkeen palautti 102 kappaletta. Uskon, että näin korkea vastausprosentti (noin 84 %) saavutettiin sillä, että kyselylomakkeet jaettiin jokaiselle näytteilleasettajalle henkilökohtaisesti. Tavoitteena kyselyllä oli saada tietoa siitä, miten mukana olevat näytteilleasettajat tunsivat hyötyneensä tapahtumasta, mutta myös samalla siitä, miten tapahtumaa voitaisiin tulevaisuudessa kehittää.

Vaikkakaan työssä ei pystytä tarkastelemaan todenmukaisesti sitä onnistuttiinko luomaan verkostoja, joiden avulla tulevaisuudessa tehdään yhteistyötä, pystytään annetuista palautteista kuitenkin koostamaan jonkinnäköinen hahmotelma tästä ajatuksesta. Palautteen avulla pystytään toteamaan tämän hetkinen tilanne hyvinkin realistisella tasolla. Vuoden 2017 alussa tullaan toteuttamaan uusi kysely mukana olleilta näytteilleasettajilta, jossa kartoitetaan, syntyikö messujen ansiosta toimivaa yhteistyötä eri hyväntekeväisyysalalla toimivien yhdistysten ja yritysten välillä?

1.3 Toimeksiantajan esittely

Anna Tukesi ry on Salolainen hyväntekeväisyisyhdistys, joka on perustettu vuoden 2014 alussa. Yhdistys on rekisteröitynyt viralliseksi toimijaksi helmikuussa 2015. Vaikkakin Anna Tukesi ry:n päätehtävä on toimia avustavana organisaationa köyhille ja syrjäytyneille, se pyrkii omalla toiminnallaan kuitenkin edistämään muiden alalla

toimivien hyvää tekevien tahojen keskinäistä yhteistyötä. (Anna Tukesi www-sivut; Lehtinen 2016.)

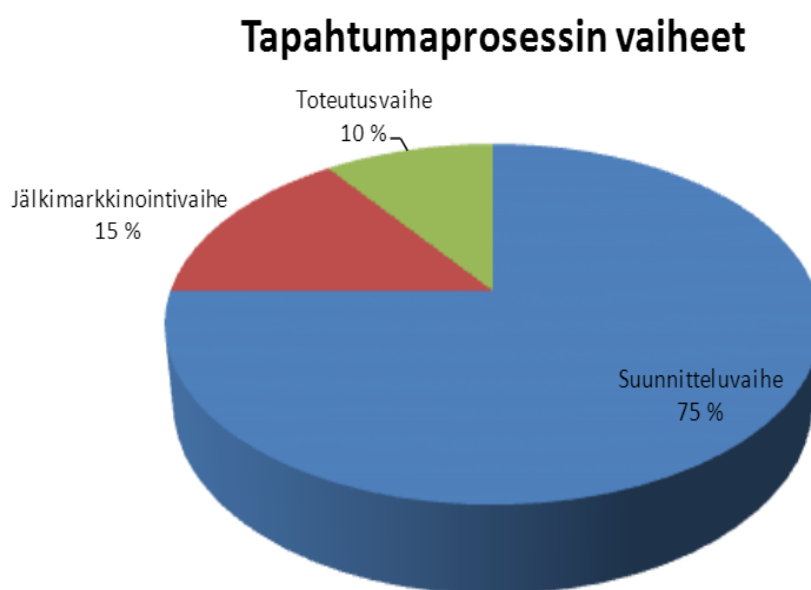
Anna Tukesi ry on tehnyt kahden vuoden ajan yhteistyötä monien Salon alueen yhdistysten kanssa erilaisissa paikallisissa tapahtumissa ja näiden aikana on käynyt ilmi, että yhdistykset ja hyvää tekevät tahot haluaisivat lisätietoa muiden alueen toimijoiden tarjoamista palveluista ja avunsaantimahdollisuuksista. Tämän toiveen perusteella on syntynyt ajatus Auttaja 2016 -messuista, jota nyt tässä työssä lähdetään toteuttamaan käytännössä. (Lehtinen 2016.)

2 TAPAHTUMA JA TAPAHTUMAN SUUNNITTELU

Tapahtumat määritellään tilaisuuksiksi, joissa on aina alku ja loppu. Tapahtumat ovat luonteeltaan väliaikaisia, tiettyyn paikkaan ja aikaan riippuvaisia ja niiden ohjelma ja aikataulu on aina etukäteen määritelty. Tapahtumat kokoavat ihmisiä yhteen jotain tarkoitusta tai merkitystä varten ja niitä voivat järjestää niin yksityiset henkilöt kuin yritykset, yhdistykset ja julkinen sektorikin. Tapahtumat ovat perusluonteeltaan usein hyvin moniulotteisia ja koska niitä tehdään ihmiseltä- ihmiselle, tulee huomioida, ettei kahta täysin samanlaista tapahtumaa koskaan pystytä järjestämään. Perusraamit tapahtumaan voivat olla samankaltaiset, mutta tapahtuman henkeä ei koskaan pystytä kupoimaan, koska siihen vaikuttavat tapahtumassa mukana olevien henkilöiden subjektiivinen kyky kokea eritavoin asioita. (Vallo & Häyrinen 2016, 167, 291; Getz 2007, 18–19.)

Ennen suunnittelun aloitusta pohditaan; millainen tilaisuus halutaan järjestää? Kenelle tilaisuus suunnataan? Mistä tekijöistä tapahtumaprosessi koostuu? ja miten paljon suunnitteluvaiheelle ja muille vaiheille tulisi ajatella aikaa kuluvan? Pisin ja aikaa vievin vaihe on suunnitteluvaihe joka voi viedä useita kuukausia, jopa vuosia, tapahtuman laajuudesta riippuen. Onkin sanottu, että kunnollista tapahtumaa tulee suunnitella ainakin kaksi kuukautta, jotta siitä saadaan tehtyä onnistunut tapahtuma. (Vallo & Häyrinen 2016, 158.)

Alapuolella olevassa kuviossa (Kuvio 1) on määritelty tapahtumaprosessin eri vaiheet. Kuviosta voidaan nähdä, että suunnitteluvaiheeseen on ajateltu kuluvan 75 % ajasta, itse toteutukseen 10%, sekä jälkimarkkinointiin 15 %. Yhteenvedona kuviosta voidaan tulkita, että suunnitteluvaiheelle kannattaa varata mahdollisimman paljon aikaa. Tällä tavoin tapahtumasta saadaan mahdollisimman toimiva kokonaisuus. (Vallo & Häyri- nen 2003, 178.)



Kuvio 1. Tapahtumaprosessin vaiheet (Vallo & Häyri- nen 2003, 178.)

Tapahtuman järjestämisessä tulee ottaa huomioon lakien ja asetusten lisäksi myös tapahtuman moniulotteisuus. Kukaan ei pysty täysin ennalta arvaamaan tapahtumassa esiintyviä muuttuvia tekijöitä, koska jokainen tapahtuma on erilainen. Tämän vuoksi on tärkeää antaa aikaa suunnittelutyölle, jotta pystytään mahdollisimman hyvin kartoittamaan mitkä tekijät tapahtumaan voivat vaikuttaa? ja miten nämä tekijät vaikuttavat toisiinsa? Yhden päivän tapahtuman taustalla voi olla useiden vuosien suunnittelutyö. Suunnittelu on ajattelutyötä, sillä ennen tapahtumaa on kyettävä ajattelemaan koko tapahtuman kulku alusta loppuun siten, kuin sen haluaisi ideaalitulanteessa sujuvan. Tällä tavoin saadaan huomioitua myös mahdolliset riskit, poikkeustapaukset, unohdukset, virheet ja pienet asiat jotka voivat muodostua ongelmaksi, mikäli niitä ei ole ajoissa kartoitettu. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 23; Vallo & Häyri- nen 2016, 191.)

Tapahtuman suunnitteluvaiheeseen kuuluu (Vallo & Häyrynen 2016, 189) projektin käynnistys, resursointi, ideointi, erinäisten vaihtoehtojen tarkistelu, päätökset ja varmistaminen sekä käytännön organisointi. Ennen tapahtumaa yksi toimiva tapa on tehdä tapahtumabrief, jonka avulla kootaan yhteen sellaiset perusraamit, joiden sisällä toimitaan tapahtumaa suunniteltaessa. Kunnollinen brief sisältää vastaukset kysymyksiin mitä järjestetään? Kenelle tapahtuma järjestetään? Missä tapahtuma järjestetään? Miksi tapahtuma järjestetään? Miten tapahtuma on tarkoitus toteuttaa? Mitä sillä halutaan viestiä? Sekä millainen on tapahtuman sisältö ja tavoiteltu tunnelma? Tässä kohtaa on hyvä miettiä myös tapahtuman budjetti ja mahdolliset rahoituskeinot valmiiksi. Alkupäässä tehdyllä hyvällä pohjatyöllä ja hyvin suunnitelluilla viitekehyksillä ehkäistään isompia ongelmia, kuten esimerkiksi budjetin ylittämistä. (Vallo & Häyrynen 2016, 159.)

2.1 Tavoite ja kohderyhmä

Ensimmäisenä tapahtuman suunnitteluvaiheessa määritellään tavoite, sillä ilman tavoitetta ei koskaan pystytä objektiivisesti mittaamaan sitä, miten ollaan tapahtumanluonnissa todellisuudessa onnistuttu. Tavoitteen määrittelyssä pohditaan, miksi kyseinen tapahtuma halutaan järjestää? ja mitä tapahtumalla on tavoitteena saavuttaa? Tapahtuma voi luonteeltaan olla monenlainen; se voi olla puhtaasti viihdetapahtuma, organisaation imagoa kohottava tapahtuma, verkostoitumistapahtuma tai suoraan taloudellisen hyödyn saavuttamiseen tähtäävä tapahtuma. Sen vuoksi on hyvä määritellä jo alkuvaiheessa tapahtuman luonne. Suunniteltaessa tapahtumaa voidaan tavoitteet jakaa kahtia; välittömiin ja välillisiin tavoitteisiin. Välittömissä tavoitteissa pyritään saamaan taloudellista hyötyä tapahtumasta, kun taas välillisten tavoitteiden pyrkimyksenä ei ole niinkään saavuttaa taloudellista voittoa, vaan luoda pohjaa suuremmalle taloudelliselle menestykselle mahdollisen sisällön avulla. (Kauhanen ym. 2002, 45.)

Sisällöllisenä tavoitteena on saada luotua kokonaisuus, jossa sisältö muodostuu teemasta, ohjelmasta, asioista sekä esiintyjistä, Jos tapahtumalla ei ole selkeää sisältöä, voi se helposti jäädä ontoksi ja turhaan järjestetyksi tilaisuudeksi. Sen takia onkin tärkeää luoda kokonaisuus, jossa punainen lanka kulkee tapahtuman alusta loppuun asti

tarkoin suunnitellusti. Sisältöä suunniteltaessa tulee tapahtuman tavoite ja kohderyhmä olla keskiössä. Näiden ympärille rakennetaan teemaa ja haluttua viestiä. Sisältöön vaikuttaa luonnollisesti se onko tapahtuma viihde- vai asiatapahtuma vai niiden yhdistelmä. (Vallo & Häyrinen 2016, 233.)

Kohderyhmä voi muodostua suuresta yleisöstä, rajatusta kutsuvierasjoukosta tai avoimesta kutsuvierasjoukosta. Päätaavoitteena on tuntee kohderyhmä tarpeeksi hyvin, jotta osataan tapahtumaa suunniteltaessa luoda oikean-kokoinen ja -näköinen tapahtuma. On tärkeää muistaa, että tapahtumaa ei olla järjestämässä itselle, vaan kohderyhmälle joka on jo ennalta erikseen määritelty. Monesti tapahtumien ydinongelma on juuri siinä, että tapahtumaa on lähdetty luomaan omien mielikuvien ja toiveiden perusteella ja samalla ollaan unohdettu alkuperäinen kohderyhmä, jolle tapahtumaa ollaan oltu luomassa. (Vallo, Häyrinen 2016, 147-148.)

2.2 Paikka, ajankohta ja kesto

Tapahtuman paikka voi olla lähtökohtaisesti mikä tahansa (Vallo & Häyrinen 2016, 167). Kun yleisötilaisuutta järjestetään, tulee etukäteen selvittää ja varmistaa, että suunniteltu paikka on soveltuva kyseiseen tapahtumaan. Huomioitavia seikkoja on toiminnan laadun lisäksi; paikka ja sen sijainti, alueen koko ja sinne mahtuvien henkilöiden enimmäismäärä, liikenneyhteydet sekä paikan tekniset valmiudet sähkön, talousveden ja viemäroinnin suhteen. Esteettömyys ja sen huomioon ottaminen on suunnittelutyössä tärkeä muistaa, sillä tasa-arvon näkökulmasta kaikilla henkilöillä tulee olla mahdollisuus päästä tapahtumaan, vaikka kyky liikkua tai muuten toimia olisikin rajoittunut. Myös lupa-asioita kannattaa pohtia tarkkaan suunnitteluvaiheessa, sillä jos tapahtumapaikka sijaitsee vahvistetussa kaavassa, on sen lupien hakeminen yksinkertaisempaa kuin sellaisen paikan jossa aluevarauksia ei kaavaan ole tehty. Lupa-asioiden kanssa tulee olla myös tarkka siinä, että monissa luvissa on tietynlaiset käsittelyajat ja niitä tulee hakea hyvissä ajoin ennen tapahtumaa. (Lampinen 2011, 36-37; Vallo & Häyrinen 2016, 167.)

Tapahtuman ajankohta ja kesto ovat olennaisessa osassa tapahtumasuunnittelua (Vallo & Häyrinen 2016, 174). Itsessään tapahtuman luonne ja asiakaskunta antavat raamit

tilaisuudelle, mutta jos ajankohta ja kesto ovat pielessä, saattavat nämä seikat supistaa tapahtuman asiakaskuntaa reilusti. Mikäli tapahtuma jota järjestetään, on suuri, kannattaa pyrkiä varmistamaan, ettei samaan aikaan ole kilpailevia tapahtumia. (Kauhanen ym. 2002, 38.)

2.3 Budjetti ja yhteistyö muiden toimijoiden kanssa.

Budjetti ja sen laatiminen, on osa tapahtumaa ja sitä onkin hyvin tärkeä heti alusta alkaen noudattaa. Kun mietitään tapahtumassa kuluva pääomaa, kannattaa käyttää hyväksi aikaisempien samantyylisten tapahtumien järjestämiseen kulunutta budjettia. Näin saadaan aikaiseksi realistinen kuva ja mahdollinen pohja omalle tapahtumabudjetille. Olennainen seikka muistaa tapahtumabudjettia laatiessa on määritelmä siitä, onko tapahtumalla mahdollisesti menojen lisäksi myös tuloja? (Vallo & Häyrinen 2016, 177.)

Suunnitteluvaiheessa kannattaa kartoittaa mahdollisimman tarkasti sellaiset tahot, joiden mukana oloa ja panosta tapahtumassa tarvitaan. Näin saadaan jo heti alussa tarkasteltua erilaisia ideoita ja mahdollisia uusia näkökulmia, jolloin pystytään kasvattamaan tilaisuuden onnistumisprosenttia. Samalla sitoutetaan yhteistyötahoja jo varhaisessa vaiheessa tapahtuman luomiseen ja vastuuseen tapahtuman onnistumisesta. Yhteistyökumppanien jako voidaan jakaa karkeasti; tapahtumapaikan omistajaan, oheistapahtumien järjestäjiin, tavarantoimittajiin, sponsoreihin sekä alihankkijoihin. (Vallo & Häyrinen 2016, 191; Kauhanen ym. 2002, 41.)

Jokaista tapahtumaa toteutettaessa tulisi määritellä ainakin yksi tai useampi vastuuhenkilö, joka valvoo tapahtumassa kaiken sujuvuutta. Henkilön on hyvä olla tietoinen kaikista tapahtumaan liittyvistä asioista, jotta hän pystyy tarvittaessa ohjeistamaan näytteilleasettajia tai yleisöä, mikäli joku asia on jäänyt mahdollisesti epäselväksi. (Vallo & Häyrinen 2016, 199.)

2.4 Markkinointi

Tapahtuman markkinointiin kuuluu sisäinen-, ulkoinen- ja vuorovaikutusmarkkinointi. Kaikista näkyvintä markkinointia on ulkoinen markkinointi ja sen tavoitteena on tähdätä asiakassuhteen syntymiseen, myyntiin ja myynnin edistämiseen.

Vuorovaikutusmarkkinointi on myynti- tai palvelutilanteessa tapahtuvaa henkilökohtaista vuorovaikutusta, jonka tavoitteena on saada potentiaaliset asiakkaat kiinnostumaan yrityksestä, sen tuotteista ja palveluista. (Iiskola-Kesonen 2006, 57.) Tämä markkinointi on messuilla tapahtuva tapahtumamarkkinointi, jonka suorittavat mukana olevat näytteilleasettajat. Jatkuvasti lisääntyvä informaatiotulva on saanut aikaan sen, että yritysten ja muiden mainontaa harjoittavien tahojen viestit joutuvat kilpailemaan jatkuvasti kasvavassa viestitulvassa erottuakseen muista viesteistä. On siirrytty aikakauteen, jossa tapahtumamarkkinointi kasvattaa suuresti jalansijaa. Tapahtumamarkkinoinnissa yhdistyvät sekä markkinointi, että tapahtuma. Tapahtumamarkkinointi luokitellaan toiminnaksi, joka vuorovaikutuksen avulla yhdistää organisaation ja sen tavoittelemat kohderyhmät valitun sisällön, teeman tai tapahtuman äärelle, joka katsotaan toiminnalliseksi kokonaisuudeksi. (Vallo & Häyrinen 2016, 21.) Lehtisen (2016) mukaan tulee myös muistaa, että myös järjestävä taho tekee koko päivän aikana vuorovaikutusmarkkinointia toimiessaan mukana olevien näytteilleasettajatahojen kanssa.

Tapahtumamarkkinoinnin käsite voidaan nähdä kahdella tavalla. Käsitettä voidaan käyttää markkinoidessa tapahtumaa yleisölle, mutta tapahtumamarkkinointia voi myös tulkinnan mukaan olla tapahtuma itsessään. Näin ollen tapahtuma onkin markkinointitilaisuus, jossa organisaatio tapaa vuorovaikutuksellisesti kohderyhmänsä sekä markkinoi tuotettaan tai palveluaan. Messut luetaan tämän perusteella tapahtumaksi, johon ostetaan omalle organisaatiolle piste, jossa toimintaa esitellään. (Vallo 2009, 19.)

Sisäisen markkinoinnin avulla tapahtuma ja sen tavoitteet markkinoidaan tapahtumassa mukana olevalle vapaaehtoiselle henkilöstölle. Markkinointikeinolla pyritään luomaan yhteenkuuluvuuden tunnetta, sitouttamaan henkilöstöä ja perehdyttämään

henkilökunta tapahtuman toimintatapoihin, Tavoitteena on saada luotua hyvä ilma-
piiri, sillä innostunut, positiivinen ja hyvin perehdytetty talkooporukka palvelee tapah-
tumassa mukana olevia tahoja ja yleisöä paremmin. (Iiskola-Kesonen 2006, 57-61.)

Ulkoiseen markkinointiin voidaan tässä tapauksessa laskea messujen näytteilleasetta-
jille myytävät paikat sekä itse tapahtuman markkinointi mukaan toivotulle kohderyh-
mälle. Paikkamyyntiä näytteilleasettajille toteutettaessa, tulee olla liikkeellä hyvissä
ajoin. Mikäli paikkoja messuille myydään paljon, on järkevää porrastaa kutsut kahteen
aaltoon. Ensimmäisessä aallossa kutsun saavat ne tahot, jotka halutaan ainakin saada
paikalle. Kun he ovat vastanneet kutsuun, voidaan vielä täydentää osallistujajoukkoa
toisella ryhmällä, mikäli paikkoja jää vapaaksi. Täytyy muistaa, että toimiessa tällä
tavoin, ensimmäisten kutsujen on lähdettävä liikkeelle hyvissä ajoin. (Iiskola-Kesonen
2006, 56; Vallo & Häyrinen 2016, 151.)

Tapahtuman markkinointiin kannattaa jättää paljon aikaa, jotta saadaan toteutettua
mahdollisimman kattava mainonta. Mainonnasta kannattaakin ennen tapahtumaa
luoda markkinointisuunnitelma. Mainonnassa tulee ottaa huomioon segmentti, eli koh-
deryhmä, jonka avulla pystytään miettimään ideat, asiat ja teemat jotka ovat kohde-
ryhmälle avainasemassa ja toteuttaa markkinointia tämän kautta. Kohderyhmä on se
joukko, jolle toiminta tai tapahtuma halutaan suunnata. Onkin löydettävä markkinoin-
nin avulla se keino löytää juuri se joukko, jotka kokevat tapahtuman olevan räätälöity
heitä varten. (Vallo 2009, 40.)

Kohderyhmän rajaaminen on välillä hankalaa. Kun lähdetään valikoimaan markki-
nointia tietylle kohderyhmälle, sulkee se aina pois kohderyhmän ulkopuoliset henkilöt.
Timo Rope (2011) kehottaa segmentin rajaamisessa pääsääntönä, että kun segmentin
saa rajattua ensin niin pieneksi, että se melkein ahdistaa tulee sen jälkeen rajata valin-
nasta vielä puolet pois. Segmentti ei siis saa olla liian suuri, eikä tapahtumaa tule mark-
kinoida kaikille vaan tulee yrittää kohdistaa mainonta mahdollisimman kattavasti juuri
valittuun kohderyhmään. (Rope 2011, 40-44.)

Mainontaa kannattaa tehdä mahdollisimman montaa eri kanavaa hyväksikäyttäen,
jotta saavutetaan mahdollisimman suuri näkyvyys. Yksi mainonnan kannalta olennai-
nen osa on paikallislehdet. Lehtimainonnassa kannattaa kohdentaa mainos jollekin

ryhmälle valitsemalla sellainen lehti, jonka lukijakuntaan kuuluu paljon potentiaalisia asiakkaita. Paikallislehdille kannattaa lähettää etukäteen tiedote tapahtumasta ja se kannattaa jo valmiiksi kirjoittaa uutisen muotoon. Osalla paikkakunnista on useita paikallislehtiä, jolloin tieto on pyrittävä tarjoamaan kaikkien käyttöön samanaikaisesti. (Karjaluoto 2010, 112.)

Yhteisömediainnonnan eli sosiaalisen median avulla voidaan viestiä nopeasti, edullisesti ja persoonallisesti ja laajalle yleisölle. Sosiaalinen media on yksi nopeimmin muuttuvista ja kasvavista median osa-alueista, jonka vuoksi sitä kannattaa käyttää hyödyksi mainonnassa. Yleisimpiä kanavia sosiaalisessa mediassa ovat Twitter blogipalvelu, videoiden jakelupalvelu YouTube sekä yhteisöpalvelu Facebook. Sosiaalisen median hankaluus on se, että yleensä kilpailevia tekstejä on paljon, joten oma teksti on osattava markkinoida kiinnostavaksi, ettei se huku muuhun massaun. (Oksman, Linna, Ainasoja, Tammela, Riihikoski & Lammi 2011, 5, 8–10.)

2.5 Riskien kartoitus, arviointi ja hallinta

Riskien kartoitus, arviointi sekä hallinta ovat suunnitteluvaiheen tärkeimpiä osa-alueita. Ennen tapahtumaa on tärkeää pohtia mahdollisia riskejä ja tunnistaa niitä, jotta pystytään etukäteen arvioimaan mahdolliset todennäköisyydet näille riskeille ja niiden toteutumiselle. (Paasonen 2013, 27.)

Rissasen (2002) näkemyksen mukaan kartoitettaessa tapahtumassa tavallisimpia riskejä ne liittyvät useasti mukana oleviin henkilöihin, yhteistoiminnassa muodostuneisiin konflikteihin, aikatauluihin tai niiden pitävyyteen, tai projektin sisäiseen toimintaan. Shone & Parry (2013) mukaan ajatella riskien jakautuvan neljään ns. riskiryhmään: taloudellisiin, operatiivisiin, psykologisiin ja fyysisiin riskeihin. Taloudelliset riskit sisältävät budjetin mahdolliset muutokset, tai esimerkiksi sponsoroinnin puutteellisuuden. Operatiivisiin riskeihin kuuluu käytännön toimijoiden muutokset ja äkilliset peruutukset. Psykologisilla riskeillä tarkoitetaan tilannetta, jossa esimerkiksi tapahtumapaikan huono maine saattaa luoda negatiivisia mielikuvia mahdollisille osallistujille. Fyysisiin riskeihin luetaan terveyteen ja turvallisuuteen liittyvät tekijät. Kaikkien riskien minimointi tuskin koskaan onnistuu täydellisesti, mutta kartoittamalla jo

etukäteen kaikki mahdolliset riskitekijät, pystytään ennaltaehkäisemään suurta määrää niistä. (Shone & Parry 2013, 222-223; Rissanen 2002, 163-165.)

Riskien arvioinnin perustana on todennäköisyyslaskenta. Arvioinnissa mitataan sitä todennäköisyyttä, että jokin tietty asia tulee tapahtumaan. Arvioinnissa pohditaan samalla kuitenkin myös sitä, miten suuri on se haitta, jos näin kävisi. Tapahtumanjärjestäjän on tärkeää tiedostaa, että riskit ovat osa tapahtumaa, eikä riskien pohdinnalla etukäteen pystytä välttämättä poistamaan riskejä. Kuitenkin näiden riskien tiedostaminen ja pyrkiminen niiden minimointiin, auttavat onnistuneen tapahtuman järjestämisessä. (Paasonen 2013, 27.)

Riskien hallinnassa informaatio tapahtumassa mukana toimivalle henkilöstölle on äärimmäisen tärkeää. Tapahtumien järjestämisessä kannattaa muistaa, että mitä enemmän antaa informaatiota henkilöstölle, sitä paremmin he pystyvät työtään hoitamaan ollessaan tietoisia eri tilanteiden toimintamalleista. Jokaisen mukana työskentelevän henkilön tulee olla tietoinen varapoistumisteiden ja ensisammutuskaluston sijainnista, kokoontumispaikoista, sekä siitä kuka on vastuussa ensihoidosta. Kannattaa muistaa, että tapahtuman katuosoite tulee olla kaikilla tiedossa mahdollista hätä-, onnettomuus- tai kriisipuhelua varten. (Vallo & Häyrinen 2016, 216-217.)

3 YLEISÖTILAISUUTTA KOSKEVAT SÄÄDÖKSET JA VASTUUT

Yleisötilaisuutta toteutettaessa tulee huomioida lainsäädäntö, sekä myös kunnalliset määräykset. Suomen lainsäädännössä edellytetään, että toiminnanharjoittajan tulee tuntea lainsäädännön asettamat velvoitteet, jotka säätelevät yleisötilaisuuden järjestämistä. Lainsäädännön lisäksi osa velvoitteista voi olla paikallisia tai alueellisia viranomaismääräyksiä, joita tulee noudattaa kuin lakia. (Lampinen 2011, 14.)

Yleisötilaisuuteen ja tapahtumaan liittyvistä turvallisuusasioista säädetään kokoontumislaisissa (530/1999). Järjestyslaisissa (612/2003) pyritään edistämään turvallisuutta

yleisillä paikoilla. Pelastuslaki (379/2011) sekä valtioneuvoston asetus pelastustoimesta (407/2011) antavat määrittelyt siitä, missä tapauksissa tapahtumasta tulee laatia pelastussuunnitelma. Tapahtumassa tulee ottaa huomioon myös kuluttajaturvallisuuslaki (920/2011), jos tapahtuman luonne on sellainen, että lain kohdat täyttyvät. (Vallo & Häyrynen 2016, 217-218.)

Kokoontumislaisissa (530/1999) on määritelty yleisötilaisuuden tarkoittavan avoimia huvitilaisuuksia, kilpailuja, näytöksiä ja muita niihin rinnastettavia tilaisuuksia, joita ei ole pidettävä yleisinä kokouksina. Tulee kuitenkin huomioida, että kokoontumislaki ei koske julkisyhteisöjen järjestämiä virallisia tilaisuuksia, eikä uskonnollisten yhdistysten tilaisuuksia, kuten esimerkiksi jumalanpalveluksia. (Kokoontumislaki 530/1999, 2 §.)

Yleisötilaisuuden järjestäjän on hankittava järjestämipaikan omistajan tai haltijan suostumus paikan käyttämiseen tilaisuutta varten. Tapahtuman voidaan järjestää kiinteällä maalla, tai vesistöissä ja järjestämipaikan voi omistaa valtio, liikelaitos, julkisyhteisö tai yksityinen henkilö. (Kokoontumislaki 530/1999, 13 §; Lampinen 2011, 22.)

Yleisötilaisuuden saa järjestää täysivaltainen henkilö, yhteisö ja säätiö. Vajaavaltainen saa järjestää yleisötilaisuuden yhdessä täysivaltaisen henkilön kanssa. (Kokoontumislaki 530/1999, 12 §.) Ennen yleisötilaisuuden järjestämistä kannattaa lupa-asioiden käsittelyyn varata riittävästi aikaa. Lupien hakemisessa kannattaa varautua myös siihen, että niiden käsittelyaika viranomaistahoissa voi kestää. Alhaalla käsitellään yleisimmät luvat, joita tapahtumien järjestämisessä tulee ottaa huomioon. Työssä on käsitelty lain mukaiset aikarajat, eli miten aikaisin lain mukaan tulee anomukset luvista lähettää viranomaistaholle ratkaistavaksi. (Lampinen 2011, 14.)

3.1 Ilmoitus yleisötilaisuuden järjestämisestä poliisille

Poliisi- ja pelastusviranomaiset edellyttävät, että yleisötapahtuman järjestämisestä tulee tehdä kirjallinen ilmoitus, jossa tapahtuman järjestäjä on suunnitellut tapahtuman turvallisuusasiat (Lampinen 2011, 16). Yleisötilaisuuden järjestäjän on tehtävä kirjallinen ilmoitus yleisötilaisuuden järjestämisestä poliisille vähintään viisi vuorokautta

ennen tilaisuuden alkamista. Poliisi voi hyväksyä myöhemminkin tehdyn ilmoituksen, mikäli tilaisuuden järjestämisen ei katsota aiheuttavan haittaa yleiselle järjestykselle eikä määräajan laiminlyönti vaikeuta kohtuuttomasti poliisille lain mukaan kuuluvien tehtävien täyttämistä. (Kokoontumislaki 530/1999, 14 §.)

Mikäli tilaisuus on sellainen joka ei osanottajien vähäisen määrän, tilaisuuden luonteen tai järjestämipaikan vuoksi edellytä toimenpiteitä järjestyksen ja turvallisuuden ylläpitämiseksi eikä tilaisuus vaadi erityisiä liikennejärjestelyjä ei ilmoitusta tarvitse sellaisesta yleisötilaisuudesta tehdä. Ilmoituslomakkeeseen tulee myös selvittää poliisin hyväksymien järjestyksenvalvojien määrä, mikäli tilaisuus on sen luontoinen, että tehtäviin tulee järjestyksenvalvoja asettaa. (Kokoontumislaki 530/1999, 14 §; Lampinen 2011, 17.)

3.1.1 Poliisin oikeus lisäselvitykseen

Poliisilla on oikeus pyytää lisäselvitystä, mikäli se koetaan tarpeelliseksi. Lisäselvityksenä voidaan pyytää esimerkiksi yleisötilaisuuden järjestämipaikan omistajan tai haltijan suostumusta tai muita lupia ja ilmoituksia jotka tapahtumaan liittyvät olennaisesti. (Kokoontumislaki 530/1999, 14 §; Lampinen 2011, 16.)

3.1.2 Poliisin oikeus vaatia vastuuvakuutusta ja vakuutusturva tapahtumissa

Poliisilla on oikeus vaatia vastuuvakuutusta. Jos tilaisuuden järjestämisestä voi aiheutua vahinkoa henkilölle tai omaisuudelle, poliisi voi määrätä yleisötilaisuuden järjestämisen edellytykseksi, että järjestäjällä on riittävä vastuuvakuutus mahdollisen korvausvelvollisuutensa varalta. (Kokoontumislaki 530/1999, 16 §; Lampinen 2011, 17.)

Yleisötilaisuuden järjestäjät käyttävät kustannuksia minimoidessaan nykyään apunaan hyvin useasti yhdistyksiä, jotka tekevät talkootöitä palkkatöiden sijaan. Työturvallisuuslain 55 §: ssä on säädetty, että vapaaehtoistyön kuuluminen työturvallisuuslain piiriin edellyttää sitä, että työnantaja ja vapaaehtoistyön tekijä ovat solmineet keskenään sopimuksen ja että hän tekee samaa tai samankaltaista työtä kuin työpaikan työntekijät. Talkootyössäkin on sekä terveyteen-, että tapaturmaan liittyviä riskejä ja nämä

kannattaa ottaa huomioon ennen tapahtumaa. Mikäli tapahtumassa sattuu onnettomuus, voi talkootyötilaisuuden järjestäjä joutua korvausvastuuseen vahingonkorvauslain perusteella. Tämän vuoksi ennen tapahtumaa kannattaa kaikki mukana olevat talkoolaiset vakuuttaa tapaturman varalta. (Työturvallisuuslaki 738/2002, 55 §; Paasonen 2013, 73.)

Näiden seikkojen valossa, kun tapahtumaa järjestetään, kannattaa vastuuvakuutuksen lisäksi ottaa myös tapaturmavakuutus. Vastuuvakuutus korvaa yleisölle, toimihenkilöille tai ulkopuolisille henkilöille mahdollisesti sattuneet esinevahingot. Tapaturmavakuutus taas korvaa tilaisuudessa toimivalle henkilöstölle, talkooväelle sekä järjestäjille mahdollisesti sattuneet tapaturmat. (Paasonen 2013, 82-83.)

3.1.3 Poliisin oikeus kieltää yleisötilaisuuden järjestäminen

Poliisilla on oikeus kieltää yleisötilaisuuden järjestäminen, jos muut toimenpiteet eivät ole riittäviä ja jos on ilmeistä, että:

- 1) tilaisuuden järjestäminen on lainvastaista tai sen järjestämisessä rikotaan olennaisesti tätä lakia tai sen nojalla annettuja määräyksiä
- 2) järjestystä ja turvallisuutta ei voida ylläpitää
- 3) tilaisuuden järjestäminen aiheuttaa vaaraa terveydelle tai vahinkoa omaisuudelle; tai
- 4) tilaisuuden järjestäminen aiheuttaa huomattavasti haittaa sivullisille tai ympäristölle.

(Kokoontumislaki 530/1999, 15 §.)

3.2 Kokoontumistilan enimmäishenkilömäärien vahvistaminen

Maankäyttö- ja rakennusasetuksen (895/1999) 54 §: ssä määritellään, että kokoontumistilassa tulee aina olla näkyvillä kyseisessä tilassa samanaikaisesti sallittujen henkilöiden enimmäismäärä. Ilmoitus on kiinnitettävä näkyvälle paikalle kokoontumistilaan. (Maankäyttö ja rakennusasetus 895/1999, 54 §.)

Kokoontumistilassa samanaikaisesti oleskelevien henkilöiden aiottu enimmäismäärä muodostuu kokoontumishuoneiden yhteenlasketusta henkilömäärästä. Kokoontumishuoneen enimmäishenkilömäärä huonetilassa, jossa ei ole kiinteitä istuimia on kaksi henkilöä kullekin neliömetrille huonealaa. Laskettaessa henkilömäärää huonealan neliometriä kohti ei mukaan lueta näyttämö-, puhujakoroke- tms. tilaa eikä vaatesäilytys-, keittiö-, peseytymis-, wc- ja varastotiloja. (Ympäristöministeriön asetus F2 rakennuksen käyttöturvallisuudesta 2001; Lampinen 2011, 19.)

3.3 Elintarvikkeiden myynti, valmistaminen ja tarjoilu

Elintarvikkeiden myynnistä, valmistamisesta ja tarjoilusta ei ole ilmoitusvelvollisuutta, jos toimintaa ei pidetä elinkeinon harjoittamisena tai toimintaan liittyvät riskit ovat elintarviketurvallisuuden kannalta vähäisiä. Tällaiseksi voidaan luokitella esimerkiksi messuilla tapahtuva kahvinmyynti. Toiminnassa edellytyksenä on kuitenkin elintarvikehygienian ja perussäädösten noudattaminen. Avainasemassa on puhdas ja siisti työympäristö, astiat ja käsittelyvälineet sekä riittävän usein tapahtuva käsiinpesu. Toimijan velvollisuutena on olla vastuussa kaikissa olosuhteissa tuotteiden turvallisuudesta. (Eviran [www-sivut](#).)

Sellaisilla henkilöillä, jotka käsittelevät hyväksytyssä elintarvikehuoneistossa pakkaamattomia, helposti pilaantuvia elintarvikkeita, on oltava elintarvikehygienistä osaamista osoittava hygieniosaamistodistus. Hygieniosaamistodistus (ns. hygieniapassi) on osoitus siitä, että henkilö hallitsee perustiedot elintarvikehygieniasta sekä hygieniset toimintatavat, eikä tällaisen todistuksen omaava henkilö voi näin ollen perustella puutteita toiminnassaan tietämättömyydellä. (Eviran [www-sivut](#).)

Elintarvikelaissa (23/2006) 11 §: ssä määritellään ohjeeksi, että elintarvikkeita on käsiteltävä, säilytettävä ja kuljetettava niin, ettei elintarvikkeiden hyvä hygieeninen laatu vaarannu. Vaikkakaan tämän luontoisesta tapahtumasta ei ole ilmoitusvelvollisuutta, tulee kuitenkin kaikessa käytännön työssä toimittava tämän lain mukaisella tavalla elintarvikkeita käsiteltäessä. (Elintarvikelaki 23/2006, 11 §.)

3.4 Suuren yleisötilapahtuman hygieeniset järjestelyt sekä jätehuolto

Suurten yleisötilaisuuksien jätehuolto ja hygieeniset olosuhteet tulee järjestää siten, ettei niistä aiheudu terveyshaittaa. Sosiaali- ja terveysministeriön asetuksella säädetään tarkemmin suurten yleisötilaisuuksien jätehuollosta ja hygieenisistä järjestelyistä. (Terveydensuojelulaki 763/1994, 25 §.)

Suuressa yleisötilaisuudessa, johon ennakoidaan osallistuvan yhtä aikaa yli 500 henkilöä, on varattava yleisölle riittävä määrä käymälöitä käsienpesumahdollisuuksineen. Jätehuolto tulee järjestää siten, ettei siitä aiheudu terveyshaittaa. Käymälät ja jäteastiat on tyhjennettävä hygieenisesti ja riittävän usein. Yleisötilapahtumassa tulee olla jätteiden keräysvälineitä ja jättepisteitä riittävästi sekä ne tulee sijoitella tarkoituksenmukaisesti tapahtuma-alueelle. (Sosiaali- ja terveysministeriön antama asetus suurten yleisötilaisuuksien hygieenisistä järjestelyistä ja jätehuollosta 405/2009, 1 §.)

Yleisötilapahtumassa jossa syntyy jätettä, on tilaisuuden järjestäjällä yleinen velvollisuus huolehtia siitä, että jätehuolto on suunniteltu etukäteen. Mikäli tapahtumassa muodostuu jätettä suuri määrä, voi jätehuollosta vastaava valvontaviranomainen vaatia tapahtuman järjestäjältä etukäteen ilmoitusta tapahtumasta sekä kirjallista suunnitelmaa, miten jätehuolto tullaan järjestämään. Kirjallisessa suunnitelmassa tulee huomioida ajantasainen lainsäädäntö (Jätelaki 646/2011), sekä tapahtumapaikkakunnan jätehuoltomääräykset. (Lampinen 2011, 18.)

Mikäli suunnitelmaan ei ole omalla tapahtumapaikkakunnallasi valmista kaavaketta, tulee ilmoituksen sisältää ainakin seuraavat tiedot;

- tilaisuuden virallinen nimi, ajankohta, pitopaikka sekä arvioitu yleisömäärä
- järjestäjän yhteystiedot, sekä tilaisuuden jätehuollosta vastaavan henkilön nimi ja yhteystiedot
- luettelo tapahtumassa myytävistä tuotteista ja tilaisuudessa olevista myyntipisteistä
- jätelajit joita tapahtumassa syntyy, jäteastioiden kapasiteetti sekä jäteastioiden sijoittamissuunnitelma alueelle
- tieto onko tilaisuuden jätehuollosta tehty jätehuolto yrittäjän kanssa sopimusta ja jos on, kuka on taho joka jätehuollosta vastaa ja onko hän tavoitettavissa

äkillisen tilanteen vaatiessa nopeallakin aikataululla (jos sopimusta yrittäjän kanssa ei ole, tulee tehdä ilmoitus mihin jätteet tullaan toimittamaan)

- henkilömäärä joka tapahtuma-alueella osallistuu jätehuollon toimeenpanoon (Lampinen 2011, 18.)

3.5 Turvallisuus- ja pelastussuunnitelman laatiminen

Kaikissa tilaisuuksissa ja tapahtumissa on kiinnitettävä huomio yleisön turvallisuuden. Lait ja suunnitelmat antavat ohjenuoran, mutta näiden lisäksi tulee tapahtumakohtaisesti määritellä turvallisuuskysymykset ja etukäteen miettiä mahdollisia ongelmakohtia ja turvallisuusriskejä. Vastuu tapahtuman turvallisuudesta on aina tapahtuman järjestäjällä. (Vallo & Häyrinen 2016, 216-217.)

Yleisötilaisuuksiin ja tapahtumiin, joihin osallistuvien ihmisten suuren määrän tai muun erityisen syyn vuoksi sisältyy merkittävä henkilö- tai paloturvallisuusriski, tulee tilaisuuden järjestäjän laatia turvallisuus- ja pelastussuunnitelma, jossa selvitetään ja arvioidaan tilaisuuden vaarat ja riskit ja määritellään ne toimenpiteet, joilla riskitekijät ennaltaehkäistään, poistetaan tai niiden vaikutukset pyritään minimoimaan. Tämän suunnitelman avulla määritellään tarvittavat turvallisuusjärjestelyt sekä tilaisuuden toteuttamisesta vastaavalle henkilöstölle sekä myös tilaisuuteen osallistuvalla yleisöllä, sekä annetaan ohjeet onnettomuuksien ehkäisemiseksi ja vaaratilanteiden kohdatessa. (Pelastuslaki 379/2001, 16 §.)

Pelastussuunnitelma tulee toimittaa alueen pelastusviranomaiselle vähintään 14 vuorokautta ennen tapahtuman alkamista. Pelastusviranomaisen voi erityisestä syystä hyväksyä pelastussuunnitelman toimittamisen vielä määräajan jälkeen, mutta tämä koskee tilannetta, jossa suunnitelma on palautettu vielä täydennettäväksi. Pelastusviranomaisen tulee tarvittaessa ilmoittaa sille toimitetusta suunnitelmasta poliisille ja ensihoidosta vastaavalle terveysturvaviranomaiselle sekä suorittaa tarvittaessa kohteessa palotarkastus ennen tapahtumaa. (Pelastuslaki 379/2001, 16 §; Vallo & Häyrinen 2016, 217.)

3.6 Järjestyksen ja liikenteen valvonta

Yleisötilaisuus tulee järjestää rauhanomaisesti sekä osanottajien tai sivullisten turvallisuutta vaarantamatta ja heidän oikeuksiaan loukkaamatta. Yleisötilaisuuden järjestäjän on huolehdittava järjestyksen ja turvallisuuden säilymisestä sekä lain noudattamisesta tilaisuudessa. Tulee muistaa, että yleisötilaisuutta järjestettäessä kokoontumisesta ei saa aiheutua myöskään ympäristölle huomattavaa haittaa. (Kokoontumislaki 530/1999, 3 §, 17 §.)

Yleisen kokouksen tai yleisötilaisuuden järjestäjän oikeudesta asettaa järjestyksenvalvojia yleiseen kokoukseen tai yleisötilaisuuteen säädetään laissa järjestyksenvalvojista 1999/533. Tämä laki korvataan lailla yksityisistä turvallisuuspalveluista 1085/2015, joka astuu voimaan 1.1.2017 alkaen. (Kokoontumislaki 530/1999, 18 §.)

Yleisen kokouksen tai yleisötilaisuuden järjestäjä voi asettaa yleiseen kokoukseen taikka yleisötilaisuuteen ja sen välittömään läheisyyteen järjestyksenvalvojista annettussa laissa (533/1999) tarkoitettuja järjestyksenvalvojia ylläpitämään järjestystä ja turvallisuutta yleisessä kokouksessa tai yleisötilaisuudessa. Järjestyksenvalvojia voidaan asettaa myös yksittäisen yleisen kokouksen tai yleisötilaisuuden järjestämiseksi tarvittaville paikoitusalueille ja niille johtaville sisääntuloväylille sekä muille vastaaville tilaisuuden järjestämiseen liittyville alueille. Järjestyksenvalvojien toimialuetta ei tule kuitenkaan asettaa laajemmaksi kuin järjestyksen ja turvallisuuden ylläpitämiseksi yleisessä kokouksessa tai yleisötilaisuudessa ja sen välittömässä läheisyydessä sekä mainituilla paikoitusalueilla, niille johtavilla väylillä ja muilla vastaavilla tilaisuuden järjestämiseen liittyvillä alueilla on välttämättä tarpeen. (Kokoontumislaki 530/1999, 18 §.)

Järjestyksenvalvojaksi saadaan asettaa tehtävään suostuva henkilö, jolla on poliisin myöntämä voimassa oleva hyväksyminen järjestyksenvalvojaksi. Tilaisuuden laajuus ja luonne huomioon ottaen tai erityisestä syystä tilaisuuden toimeenpanopaikan poliisilaitoksella on oikeus hyväksyä järjestyksenvalvontatehtävään yksittäiseen tilaisuuteen tai saman järjestäjän samassa paikassa saman luonteisiin tilanteisiin enintään neljäksi kuukaudeksi yhden vuoden aikana myös henkilön, joka täyttää pelkästään 12 §:n

1 momentin 1 ja 2 kohdassa säädetyt edellytykset. Tämä tarkoittaa, että poliisin erikoisluvalla järjestyksenvalvojaksi voidaan asettaa henkilö, joka on täyttänyt 18 vuotta ja on tehtävään soveltuva sekä luotettava ja rehellinen. (Laki järjestyksenvalvojista 104/2007, 2 a §.)

Järjestyksenvalvojan tehtävänä on tapahtumassa ylläpitää järjestystä ja turvallisuutta, sekä ehkäistä rikoksia ja onnettomuuksia alueella tai tilaisuudessa, jonne hänet on järjestyksenvalvojaksi asetettu. Hänen tulee toimia lain ja asetusten mukaisesti ja noudattaa poliisin sekä pelastus- tai muun viranomaistahon ennakkoon tai tilaisuuden aikana annettuja käskyjä ja määräyksiä. (Laki järjestyksenvalvojista 104/2007, 2 §.)

Järjestyksenvalvojan on toimittava asiallisesti ja tasapuolisesti ja toiminnassaan asettaa etusijalle toimenpiteet, jotka edistävät yleisön turvallisuutta. Ensisijaisesti tehtävänä on varmistaa, ettei toimialueella vaaranneta kenenkään turvallisuutta. (Laki järjestyksenvalvojista 104/2007, 4 §, 5§.)

3.7 Muut huomioon otettavat asiat

3.7.1 Tupakointi

Tupakointi on lain mukaan kielletty pääsääntöisesti kaikissa sisätiloissa, ellei tilaa ole erikseen hyväksytty tupakointipaikaksi. Myös ulkotiloissa tupakointi on kielletty katsojoissa, katoksissa ja sellaisissa tilaisuuden seuraamiseen välttämättömissä paikoissa, joissa ihmiset ovat pääsääntöisesti paikoillaan. (Tupakkalaki 693/1976, 12 §; Paasonen 2013, 81.)

Mikäli tapahtuma-alueella ei ole erillistä paikkaa tupakoinnille, sellainen kannattaa järjestää etukäteen. Alueella kannattaa olla useampi tuhkakuppi, syttymätön alusta sekä mahdollisesti alkusammutuskalustoa. Tässä kohtaa tulee muistaa, että myöskään tupakansavu ei saa kulkeutua alueelle, joilla tupakointi on kielletty. (Paasonen 2013, 82.)

3.7.2 Ensiapu

Yleisötilaisuuden järjestäjän vastuulla on huolehtia tarvittavasta ensiavusta yleisötilaisuudessa. Se miten laajaa ensiapuvalmius tulisi olla on verrannollinen tilaisuuden kävijämäärään ja luonteeseen. (Paasonen 2013, 82.)

Pienemmissä tilaisuuksissa ei tarvitse paikalla olla varsinaista ensiapuryhmää, vaan riittää että välineet ja tila ensihoidon järjestämiseen tulee olla saatavilla. Suuremmissa ja selkeästi riskialttiimmista tilaisuuksista täytyy määritellä turvallisuuspäällikkö, joka laatii hälytysohjeet ja ensiapusuunnitelman yhdessä hoito- ja pelastusviranomaisen kanssa. (Paasonen 2013, 82.)

3.7.3 Löytötavarat

Sen, joka ottaa löytötavaran talteen, on ilman aiheetonta viivytystä ilmoitettava löydöstä omistajalle tai toimitettava löytötavara poliisille. Omaisuus, jonka hankkiminen tai hallussapito on kiellettyä tai vaatii viranomaisen luvan, on välittömästi toimitettava poliisille. Jos löytötavaraa ei voida vaaratta tai hankaluudetta kuljettaa, sitä ei tarvitse toimittaa poliisille. Tällaisen löytötavaran talteen ottamisesta on ilmoitettava poliisille. (Löytötavaralaki 1988/778, 4 §.)

Tapahtumajärjestäjien vastuulla on se, että löytötavaroista huolehditaan. Ennen tapahtuman alkua on hyvä määritellä henkilöstölle mikä on oikeanlainen toimintatapa löytötavaroiden käsittelyssä. Tapahtumasivuilla pystytään tiedottamaan myös tapahtuman vierailijoille mihin löytötavaroita voi toimittaa tilaisuuden aikana ja sen jälkeen. Mikäli tavaralle ei löydy omistajaa tapahtuman aikana, löytötavarat tulee toimittaa joko paikalliseen löytötavaratoimistoon tai poliisille. (Paasonen 2013, 82.)

4 AUTTAJA 2016 -MESSUJEN SUUNNITTELU, TOTEUTUS JA JÄLKITOIMENPITEET

4.1 Tapahtuman suunnittelu Auttaja 2016 -messut

Tavoitteena Auttaja 2016 -messujen takana oli yhdistää Salon alueen hyvää tekeviä tahoja. Paikalle haluttiin saada mahdollisimman kattava otanta, jonka jäsenet hyötyisivät keskinäisestä yhteistyöstä ja verkostoitumisesta. Mukaan pyydettiin hyväntekeväisyysjärjestöjä, vertaistukiryhmiä, yrittäjiä ja sellaisia toimijoita, jotka omalla toiminnallaan Salon alueella luovat me-henkeä. Määrällisesti tavoitteena oli saada mukaan näytteilleasettajia 60-80 kappaletta ja yleisöä, jotka tulevat tutustumaan näiden näytteilleasettajien mahdollisuuksiin 800-1000 henkilöä. Yhteydenotot mukaan otettaviin näytteilleasettajiin aloitettiin toukokuussa 2016.

Auttaja 2016 -tapahtumalla on sekä välillisiä, että välittömiä tavoitteita. Anna Tukesiry ei saa toimintaansa julkista rahoitusta, joten messujen tuotoilla on tarkoitus saada katettua toiminnan juoksevia kuluja. Samalla tavoitteena on saada toimintaan lisää rahoitusta, jolla pystyttäisiin kattamaan vuoden aikana syntyneitä muita kuluja. Välittömiin tavoitteisiin kuuluu imagon nostaminen, sillä messujen järjestämisestä saa yhdistys paljon uudenkaltaista näkyvyyttä.

Kohderymänä messuilla oli mukana olevat hyvää tekevät toimijat, mutta myös samalla messuilla vierailut yleisö. Yläkerran tiloissa olevat käytävät päätettiin suunnitella kirpputori- ja kädentaitajakujiksi, jotta messuille saataisiin mahdollisimman suuri kävijämäärä.

Messut päädyttiin järjestämään Salohallissa, koska se on Salon suurin yleisötila. Messupaikaksi Salohalli valikoitui osittain myös sen vuoksi, että tilat mahdollistivat muunlaisenkin oheistoiminnan messujen rinnalle. Salohallissa on messutilaa noin 1700 m², kaksi juoksusuoraa (kumpikin pituudeltaan 85 metriä), koottava esiintymislava, 140 paikkainen ravintola sekä mahdollisuus tilata buffetlounas messutahoille samassa rakennuksessa sijaitsevalta keilahallilta. Paikka on myös ihanteellinen siinä mielessä, että tilojen avaruus antaa pelivaraa myös tehdä esteettömämmät kulkuväylät, jotta

myös messuvierailta on hyvä tila tutustua eri tahojen toimintoihin. Juoksusuorat mahdollistivat loistavasti kirpputori/käsityöläiskuja mahdollisuuden, sillä ne sijaitsivat eri kerroksessa kuin messutila. Näin saatiin lisää volyyymiä messuille mukaan. Salohalli sijaitsee myös keskusta-alueella, joten kulku sinne on helppoa myös julkisin kulkuvälinein. Parkkipaikka on Salon alueen yksi suurimmista, joten se oli osaltaan myös hyvin ratkaiseva tekijä paikkaa suunniteltaessa.

Anna Tukesi ry ei saa mistään julkista rahoitusta, joten kokonaisbudjetti tapahtumalle oli 700 euroa. Tapahtumaa ei olisi tuolla budjetilla saatu aikaan, joten aluksi piti miettiä mahdollisia yhteistyötahoja, joiden kanssa messuja lähdettiin toteuttamaan. Koska Salon kaupunki on yksi tahoista, joka hyötyy oman alueensa tahojen verkostoitumisesta ja yhdistämisestä, oli se looginen vaihtoehto yhteistyötahoksi. Salon kaupunki lähti mukaan tapahtumaan sponsorimalla messupaikaksi valikoituneen Salohallin kokonaisvuokran messupäivän ajalta. Tapahtumaan tarvittiin myös lisäkäsia, joten päätettiin ottamaan yhteyttä Salon seudun koulutuskuntayhtymään, jossa opiskelee opiskelijoita 35: llä eri osaamisalalla. Mukaan tapahtumaan Salon Seudun Koulutuskuntayhtymän kautta lähti monelta eri alalta opiskelijoita; siivousalan opiskelijoita jotka hoitivat puhtaanapidon messupäivänä, matkailualan opiskelijoita jotka juonsivat tapahtuman ja pitivät infopistettä messuilla, ruokailupuolen opiskelijoita jotka huolehtivat kahviotuotteiden valmistuksesta ja myynnistä sekä hoitivat messuilla kahvikärryä, terveysalan opiskelijoita jotka pitivät hyvinvointipistettä, sekä liiketalouden opiskelijoita jotka valmistivat tapahtumalle nettisivut, flyerit ja esitteet.

Budjetti messuille oli 700 euroa, josta mainontaan oli käytettävissä maksimissaan 200 euroa. Kahviossa tarjoiltavien tuotteiden hinta tuli pitää alle 300 eurossa. Loput budjetista oli suunniteltu vakuutuksiin ja muihin käytännön järjestelyihin. Mikäli tapahtumalle ei olisi saatu sponsoroituna tiloja, työvoimaa ja mainontaa – ei tapahtumaa olisi pystytty järjestämään. Kokonaisbudjetti näille ostopalveluna olisi ollut noin 3000-4000 euron välillä. (Lehtinen 2016.)

Messujen mainontaa lähti toteuttamaan Salon Seudun koulutuskuntayhtymän kaksi opiskelijaa. Messuille tehtiin viralliset kotisivut sekä esitteitä, joita jaettiin kauppojen ilmoitustauluille. Opiskelijat valmistivat myös 500 flyerä, jotka jaettiin Salossa markkinoiden aikaan kaksi viikkoa ennen messutapahtumaa. Messuille luotiin Facebook-

tapahtumasivut ja paikallisiin sanomalehtiin otettiin yhteys ja tarjottiin heille mahdollisuutta tehdä ennakkojuttua tapahtumasta. Salossa toimii ilmaisjakelulehti Salonjokilaakso, jonka levikki on 64 000 taloutta. Sen lisäksi Salossa on paikallislehti Salon Seudun Sanomat, joka on levikiltään samaa luokkaa kuin Salonjokilaakso. Salonjokilaakso teki tulevasta tapahtumasta suuren ennakkojutun ja Salon Seudun Sanomat pienen ennakkomainonnan. Lisäksi mainontaan varattu summa mahdollisti yhden maksetun mainoksen Salonjokilaaksosta.

Suunniteltaessa tapahtumaa ja riskejä pohtiessa oli oikeastaan muutama riskiryhmä, jotka mietityttivät. Taloudellisia riskejä tapahtumassa ei suuremmalti ollut, sillä kaikki tapahtumassa tarvittu raha saatiin sponsoroituna. Tilat kaupungilta, mainonta lehdistön sponsorointina ja työntekijät vapaaehtoisista toimijoista. Eniten mietintää aiheutti operatiiviset riskit, eli käytännön toimijoiden muutokset ja äkilliset mahdolliset peruuntumiset. Näitä riskejä pyrittiin minimoimaan siten, että jokaiselle ryhmälle/henkilölle oli varamiehitys. Mikäli jotain yllättävää olisi sattunut työ ei olisi jäänyt tekemättä, vaan tehtävä olisi siirtynyt toiselle henkilölle.

Lainsäädäntö kartoitettiin alkuvaiheessa ja listattiin samalla tarvittavat luvat ja asetukset, joita tapahtumassa tulisi noudattaa. Tässä kohtaa oli loogista kartoittaa paperille ylös se, missä vaiheessa luvat tulisi hakea, jotta niille jäisi riittävästi käsittelyaikaa. Lupien kartoittamiseen ja lomakkeiden täyttämiseen kului aikaa noin 35-40 tuntia. Tähän kannattaa tulevaisuudessa varautua. Luonnollisesti Anna Tukesi ry:llä tulevaisuudessa haku on helpompaa, kun näitä valmiiksi täytettyjä kaavakkeita pystyy käyttämään uudelleen hieman muuteltuna.

Elintarvikkeiden myynnistä, valmistamisesta ja tarjoilusta otettiin yhteyttä kunnan elintarvikevalvonnasta vastaavaan viranomaiseen. Elintarvikeviranomainen koki kuitenkin, että messuilla elintarvikemyynti oli niin vähäistä, ettei sen suurempia lupia tarvittaisi. Mukana oli myyjiä, jotka myivät omia elintarvikkeitaan ja tarkistettiin, että heillä oli tarvittavat myyntiluvat kunnossa. Elintarvikkeiden käsittely paikan päällä käytiin läpi vapaaehtoisten kanssa ja heille opetettiin hygienia-asiat ja niiden merkitys.

Jätehuolto oli järjestetty Salohallin puolelta, joten emme joutuneet tilaamaan jätehuoltoa paikalle. Olimme kuitenkin vastuussa päivän aikana jätteistä ja niiden käsittelystä ja tätä työtä suorittivat Salon Seudun Koulutuskuntayhtymän oppilaat päivän aikana.

Järjestyksen ja liikenteenvalvonta suoritettiin Autoliiton avustuksella. Autoliitto tarjoutui itse järjestämään nämä osa-alueet, jolloin emme joutuneet hakemaan töihin järjestyksenvalvoja vaan autoliiton edustajat hoitivat paikalle sekä liikenteen- että järjestyksenvalvojat.

Ensiapu oli järjestetty mukana olevan SPR:n kanssa. Heille annettiin tästä korvauksena messupaikka veloituksetta käyttöön ja he hoitivat vastavuoroisesti messuilla ensiapupisteen hoidon. Mikäli olisi tullut tilanne, että sairaskohtauksen, tai muun syyn vuoksi olisi pitänyt saada henkilö syrjemmälle, on Salohallissa tähän käyttötarkoitukseen varattu huone.

Messuille laadittiin turvallisuus- ja pelastussuunnitelma, joka hyväksyttiin 28 vuorokautta ennen tilaisuuden alkamista alueen pelastusviranomaistaholla. Tässä suunnitelmassa selvitettiin ja arvioitiin tilaisuuden vaarat ja riskit. Normaalisti suunnitelman voi palauttaa 14 vrk ennen tapahtumaa viranomaistaholle, mutta koska halusimme hyväksytyyn suunnitelman ilmoitukseen yleisötilaisuuden järjestämisestä, päädyttiin hakemaan tähän suunnitelmaan hyväksyntä jo varhaisessa vaiheessa.

Ilmoitus yleisötilaisuuden järjestämisestä tehtiin paikalliselle poliisiviranomaiselle reilu viikko ennen tapahtumaa. Liitteinä tähän kaavakkeeseen liitettiin kartta yleisötilaisuuden järjestämispaikasta, luettelo järjestyksenvalvojiksi asetettavista henkilöistä, turvallisuus- ja pelastussuunnitelma sekä suunnitelma liikenteenohjauksen järjestämisestä.

Messuille otettiin asianmukaiset vakuutukset, jotka kattoivat sekä tapahtumapaikan, että henkilöstön vakuutusturvan. Vakuutukset olisivat kattaneet tilojen lisäksi myös henkilökunnalle ja messuvieraille sattuneet vahingot. Vakuutusten summaksi oli ensin laskettu budjettiin hinnaksi noin 50 euroa, mutta koska päädyttiin ottamaan kattavammat vakuutukset, hinta oli noin 150 euron luokkaa. Vaikka näin kattavista vakuutuk-

sista tulikin lisäkustannuksia, koettiin että on parempi olla valveutunut etukäteen mahdollisia ongelmatilanteita vastaan, jotta tapahtuman järjestäjälle ei tulisi korvausvelvollisuutta ikävän tapahtuman sattuessa.

Päädyimme tapahtumaa suunnitellessa siihen, että hoidimme Anna Tukesi ry:n toisen jäsenen Päivi Lehtisen kanssa tapahtuman käytännön järjestelyt puoliksi. Päivi hoiti loppuvaiheessa perehdytykset ja kokoukset Salon Seudun Koulutuskuntayhtymän kanssa ja itse hoidin yhteydenpidon kaikkien 122 mukana olevan tahon kanssa. Loimme yhtenäisen ryhmän WhatsApp sovellukseen, jossa tiedotimme koko ajan toisillemme missä vaiheessa mikäkin asia on. Vetovastuu oli selkeästi jaettu, mutta olimme molemmat tietoisia mitä kumpikin tekee ja mitkä asiat ovat vielä keskeneräisiä. Koimme tämänkaltaisen jaon helpottavan suuresti ja uskon että tulevaisuudessa tapahtumaa järjestettäessä teemme samankaltaisen jaon jo hyvissä ajoin suunnittelun alkuvaiheessa. Päädyimme ottamaan kahviotoimintaan esimieheksi ihmisen, jolla on keittiöalan kokemus, jolloin pystyimme irrottamaan itsemme messupäivänä täysin kahviotyöstä. Myös tämä osoittautui todella oikeanlaiseksi ratkaisuksi.

4.2 Tapahtuman toteutus Auttaja 2016 -messut

Koska olimme loppuvaiheessa jakaneet työtehtäviä, olikin luonnollista, että jaoimme vastuun kolmeen osaan myös messuilla. Kahvilatoiminnan vastuu oli yhdellä henkilöllä, joka vastasi kahvilan käytännön toiminnasta ja ruokapuolen oppilaiden yhteishenkilönä olemisesta päivän aikana. Itse vastasin toisen henkilön kanssa itse messualueesta, näytteilleasettajien informoinnista ja päivän aikana kaiken toimivuudesta.

Messupäivän työt alkoivat klo 8:00. Edellisenä päivänä oli suojattu messualueen lattiat vapaaehtoistyöläisten avulla, sekä merkitty messupaikat messukarttojen mukaisesti. Ensimmäiset opiskelijat tulivat klo 8:15, jolloin heille annettiin vielä pikainen briefing tapahtumasta ja heidän työtehtävistään. Näytteilleasettajia oli ohjeistettu saapumaan kello 8:30 eteenpäin. Näytteilleasettajien saapuessa paikalle, ohjattiin heidät messukartan mukaisesti paikkoihin. Infotiskillä jossa päivysti päivän aikana Salon Seudun Koulutuskuntayhtymän oppilaat, oli myös messukartat, joiden mukaan oppilaat kykenivät ohjaamaan mukana olevia tahoja omille paikoilleen.

Yleisötilaisuutta suunniteltaessa kannattaa suunnitella tapahtumassa henkilöstön välillä viestintä hyvissä ajoin. Viestintäjärjestelmänä kannattaa käyttää sellaista tapaa, joka on helppo. Tapahtumissa hyväksi havaittu tapa on käyttää radiopuhelimia, jotka ovat yksinkertaisia käyttää ja toimiva tapa viestiä henkilöstön kesken. Radiopuhelinten käytössä tulee kuitenkin etukäteen kartoittaa mahdolliset katvealueet ja se että tukiasemia on riittävästi. (Paasonen 2013, 81.) Päädyimme messuilla käyttämään viestintävälineenä radiopuhelimia, sillä tilan kokonaispinta-ala on suuri. Paikasta toiseen siirtyminen ei ollut nopeasti mahdollista, jolloin oli helppoa kommunikoida radiopuhelinten välityksellä. Radiopuhelimet saatiin lainaksi entiseltä työnantajaltani. Tämä koettiin hyvin toimivaksi ratkaisuksi päivän aikana.

Klo 11:00 ovet aukesivat messuyleisölle. Salon Seudun Osuuskauppa lahjoitti tilaisuuteen 150 ämpäriä, joihin noin 70 kappaleeseen lisättiin Salon alueen yritysten tapahtumaan lahjoittamia lahjakortteja. Tämä oli myös mainoksessa mainittu, joskaan lahjakorttien määrää ei oltu julkisesti kerrottu etukäteen. Klo 11:15 oli kaikki ämpärit jaettu ja messut käynnistetty virallisen avajaispuheen kera. Ensimmäisen puolen tunnin aikana messuille saapui hieman alle 600 kävijää.

Tapahtuman luonne oli puhtaasti verkostoituminen ja hyväntekeväisyys, joten päädyimme valitsemaan myös päivän esiintyjäksi sellaisen tahon, joka kuului messujen luonteeseen. Esiintyjänä toimi Rytminvaihdos, joka on Salolainen runo- ja lauluryhmä. Ryhmä on saanut alkunsa salon A-klinikan vertaistukityön pohjalta ja sen pääasiallinen ajatus on tuottaa hyvää mieltä ja edistää myös mukana olevien henkilöiden henkistä hyvinvointia.

Messujen aikana matkailualan opiskelijat kiersivät alueella langattomien mikrofoniensa kanssa ja haastattelivat mukana olevia tahoja. Tämän toiminnan avulla saatiin mahdollistettua se, että jokainen mukana oleva taho pääsi kertomaan omasta toiminnastaan vielä mikrofoni välityksellä messuilla vierailleille henkilöille.

Tapahtumia järjestettäessä kannattaa ottaa mukaan myös jonkinlainen yllätys, jonka avulla saadaan luotua mukana oleville tahoille lisäarvoa. Paikallinen liikunta-

alan yrittäjä Jumppahullu saatiin tulemaan mukaan talkoisiin ja vetämään koko messuyleisölle ja näytteilleasettajille pieni taukojumppa tapahtuman loppupäässä. Tämä oli selkeästi monen mukana olevan messuvieraan mielestä loistava ajatus ja tästä tuli paljon kiitosta. Kestoltaan ohjelmanumero ei ollut kuin viisitoista minuuttia, mutta näiden minuuttien avulla saatiin tapahtumaan luotua hieman yllätyksellisyyttä ja lisäarvoa.

Toiveena oli, että kaikki tahot olisivat pitäneet messupisteensä kasassa tuohon klo 16:00 asti. Messujen loppuvaiheilla oli kuitenkin havaittavissa, että kesto oli arvioitu hieman liian pitkäksi. Messut olivat yleisölle avoimet 11:00-16:00 välillä, mutta pieni osa näytteilleasettajista alkoi purkamaan omia kojujaan jo klo 15:30. Pohdimme olisiko messuaika pitänyt olla tunnin lyhyempi, vai olisiko tilaisuus pitänytkin alkaa jo klo 10:00 ja loppua klo 15:00.

4.3 Arviointi

Arviointi on keino, jonka avulla pystytään oppimaan tapahtumista. Mikäli arviointia ei ole, ei pystytä mittaamaan saavutettiin tavoitteita eikä tiedetä mitkä teot johtivat lopulliseen tulokseen. Arvioinnin avulla pystytään tunnistamaan ja ratkaisemaan ongelmia, parantamaan johtajuutta, mittaamaan tapahtuman onnistumisen laatua, määrittelemään tapahtuman vaikutuksia ja saavuttaa hyväksyntää ja uskottavuutta. (Getz 2005, 377.)

Arvioinnin perustyyppit voidaan jakaa kolmeen erilaiseen ryhmään; formatiiviseen arviointiin, prosessin arviointiin ja lopputuloksen arviointiin. Formatiiivista arviointia käytetään suunnitteluvaiheessa ja se sisältää tarpeiden arvioinnin lisäksi myös haluttujen tuotteiden luomista. Prosessin arviointia käytetään itse tapahtumassa laatua tarkkaillen ja havainnoiden. Sen avulla pyritään parantamaan tehokkuutta ja määrittelemään toimiiko tapahtuma suunnitellusti, vai tarvitseeko mahdollisesti muuttaa joitakin toimintoja. Lopputuloksen arviointi suoritetaan tapahtuman jälkeen ja sen avulla pyritään arviomaan tapahtuman kokonaisvaikutuksia ja sitä ollaanko tapahtuman avulla saavutettu kaikki halutut tavoitteet. (Getz 2005, 378.) Vaikka arvioinkin kaikkien näi-

den tapojen avulla työtäni, haluan opinnäytetyössäni keskittyä nimenomaan lopputuloksen arviointiin ja käyttää asiakastyytyväisyyskyselyä arvioimaan tapahtuman onnistuneisuutta.

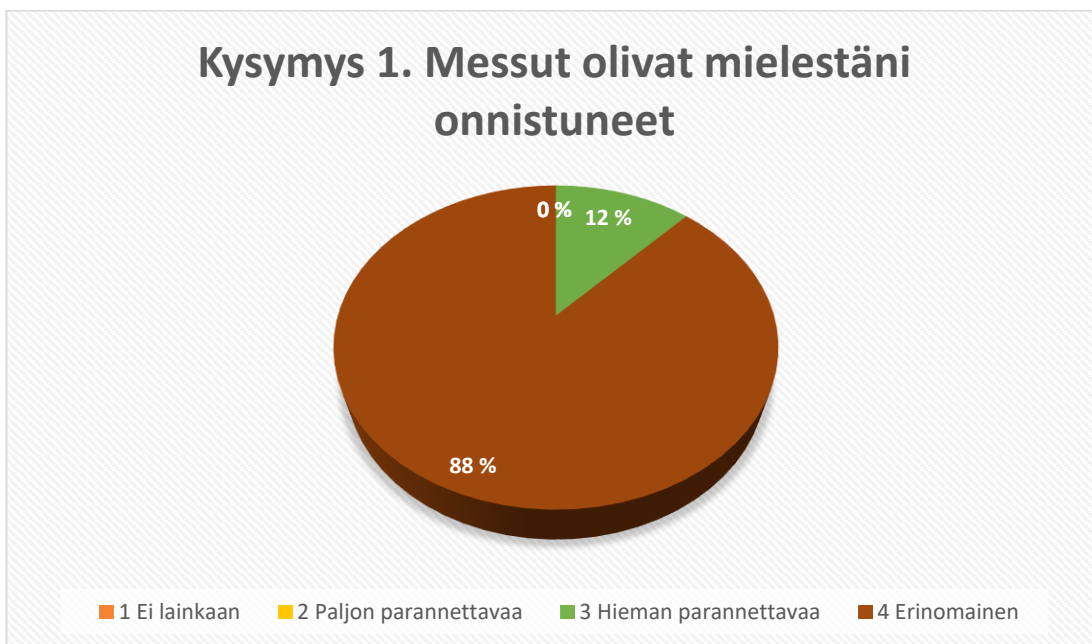
Parhaimman arvioinnin tapahtuman onnistumisesta osaavat määritellä ne henkilöt, jotka tapahtumassa ovat olleet osallisina. Jos tapahtumassa onnistutaan luomaan onnistunut asiakaskokemus, on tapahtuma ollut menestyksellinen. On tärkeä tietää, miten kävijät kokivat tapahtuman, mitä olisi voitu tehdä toisin ja vastasiko tapahtuma lainkaan heidän ennako-odotuksiaan. (Vallo & Häyrinen 2016, 224.)

Palautteen keräystapoja on monenlaisia. On tärkeää pohtia, onko tapahtuman luonne sellainen, että palaute kannattaa kerätä paikan päällä kirjallisella palautelomakkeella, vai voidaanko käyttää sähköistä palautelomaketta, tehdä palautetta sähköpostitse tai mahdollisesti myös puhelimitse jälkikäteen. Kysymykset tulee laatia siten, että vastausten perusteella pystytään muodostamaan kokonaiskuva tapahtuman onnistumisesta ja siitä ollaanko aluksi määritellyt tavoitteet saatu toteutettua. Tämän avulla organisaation hiljainen tieto ja osaaminen kasvavat ja pystytään oppimaan tulevaisuutta varten parempia keinoja luoda tämänkaltaista tapahtumaa. (Vallo & Häyrinen 2016, 224-225.)

Tavoitteiden toteutumisen mittaaminen tapahtui kyselylomakkeen avulla, josta koostettiin yleinen arviointi siitä, miten tavoitteet olivat toteutuneet ja miten tapahtumaa voitaisiin kehittää seuraavina vuosina. Kyselylomaketta suunniteltaessa ja pohtiessani vaihtoehtoja sähköisen lomakkeen ja paperisen messuilla jaettavan lomakkeen välillä, päädyin siihen, että osallistuville tahoille jaetaan messujen loppuvaiheella kyselylomake, jonka he täyttävät ennen poistumistaan messuilta. Näin saamme mahdollisimman suuren vastausprosentin. Halusin myös suorittaa lomakkeen jakamisen tahoille henkilökohtaisesti, jotta pystyisin samalla ottamaan henkilökohtaisen kontaktin kaikkiin mukana oleviin tahoihin ja samalla myös verkostoitumaan.

Jaettu kyselylomake (Liite 1) Koostui 5 kohdasta; kolmesta kohdasta, joissa arvioitiin asteikolla 1-4 onnistumista ja kahdesta kohdasta jotka olivat ns. avoimia kysymyksiä, jotta saataisiin vielä tarkemmin määriteltyä ne asiat, joihin mahdollisesti toivottaisiin

ensi vuonna parantamista. Lomakkeet jaettiin jokaiselle näytteilleasettajalle, eli lomakkeita oli yhteensä 122 kappaletta (yksi lomake jokaiselle mukana olevalle taholle). Näistä palautettiin täytettynä 102 kappaletta. Saimme vastausprosentiksi noin 84%, joka mielestäni on aika korkea ja kertoo siitä, että valittu tapa suorittaa kysely on ollut oikea.

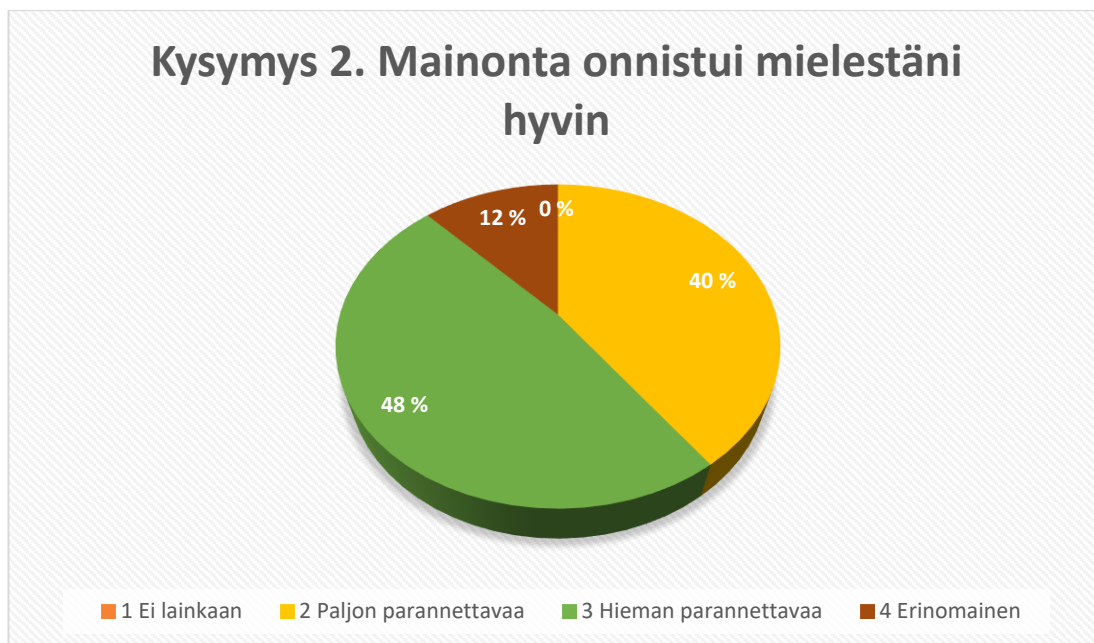


Kuvio 2 Kysymys 1. Messut olivat mielestäni onnistuneet

Kuviosta 2 yläpuolella ilmenee, että osallistuvat tahot ovat kokeneet messut hyvin onnistuneiksi. 88 % vastaajista on sitä mieltä, että messut ovat onnistuneet. 12 % kokee, että vielä olisi hieman parannettavan varaa. Yhtään vastaajista ei vastanneet vaihtoehtoja; ei lainkaan, tai paljon parannettavaa mikä kertoo siitä, että mukana olevat tahot ovat kokeneet messut onnistuneiksi.

Messujen onnistumiseen saattaa vaikuttaa monet erilaiset asiat ja se, miten päivän aikana tilaisuus on sujunut. Moni mukana ollut taho mieltää onnistumisen siten, että on saatu kontaktoitua yleisöä, saatu mahdollisimman moni uusi ihminen mukaan toimintaan ja osa taas siihen, että on pystynyt päivän aikana verkostoitumaan mahdollisimman laajasti. Toinen voi kokea, että tapahtuma ei ole onnistunut, jos joku osa-alue on

ollut pielessä. Koen, että kysymys on hieman hankala tulkita, koska jokaisen omakohtainen subjektiivinen kokemus luo vastaukselle pohjan. Arvioinnista pystyy kuitenkin näkemään, että suuri osa mukana olleista tahoista on pitänyt messuja onnistuneina.



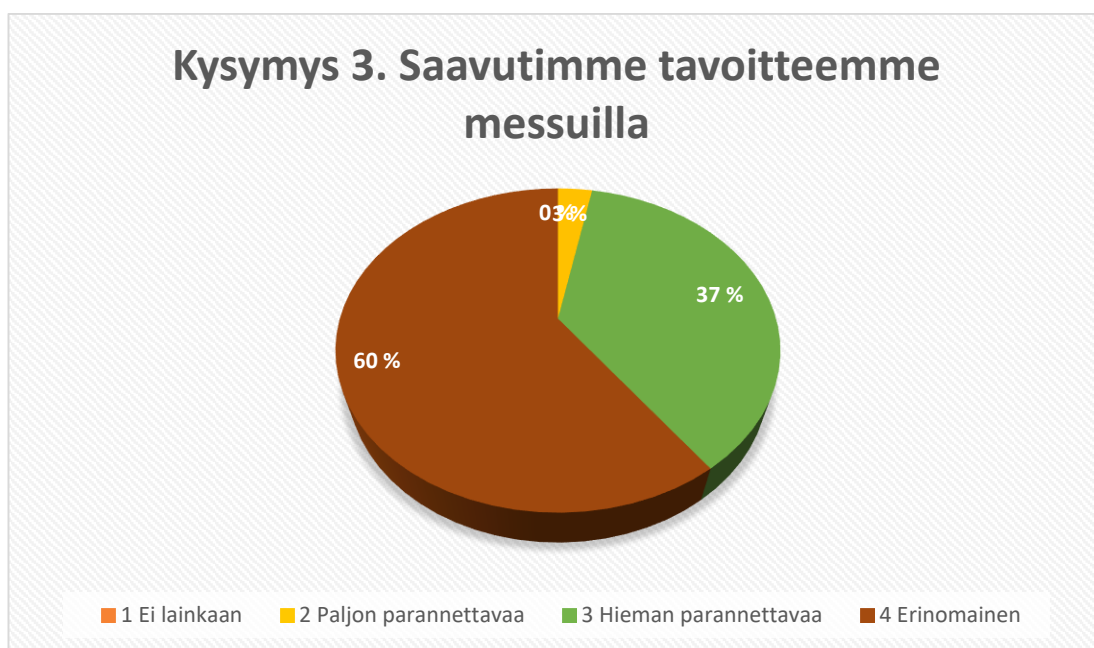
Kuvio 3: Kysymys 2 Mainonta onnistui mielestäni hyvin

Kuviosta 3 voimme todeta, että suuri osa messuilla mukana olleista tahoista kokee, että mainonnan suhteen olisi hyvin paljon vielä parannettavaa. Mainonta on koettu jostain syystä puutteelliseksi. 40% vastaajista oli sitä mieltä, että parannettavaa mainonnan suhteen olisi paljon, 48 % siten että parannettavaa olisi hieman ja 12 % on tyytyväisiä mainontaan.

Tiesin ennen tapahtumaa, että mainonnan kanssa saattaa tulla pieniä takaiskuja, koska yhdistyksellä ei ole lainkaan varallisuutta toteuttaa mainontaa. Suurin osa mainonnasta suoritettiin veloituksetta. Ennen messuja oli Salon alueen suurimmassa ilmaislevikissä (64000 kappaletta) Salonjokilaaksossa sivun kokoinen ennakkojuttu tulevista messuista. Ennen messuja sekä Salonjokilaaksossa, että Salon Seudun Sanomissa julkaistiin pieni muistutus messuista. Ennen messuja painatimme maksullisen mainoksen Salonjokilaaksoon. Salon Seudun Koulutuskuntayhtymän opiskelijat painattivat flyereitä, joita jaettiin Salon markkinoilla sekä esitteitä, jotka vietiin kauppojen ilmoitus-

tauluille. Mainontaa hoidettiin myös sosiaalisen median (Facebook, Twitter, nettisivut) kautta. Mielestäni toteutimme hyvin kattavan mainonnan, sillä budjetilla, joka yhdistykselle oli mahdollinen.

Uskoisin kuitenkin kompastuskivemme olleen se, ettei mainontaa lähdetty toteuttamaan tarpeeksi ajoissa ja emme käyttäneet mainontaan lainkaan yhdistysten ja mukana olevien tahojen mainontakanavia. Jätimme käyttämättä myös yhden ilmaisen mainoskanavan, eli tapahtumakalenterin joka julkaistaan Salon Seudun Sanomissa aina ennen viikonloppua. Tämä oli se mainoskanava, jossa monet olisivat toivoneet mainonnan näkyvän ja tästä oli myös erikseen mainittu viidessätoista palautetussa arviointilomakkeessa.



Kuvio 4 Kysymys 3 Saavutimme tavoitteemme messuilla

Tämä oli mielestäni hyvä mittari messujen onnistumiselle myös verkostoitumisen näkökulmasta 60 % näytteilleasettajista koki, että saavuttivat omat tavoitteensa erinomaisesti. 37 % koki, että vielä olisi hieman parannettavaa ja 3 % oli sitä mieltä, että parannettavaa olisi vielä paljon. Pohdin itsekseni, olivatko nämä 3 % mahdollisesti sellaisia tahoja, joissa messuille osallistui vain yksi henkilö. Näin ollen verkostoituminen saattaisi olla hankalaa toteuttaa, koska henkilöt eivät pystyisi poistumaan omalta

pisteeltään. Koen, että tahot joilla mukana messupisteellä oli monia henkilöitä, saavuttivat omat verkostoitumistavoitteensa helposti, koska pystyivät poistumaan vuorotellen pisteeltään tutustumaan muihin näytteilleasettajiin.

Tavoitteiden saavuttamiseen vaikuttivat myös jokaisen tahon omat tavoitteet. Toisilla tavoitteena oli päivän aikana puhtaasti verkostoitua toisten toimijoiden kanssa, toisilla tahoilla oli tavoitteena saada hankittua uusia jäseniä ja toiset tahot myivät omia tuotteitaan ja keräsivät tällä tavoin toiminnalleen rahaa. Tässäkin tulee miettiä se, onko tavoite jäänyt saavuttamatta tahon oman toiminnan tai tuotteen vuoksi, vai onko se jäänyt saavuttamatta siksi, että messuilla olisi joku osa-alue epäonnistunut.

Kyselylomakkeessa oli kaksi avointa kysymystä. Mitä toivoisit ensi vuodelle? Missä onnistuimme? Näiden kysymyksien vastaukset antoivat paljon hyviä neuvoja siitä, missä vielä on kehittämisen varaa ja samalla siinä missä asiakkaat näkivät meidän onnistuneen. Noin 95 prosenttia avoimista vastauksista sisälsi toiveen markkinoinnin parantamisesta ensi vuodelle, joten se oli selvästi se osa, johon melkein jokainen messuilla mukana ollut taho koki parantamisen varaa.

Avoimissa vastauksissa useat keskittyivät siihen, että meillä oli jätetty suuret käytävät, joilla oli helppo yleisön kävellä. Suuret kiitokset sai monelta kahvikärry, joka palveli alatasolla olevia näytteilleasettajiä, eikä heidän tarvinnut poistua messupisteeltä kahvia hakemaan yläkerran kahviosta. Henkilökunta ja tapahtuman toimivuus kokonaisuutena sai paljon kiitoksia ja mukana olevat tahot näkivät, että suunnitteluvaiheeseen oli käytetty riittävästi aikaa.

Kokonaisuudessaan palaute jota saatiin, oli 100 %: sti positiivista. Yhdessäkään palautelapussa ei ollut rivien välistä luettavissa tyytymättömyyttä, vaan päinvastoin suuri osa ilmoittautui jo ensi vuodeksi mukaan messuille. Tapahtuma oli kokonaisuudessaan hyvin onnistunut kaikin puolin, vaikkakin oli ensimmäinen tämänkaltainen tapahtuma Salon alueella.

4.4 Jälkitoimenpiteet

Vallo & Häyrynen määrittelevät kirjassaan tapahtuma on tilaisuus (2016) tapahtuman jälkitoimenpiteet. Tärkeänä osa-alueena on muistaa kiitokset asianosaisille, materiaalin toimittaminen, palautteen kerääminen ja työstäminen, yhteydenottopyyntöjen hoitaminen, yhteenveto tapahtumasta sekä tapahtuman jatkaminen sosiaalisessa mediassa. (Vallo & Häyrynen 2016, 189.)

Jälkitoimenpiteinä kiitettiin paikalla olleita vapaaehtoisia, koulun oppilaita ja kaikkia mukana olevia tahoja mikrofonin välityksellä. Oppilaiden kanssa pidetään palautepalaveri lokakuun lopussa, jossa he saavat vielä uudelleen kiitokset.

4.4.1 Jälkimarkkinointi

Tapahtuman jälkeen tulee muistaa jälkimarkkinointi. Se on tapahtumaa järjestävälle taholle tärkeä osa-alue, sillä sen avulla tapahtumanjärjestäjä osoittaa mukana oleville tahoille arvostaneensa heidän panostaan ja osallistumistaan tapahtumaan. (Vallo & Häyrynen 2016, 220.)

Jälkimarkkinointiin kuuluu olennaisena osana palautteen kerääminen sekä oman organisaation sisältä osallistuneille sekä ulkopuolisilta osallistujilta. Tämän palautteen perusteella kootaan yhteenveto, jota analysoidaan ja jonka tiimoilta saadaan tulevaisuuden tapahtumiin uusia oivalluksia. (Vallo & Häyrynen 2016, 220.)

Jälkimarkkinointina toimi mukana oleville tahoille s-postitse lähtenyt kiitoskirje. Siinä kiitin kaikkia tahoja siitä, että olivat mukana luomassa tällaista aika uudenlaista tapahtumaa ja samalla siitä, että ilman heitä, tämänkaltainen tapahtuma ei olisi onnistunut. Jälkimarkkinoinnin yhtenä osana oli mukana oleville tahoille vielä kooste heidän kaikkien antamasta palautteesta ja sen yhteenvedosta.

4.4.2 Yhteenveto ja palautepalaveri

Yleisötilaisuuden jälkeen on tärkeää järjestää tilaisuus, jossa tapahtumaa analysoidaan ja siitä annetaan palautetta. Tilaisuudessa eri toimijat pääsevät kertomaan oman näkemyksensä siitä, miten tilaisuus heidän näkökulmastaan sujui ja millaisiin asioihin tulisi jatkossa kiinnittää huomiota. Yhteenveto ja palautepalaveri ovat varsin tärkeä työkalu tulevaisuudessa järjestettäviä tapahtumia varten. Palaverissa käydään läpi tapahtuman kulku, saatu palaute ja arvioidaan samalla, miten tapahtuman toteutus onnistui kokonaisuudessaan. Palaveri kannattaa sijoittaa siten, että tapahtumat ovat vielä tuoreessa muistissa, jotta saadaan mahdollisimman realistinen kokonaiskuva. (Vallo & Häyrynen 2016, 228.)

Palaverissa kannattaa noudattaa hampurilaismallia. Ensiksi annetaan hyvät uutiset, sen jälkeen huonot uutiset ja lopuksi vielä jotakin hyvää. On myös hyvä muistaa, että jokaisessa tapahtumassa tapahtuu asioita joihin ei välttämättä olla osattu varautua. Palautepalaveri on tärkeä viedä läpi ammattitaitoisesti ja siten, että kaikki asiat tulee käsiteltyä, jolloin voidaan tulevaisuutta varten oppia tehdyistä virheistä. (Vallo & Häyrynen 2016, 229.)

Palaverista kannattaa luoda raportti, jotta saadaan tulevaisuutta varten luotua omaksi työkaluksi dokumentti, jonka perustana on mitkä asiat tapahtumassa toimi hyvin ja missä on vielä mahdollisesti opittavaa ja parantamisen varaa. (Vallo & Häyrynen 2016, 229.)

Henkilöstön kesken palautteet kerätään jälkipalaverissa, jonka yhteenveto lisätään ensi vuoden messuille ohjenuoraksi. Henkilöstöllä on varmasti omia mielipiteitä siitä, miten tapahtuma onnistui ja missä voidaan parantaa, joten nämä tulee ottaa huomioon loppupalaverissa. Palavereja järjestetään kaksi. Oppilaiden kanssa pidetään palautepalaveri lokakuun lopussa. Anna Tukesi ry: n vapaaehtoisten kanssa pidetään palautepalaveri marraskuun ensimmäisellä viikolla. Palaverit oli tarkoituksena pitää hyvin lähellä tapahtumaa, jotta asiat olisivat vielä tuoreessa muistissa, mutta syyslomaviikko muutti aikataulumme.

5 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tavoitteena ennen työn aloitusta oli saada aikaan kattava työ, jossa käydään läpi kokonaisuudessaan se mitä tämänkaltaisen tapahtuman suunnittelussa tulee ottaa huomioon, mitkä lait ja asetukset vaikuttavat tapahtuman suunnitteluun, miten tapahtumaa rakennetaan, mutta myös saada selville onko tämän kaltaiselle tapahtumalle tilausta. Työn oli tarkoitus olla ohjenuorana Anna Tukesi ry:lle seuraavina tulevina vuosina, kun messuja järjestetään uudelleen. Voisi sanoa, että tämä työ oli yhteenveto koko prosessista alusta loppuun ja sen avulla pystytään tulevaisuudessa pohtimaan, miten paljon tulee millekin osa-alueelle varata työtunteja.

Opinnäytetyöni jakautui sekä teoreettiseen, että toiminnalliseen osuuteen. Teoreettisessa osuudessa käsitelin tapahtumanjärjestämisen suunnittelemista, toteuttamista ja arviointia, kun taas toiminnallinen osuus koostui itse tapahtumasta ja asiakastytyväisyyskyselystä. Toiminnallisessa osiossa selvitettiin, onko tämän kaltaiselle tapahtumalle tilausta? Päästiinkö tavoitteisiin? Ja mihin osaan mahdollisesti tulisi kiinnittää huomiota mahdollisesti tulevaisuudessa?

Keskityin työssäni hyvin paljon lakeihin ja asetuksiin, johtuen siitä, suuntautumisvaihtoehtoni on yritys juridiikka, jolloin lait ja asetukset ovat hyvin suuri osa-alue omaa päivittäistä työtäni tulevaisuudessa. Halusin työn sisältävän näytön siitä, että osaan ottaa huomioon oikeudelliset seikat jotka vaikuttavat tapahtuman järjestämiseen. Huomasin että tämä osa-alue vei aikaa, sillä lakeja ja asetuksia, jotka vaikuttavat tapahtumaan, on todella paljon. Jätin työssäni käymättä läpi sellaiset lait, asetukset ja suositukset, jotka eivät olennaisesti liittyneet juuri tähän messutapahtumaan mm. anniskeluasetukset, meluhaitat, Teosto asetukset ja räjähteiden käytöstä annetut asetukset.

Tavoitteet messuilla toteutuivat. Mukaan toivottiin 60-80 näytteilleasettajaa, mutta mukaan saatiin 122. Messuvierailijoita toivottiin paikalle 800-1000 kappaletta ja tämä määrä myös tuplattiin, sillä messuille osallistui noin 1500-2000 kävijää. Tavoitteista tärkeimpänä pidän kuitenkin toimijoiden keskinäistä verkostoitumista, joka oli lähtökohta tälle idealle messuista. Alueella on paljon toimijoita, jotka eivät tiedä toistensa tarjoamista palveluista ja olikin hienoa nähdä, miten mukana olevat näytteilleasettajat

olivat ymmärtäneet messujen tarkoituksen. Saimme palautetta paljon siitä, että oli saatu luotua pieniä toiminnallisia ryhmiä, joissa lähdetään toteuttamaan jotain projekteja Salon alueella. Messuilla solmittiin myös muutamia yhteistyösopimuksia yritysten kesken. Mielestäni tällä osa-alueella onnistuimme enemmän kuin hyvin.

Tulevaisuudessa tapahtumaa suunniteltaessa kannattaa ottaa pohdintaan markkinoinnin keinoja lisää, koska se oli ainoa kompastuskivi messuissa. Mikäli mainontaa alettaisiin toteuttamaan jo hyvissä ajoin, voisi myös mukana olevat näytteilleasettajat mainostaa tapahtumaa omissa tapahtumissaan. Monella yhdistyksellä on myös sisäisiä lehtiä, ilmoituskanavia, joita tulevaisuudessa kannattaisi käyttää hyödyksi vielä enemmän. Mahdollisuutena ensi vuodelle on myös etsiä muutama sponsori, jotka maksaisivat lehtimainokset. Messujen keston kannattaa myös tulevaisuudessa kiinnittää huomiota. Messujen loppuvaiheilla oli havaittavissa, että kesto oli arvioitu hieman liian pitkäksi. Messut olivat yleisölle avoimet 11:00-16:00 välillä, mutta pieni osa näytteilleasettajista alkoi purkamaan omia kokujaan jo klo 15:30. Kannattaa tulevaisuudessa miettiä tulisiko kellonaikaa mahdollisesti muuttaa, tai pudottaa viimeinen tunti pois?

Tapahtumaa järjestettäessä tulee suunnittelutyölle varata aikaa. Kannattaa miettiä tarkkaan mahdollisia riskejä ja varautua niihin mahdollisimman hyvin jo ennalta. Tapahtuman järjestämiseen liittyy paljon lakeja ja asetuksia, jotka tulee ottaa hyvin selville. Tulee muistaa, että tapahtuman järjestäjällä on vastuu siitä, että kaikkia lakeja ja asetuksia noudatetaan. On tärkeää, että tapahtuma nähdään suurena kokonaisuutena ja alkuvaiheessa pystytään hahmottamaan se, miten tapahtuma tulee ideaalilanteessa kulkemaan.

Vaikka messuille mukana oleville näytteilleasettajille tehtiin määrällinen tutkimus siitä, miten hyödylliseksi he kokivat messut, ei mielestäni vielä pystytä suoraan sanomaan hyötyä, mikä tapahtuman avulla on saavutettu. Tämän vuoksi kaikille mukana oleville toimijoille lähetetään vielä 2017 vuoden alussa uusi sähköinen kysely, jossa he pääsevät analysoimaan sitä, ollaanko messujen avulla saatu myös mahdollisia yhteistyökuvioita aikaiseksi. Se, että messujen aikana näytteilleasettajat ovat verkostoituneet ja saaneet hankittua uusia jäseniä, ei vielä kerro sitä, miten tulevaisuudessa mahdollisia yhteistyökuvioita pystytään toteuttamaan. Suuri osa vastaajista kuitenkin koki jo kyselyyn vastatessa saaneensa hyödyn messuilta, joten osalle jo pelkästään uusien

jäsenien hankinta ja omasta toiminnasta informoiminen yleisölle on voinut olla haluttu tavoite. Messujen aikana kävi selväksi, että tarvetta tämän kaltaiselle tapahtumalle on ollut jo pitkään. Annetuista palautteista pystytään koostamaan seuraaville vuosille mahdollisia parannuksia ja kehittämään täten parempi tapahtuma.

Vaikeus opinnäytetyössäni on ollut saada rajattua lopullista tekstiä. Karsiminen on hyvin hankalaa tapahtumasta, jota on itse jäsentänyt, suunnitellut ja toteuttanut. Se, että saa vuoden työn tiivistettyä reiluun neljäänkymmeneen sivuun on haastavaa. Koen kuitenkin, että olen onnistunut vastaamaan opinnäytetyöni alkupäässä esitettyihin kysymyksiin työn edetessä. Näen myös, että rajaamalla työni tällä tavoin, sain punaisen langan kulkemaan koko työn läpi yhtenäisesti, enkä sortunut sivuraiteille. Kokonaisuudessaan tapahtuman järjestäminen on ollut vuoden työskä, joka nyt on ohitse. Tapahtumalle on selvästi kysyntää ja tätä opinnäytetyötä pystytään hyödyntämään tulevaisuudessa ohjenuorana, kun tapahtumaa tehdään uudelleen. Uskoisin, että Auttaja –messut ovat tästä eteenpäin joka vuotinen verkostoitumistapahtuma Salon alueella ja olisi hienoa saada tätä konseptia vietyä myös Salon ulkopuolelle.

LÄHTEET

Anna Tukesi ry:n www-sivut. www.annatukesi.net. Viitattu 14.9.2016

Elintarvikelaki 23/2006. L.13.1.2006/23 muutoksineen.

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

Eviran www-sivut. https://www.evira.fi/globalassets/tietoa-evirasta/lomakkeet-ja-ohjeet/elintarvikkeet/ulkomyynti/ulkomyyntiohje_2012.pdf. Viitattu 14.10.2016.

Iiskola-Kesonen, H. 2006. Mitä, miksi, kuinka? Käsikirja tapahtumajärjestäjille. Helsinki: Suomen Liikunta ja Urheilu ry.

Järjestyslaki 612/2003. L.27.6.2003/612 muutoksineen.

Jätelaki 646/2011. L.17.6.2011/646 muutoksineen.

Karjaluoto, H. 2010. Digitaalinen markkinointiviestintä. Jyväskylä: Docendo.

Kauhanen J, Juurakko A & Kauhanen V. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. 2002. Vantaa: Dark Oy.

Kokoontumislaki 530/1999. L. 22.4.1999/530 muutoksineen.

Kuluttajaturvallisuuslaki 920/2011. L. 22.7.2011/920 muutoksineen.

Laki järjestyksenvalvojista 533/1999. L.22.4.1999/533 muutoksineen.

Laki yksityisistä turvallisuuspalveluksista 1085/2015. L.21.8.2015/1085 muutoksineen.

Lampinen Jari. Ekologisen ja turvallisen yleisötilaisuuden järjestämisopas. 2011. Pori: Suomen Ympäristö- ja Terveysalan kustannus OY.

Lehtinen, P. 2016. Anna Tukesi ry:n hallituksen puheenjohtaja. Haastattelu 12.2.2016.

Löytötavaralaki 778/1988. L.26.8.1988/778 muutoksineen.

Maankäyttö ja rakennusasetus. 10.9.1999/895 muutoksineen.

Oksman, V., Linna, J., Ainasoja, M., Tammela, A., Riihikoski, J. & Lammi, H. Next Media – a Tivit Programme. 2011. Mainonta yhteisöllisessä mediassa. Pdf-tiedosto. Saatavissa: <http://bot.fi/1o1z>. Luettu 10.10.2016.

Paasonen, J. 2013. Yleisötilaisuuksien turvallisuus. Tallinna: Tallinna Raamatutruki-koda.

Pelastuslaki 379/2011. L.29.4.2011/379 muutoksineen.

Rissanen, T. 2002. Projektilla tulokseen. Jyväskylä: Gummerus.

Rope, T. 2011. Voita markkinoinnilla. Helsinki: Kauppakamari.

Shone, A & Parry, B. 2013. Successful event management. Southampton Business School: Cengage learning.

Sosiaali- ja terveystieteiden ministeriön antama asetus suurten yleisötilaisuuksien hygieenisistä järjestelyistä ja jätehuollosta 405/2009.

Terveydensuojelulaki 763/1994. L.19.8.1994/763 muutoksineen.

Tupakkalaki 693/1976. L.6.1.1976 muutoksineen.

Työturvallisuuslaki 738/2002. L.23.8.2002/738 muutoksineen.

Vallo, H. & Häyrynen, E. 2003. Tapahtuma on tilaisuus: opas onnistuneen tapahtuman järjestämiseen. Helsinki: Tietosanoma Oy.

Vallo, H & Häyrynen, E. Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. 2016. Tallinna: Printon.

Valtioneuvoston asetus jätteistä 179/2012. Annettu 19.4.2012/179 muutoksineen.

Valtioneuvoston asetus pelastustoimesta 407/2011. L. 5.5.2011/407 muutoksineen.

Ympäristöministeriön asetus F2 rakennuksen käyttöturvallisuudesta. Annettu Helsingissä 1.3.2001.

Vilka, H & Airaksinen, T. 2004. Toiminnallinen opinnäytetyö. Helsinki: Tammi

Liite 1 Asiakastyytyväisyys kyselylomake messuille osallistuvilla tahoilla

Liite 1

AUTTAJA 2016 –messut järjestettiin tänä vuonna ensimmäistä kertaa. Kerro meille missä onnistuimme ja miten voisimme kehittää messuja ensi vuodelle

1) Messut olivat mielestäni onnistuneet

(Ympyröi numero, 1 = Ei lainkaan, 2 = Paljon parannettavaa, 3 = Hieman parannettavaa, 4 = Erinomainen)

1 2 3 4

2) Mainonta onnistui mielestäni hyvin

(Ympyröi numero, 1 = Ei lainkaan, 2 = Paljon parannettavaa, 3 = Hieman parannettavaa, 4 = Erinomainen)

1 2 3 4

3) Saavutimme tavoitteemme messuilla (jäsenhankinta, varainhankinta, verkostoituminen)

(Ympyröi numero, 1 = Ei lainkaan, 2 = Paljon parannettavaa, 3 = Hieman parannettavaa, 4 = Erinomainen)

1 2 3 4

4) Missä onnistuimme?

5) Mitä toivoisit ensi vuodelle?