

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Johdon assistenttityö ja kielet / Kielet ja kulttuuri

Nina Happonen

NUORIA AIKUISIA KIINNOSTAVAN TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN
SUOMI-ESPANJA SEURALLE

Opinnäytetyö 2012

TIIVISTELMÄ

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Johdon assistenttityön ja kielten koulutusohjelma

HAPPONEN, NINA

NUORIA AIKUISIA KIINNOSTAVAN TAPAHTUMAN
JÄRJESTÄMINEN SUOMI-ESPANJA SEURALLE

Opinnäytetyö

39 sivua + 7 liitesivua

Työn ohjaaja

Lehtori Päivi Korhonen

Toimeksiantaja

Suomi-Espanja Seura ry

Elokuu 2012

Avainsanat

tapahtuman järjestäminen, kyselytutkimus, Espanja, yleisö-
tilaisuus

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön aiheena on tapahtuman järjestäminen Suomi-Espanja Seuralle. Seuran jäsenten keski-ikä on melko korkea, mutta vähitellen seuraan on liittynyt yhä nuorempia jäseniä. Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää, millaisia tapahtumia nuoret aikuiset kaipaavat, ja järjestää tulosten pohjalta tapahtuma. Tapahtuman tuli olla sellainen, että kaikki seuran jäsenet, iästä riippumatta, pystyivät siihen osallistumaan.

Tutkimusmenetelmänä käytettiin kyselylomaketta, joka julkaistiin seuran kotisivuilla sekä seuran Facebook-sivuilla. Opinnäytetyön materiaaleina käytettiin alan kirjallisuutta ja Internet-lähteitä.

Tapahtuman suunnittelu alkoi kyselylomakkeen laatimisella ja loppui palautteen keräämiseen. Tutkimustulosten mukaan Suomi-Espanja Seura on pystynyt tarjoamaan jäsenilleen heitä kiinnostavia tapahtumia, mutta seuran tulisi laajentaa toimintaansa pääkaupunkiseudun ulkopuolelle.

Rento ilta kulttuurikeskus Caisan olohuoneessa järjestettiin lauantaina 10.3.2012. Palautelomakkeiden perusteella osallistujat olivat tyytyväisiä iltaan ja toivoivat lisää samanlaisia tapahtumia.

ABSTRACT

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

University of Applied Sciences

Multilingual Management Assistant

HAPPONEN, NINA

THE STAGING OF AN EVENT FOR FINNISH-
SPANISH SOCIETY DESIGNED ESPECIALLY FOR
YOUNG ADULTS

Bachelor's Thesis

39 pages + 7 pages of appendices

Supervisor

Päivi Korhonen, Senior lecturer

Commissioned by

Finnish-Spanish Society ry

August 2012

Keywords

the staging of an event, target group research, Spain, public
event

The subject of this functional thesis was to organise an event for Finnish-Spanish society ry. Average age of the members is quite high, but recently even younger adults have joined the society.

The purpose of this thesis was to find out what kind of events are needed and organise an event based on the results. The event had to be suitable for all the members regardless their age.

The used research method was a survey questionnaire, which was published at the society's webpage and facebook page. Internet and printed literature were used as sources for this thesis. Staging an event started with drawing a questionnaire and ended with collecting the feedback.

Results show that Finnish-Spanish society has managed to offer interesting events to their members, but they should extend their operations outside the metropolitan area. A casual evening at the community centre Caisa's living room was organised on Saturday 10.3.2012. Based on the feedback, the participants were satisfied with the evening and wished for more similar events in the future.

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1 JOHDANTO	6
1.1 Suomi-Espanja Seura ry	6
1.1.1 Jäsenyys	6
1.1.2 Tapahtumat	6
1.2 Työn tavoite	7
1.3 Työn rakenne	7
2 ESPANJALAINEN KULTTUURI	7
2.1 Espanjan kieli	8
2.2 Ruokakulttuuri	8
2.3 Musiikki	9
3 KYSELYLOMAKE	9
3.1 Kyselyn tavoite ja kohderyhmä	10
3.2 Kyselylomakkeen laatimisen vaiheet	10
3.3 Hyvän lomakkeen tunnusmerkkejä	10
3.4 Kysymystyypit	11
3.5 Kysymysten sisältö ja muotoilu	12
3.6 Tiedonkeruu	12
3.7 Reliaabelius ja validius	14
4 TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN	14
4.1 Suunnitteluvaihe	15
4.1.1 Tavoite	15
4.1.2 Kohderyhmä	16
4.1.3 Tapahtumalajit ja budjetti	16
4.1.4 Paikka, ajankohta ja kesto	18
4.1.5 Lupa- ja ilmoitusasiat	19
4.1.6 Riskit	19

4.1.7 Markkinointi	20
4.1.8 Tapahtumabrief	21
4.2 Tapahtuman toteutus	21
4.3 Jälkimarkkinointi	22
5 SUOMI-ESPANJA SEURAN TAPAHTUMAKYSELY	22
6 RENTO ILLANVIETTO CAISAN OLOHUONEESSA	29
6.1 Suunnitteluvaihe	30
6.2 Tapahtuman toteutus	32
6.3 Tapahtuman arviointi	33
7 YHTEENVETO JA POHDINTA	34
LÄHTEET	38
LIITTEET	
LIITE 1: Suomi-Espanja Seuran tapahtumakysely 2012	
LIITE 2: Tapahtumabrief	
LIITE 3: Palautelomake	
LIITE 4: Quiz en español	
LIITE 5: Internet-ilmoitus tapahtuman jälkeen	
LIITE 6: Lehti-ilmoitus	

1 JOHDANTO

Idea opinnäytetyöhöni syntyi kiinnostuksestani espanjalaista kulttuuria kohtaan. Olin lukuvuoden 2010–2011 vaihdossa Valenciassa, Espanjassa, minkä johdosta kiinnostukseni espanjan kieltä ja kulttuuria kohtaan lisääntyi. Otin yhteyttä Suomi-Espanja Seuran puheenjohtajaan, ja hän oli valmis tarjoamaan minulle mahdollisuuden järjestää seuralle tapahtuman osana opinnäytetyötäni. Opinnäytetyöni toimeksiantaja on Suomi-Espanja Seura ry.

1.1 Suomi-Espanja Seura ry

Suomi-Espanja Seura ry on perustettu vuonna 1957. Suomi-Espanja Seura on ystävyysseura, jonka tavoitteena on kehittää Suomen ja Espanjan välisiä suhteita, lisätä espanjalaisen kulttuurin, kielen ja yhteiskunnan tuntemusta Suomessa sekä lisätä Suomen tunnettavuutta Espanjassa. Seura toimii pääsääntöisesti pääkaupunkiseudulla. (Suomi-Espanja Seura ry 2012.)

1.1.1 Jäsenyys

Seurassa on tällä hetkellä jo noin 600 jäsentä. Vuosina 2011 ja 2012 seuran jäsenmaksu on ollut 25 euroa ja liittymismaksu 5 euroa. Seuran jäseneksi voi liittyä täyttämällä sähköisen jäsenhakemuksen seuran kotisivuilla tai lähettämällä jäsenhakemuksen seuran toimistolle. Toimisto ja seuran kirjasto sijaitsevat Helsingissä, osoitteessa Annankatu 25 ja ovat jäsenten käytettävissä puhelinpäivystysaikoihin. Liittymällä seuran jäseneksi pääsee nauttimaan muun muassa seuran lehdestä neljä kertaa vuodessa, kielikursseista, kulttuuri- ja jäsentapahtumista, neuvontapalveluista, käsikirjastosta sekä jäsenkirjeistä, joissa on ajankohtaista asiaa. Jäsenet saavat myös alennusta espanjan oppikirjoista ja matkaoppaista sekä ruokatarjouksia. (Suomi-Espanja Seura ry 2012.)

1.1.2 Tapahtumat

Suomi-Espanja Seura järjestää vuosittain noin 4–8 tapahtumaa. Viime vuonna seura järjesti esimerkiksi retkiä näyttelyihin, erilaisia ravintolailtoja ja espanjalaisen elokuvan viikon. Lisäksi marraskuussa 2011 alkoi kummitoiminta, jonka tarkoituksena on auttaa Suomessa asuvia espanjalaisia tutustumaan Suomeen ja suomalaiseen kulttuuri-

riin. Kummitoiminta on hyvä mahdollisuus tutustua espanjan kielisiin ihmisiin ja ylläpitää espanjan kielitaitoa. Kummitoiminta on järjestetty yhteistyössä Club Españolin kanssa. (Suomi-Espanja Seura ry 2012.) Club Españolin jäseniä ovat Suomessa asuvat espanjalaiset, ja seuran päämäärä on sosiaalinen ja kulttuurillinen (Club Español 2012).

1.2 Työn tavoite

Opinnäytetyön tavoitteena on suunnitella Suomi-Espanja Seura ry:lle onnistunut tapahtuma kyselylomakkeen vastausten perusteella. Työn tavoitteena on myös selvittää, mitä tapahtuman järjestämisessä tulee ottaa huomioon ja kuinka tapahtuma järjestetään.

1.3 Työn rakenne

Opinnäytetyö koostuu seitsemästä pääluvusta. Opinnäytetyö alkaa espanjalaisen kulttuurin esittelyllä, jonka jälkeen käydään läpi kyselylomakkeen luomisen ja tapahtuman järjestämisen teoriaa. Kyselylomakkeen luomisen teoriaosion tarkoituksena on antaa tietoa, mikä kyselylomakkeen tavoite ja tarkoitus on, kuinka se laaditaan ja kuinka varmistetaan tulosten luotettavuus. Tapahtuman järjestämisen teoriaosiossa käydään läpi osio kerrallaan, mitä tulee tehdä ennen tapahtuman järjestämistä, sen aikana ja sen jälkeen. Viides luku kertoo Suomi-Espanja Seuran kysymyslomakkeen luomisesta ja kuudes luku kertoo, kuinka rento illanvietto kulttuurikeskus Caisan olohuoneessa suunniteltiin, toteutettiin ja kuinka se onnistui. Viimeinen luku sisältää yhteenvedon ja pohdinnan.

2 ESPANJALAINEN KULTTUURI

Espanjan kuningaskunta sijaitsee Lounais-Euroopassa, ja sitä reunustavat Välimeri, Atlantin valtameri, Biskajanlahti ja Pyreneet. Espanjassa on noin 47 miljoonaa asukasta, ja tällä hetkellä Espanja on asukasluvun perusteella maailman 27 suurin valtio. (The World Factbook 2012.) Espanjan kuninkaana on toiminut 22.11.1975 lähtien Juan Carlos (Casa de Su Majestad el Rey 2012).

Espanjan kulttuurielämä on hyvin monipuolinen. Espanjassa on 40 UNESCO:n maailmanperintökohdetta, mikä on toiseksi eniten maailman maista. Espanja tunnetaan maailmanlaajuisesti flamenco-musiikista ja -tanssista, härkätaisteluista sekä auringosta ja rannoista. (Espanjan kulttuuri 2012.) Rantaviivaa Espanjalla on 4 964 km. Suurimmat kaupungit ovat pääkaupunki Madrid (5,762 milj.), Barcelona (5,029 milj.) ja Valencia (812 000). (The World Factbook 2012.)

2.1 Espanjan kieli

Espanjassa virallinen kieli on castellano eli espanjan kieli, jota puhuu 74 % väestöstä. Castellanon lisäksi Espanjassa on kolme muuta virallista kieltä. Katalaani on virallinen kieli Kataloniassa, Baleaareilla ja Valencian alueella, ja sitä puhuu 17 % väestöstä. Galician kieltä puhuu 7 % väestöstä, ja sitä puhutaan Galiciassa. Baskin kieltä puhuu 2 % väestöstä, ja sitä puhutaan Baskimaalla. (The World Factbook 2012.)

Lähes kaikkialla Etelä-Amerikassa, Keski-Amerikassa ja Espanjassa puhutaan espanjan kieltä virallisena kielenä. Espanjan kieltä puhutaan virallisena kielenä 20 eri valtiossa Espanjan lisäksi. Näitä valtioita ovat muun muassa Meksiko, Argentiina ja Kolumbia. Espanja on noin 377 940 000 ihmisen äidinkieli. (Donde se habla Español 2011.)

2.2 Ruokakulttuuri

Espanjan ruokakulttuuri on saanut vaikutteita kolmesta eri asiasta: maan maantieteellisistä eroista, kulttuurieroista maan sisällä sekä ilmasto-eroista. Erilaiset merelliset ruokalajit ovat keskeisiä Espanjassa, sillä Espanja sijaitsee niemimaalla ja siihen kuuluu useita saaria. Merenkululla on myös ollut suuri merkitys Espanjan historiassa. Espanjan ruokakulttuuria pidetään yhtenä maailman terveellisimmistä ja aineksiltaan tuoreimmista. Espanjassa on lukuisia erilaisia reseptejä, mutta vain osa niistä esiintyy maan kaikissa osissa. Näitä ruokalajeja ovat esimerkiksi tortilla de patata eli perunaomeletti, paella, erilaiset makkararuoat, jamón serrano -kinkku sekä espanjalaiset juustot. (Espanjan ruokakulttuuri 2012.)

Tapakset ovat suosittuja syötäviä Espanjassa. Ne voivat olla pieniä annoksia makkaroituja, juustoja ja muita tuotteita. Yleensä tapakset nautitaan viinin, oluen tai liköörin

kanssa. (Qué son las tapas? 2012.) Sangria on tyypillinen espanjalainen juoma, joka koostuu punaviinistä sekä hedelmistä. Monet eivät tiedä, että sangrian voi myös valmistaa valkoviinistä. Yleisimpiä hedelmiä, joita käytetään sangrian valmistuksessa, ovat appelsiinit, sitruunat ja omenat. Lisäksi voidaan käyttää myös ananasta, persikoita, mangoa, kirsikoita ja melonia. (Rivadeneira, 2010.)

Eri alueiden ruokalajeille ja ruokakulttuureille on olemassa yhteisiä luonteenpiirteitä. Espanjassa käytetään oliiviöljyä ruoan valmistuksessa ja sofritoa ruokalajien valmistuksen aloituksen yhteydessä. Sipulia ja valkosipulia käytetään tuomaan makua ruokaan ja leipää tarjotaan ruoan kanssa. Espanjalaiset juovat usein viiniä ruoan kanssa ja syövät paljon salaatteja, varsinkin kesäisin. Hedelmiä ja maitotuotteita käytetään jälkiruoissa, mutta esimerkiksi torttuja ja kakkuja syödään vain erikoisissa tapahtumissa. (Espanjan ruokakulttuuri 2012.)

2.3 Musiikki

Kun puhutaan espanjalaisesta musiikista, tulee monille ensimmäisenä mieleen flamenco tai akustinen kitara. Espanjalainen musiikki on paljon muuta. Se on erittäin vaihtelevaa alueelta toiselle. Flamenco on suosittua lähinnä Andaluciassa. Galician musiikilla on enemmän yhteisiä piirteitä kelttiläisiin perinteisiin Irlannissa ja Ranskassa kuin Baskimaan musiikkiin, vaikka Baskimaa on naapurimaakunta. Ominaisia alueellisia musiikkityylilajeja löytyy Aragonin, Catalanian, Valencian, Castilen, Lliónin ja Asturiaksen maakunnista. Madridista ja Barcelonasta tulee paljon pop-, rock-, hip hop - ja heavy metal -musiikkia. (Espanja musiikki 2012.)

3 KYSELYLOMAKE

Aineistoa voi kerätä kyselyn avulla. Kysely on survey-tutkimuksen keskeinen menetelmä. Survey on englanninkielinen termi, ja se tarkoittaa sellaisia kyselyn, haastattelun ja havainnoinnin muotoja, joissa aineistoa kerätään standardoidusti ja joissa kohdehenkilöt muodostavat otoksen tai näytteen tietystä perusjoukosta. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 193.)

3.1 Kyselyn tavoite ja kohderyhmä

Ennen kuin kyselylomakkeen laatiminen aloitetaan, tulee tutkimuksen tavoitteen olla täysin selvillä. Tutkimuksen tekijän tulee tietää, mihin kysymyksiin hän etsii vastauksia. On selvitettävä, mitkä ovat ne taustatekijät, joilla voi olla vaikutusta tutkittaviin asioihin, ellei niistä ole etukäteen teorian antamaa tietoa. On tärkeää varmistaa, että tutkittava asia saadaan selvitettyä kysymysten avulla. Lisäksi on mietittävä, tarvitseeko vastausten johdonmukaisuus varmistaa kontrollikysymyksillä. Kysymyksiä ei voi parannella tai muuttaa enää tiedonkeruun jälkeen. Tutkimuksen perusjoukko on se tutkittava kohdejoukko, josta tietoa halutaan. Kohdejoukko on määritettävä tarkasti, ennen kuin siitä pystytään valitsemaan mahdollisimman edustava otos. (Heikkilä 2010, 34, 47.)

3.2 Kyselylomakkeen laatimisen vaiheet

Tärkein vastaamiseen vaikuttava seikka on tutkimuksen aihe, mutta tutkimuksen onnistumista tehostaa myös lomakkeen laadinta ja kysymysten suunnittelu. (Hirsjärvi ym. 2009, 198.) Kysymysten laatiminen on erittäin suuressa osassa, kun aloitetaan kyselylomakkeen luominen. Kysymysten muoto on yksi suurimmista virheiden aiheuttajista, joten kysymysten suunnitteluun ja muotoiluun kannattaa käyttää aikaa. Jos tutkimuslomake on suunniteltu huonosti tai se on puutteellinen, se voi pilata kalliinkin tutkimuksen. On neljä kohtaa, jotka tulee ottaa huomioon lomakkeen suunnittelussa: kirjallisuuteen tutustuminen, tutkimusongelman pohtiminen ja täsmentäminen, käsitteiden määrittely ja tutkimusasetelman valinta. (Heikkilä 2010, 47.)

3.3 Hyvän lomakkeen tunnusmerkkejä

Lomake kannattaa aloittaa helpoilla kysymyksillä. Taustatietoja, esimerkiksi ikää ja sukupuolta, kannattaa kysyä vasta lopuksi, koska taustatiedoilla aloittaminen voi aiheuttaa negatiivisia tunteita vastaajissa. (Kyselyn laatiminen 2011.) Lomakkeen pitäisi olla ainakin selkeä, siisti ja houkuttelevan näköinen. Vastausohjeiden tulisi olla selkeät ja yksiselitteiset ja lomakkeen pituuden sopiva. (Heikkilä 2010, 48–49.)

3.4 Kysymystyyppit

On olemassa kolme erilaista kysymystyyppiä. On avoimia kysymyksiä, suljettuja eli vaihtoehtot antavia kysymyksiä sekä sekamuotoisia kysymyksiä. Kvalitatiivisissa tutkimuksissa käytetään etupäässä avoimia kysymyksiä, koska ne eivät rajoita vastaajien valintamahdollisuuksia. (Heikkilä 2010, 49.) Avoimissa kysymyksissä esitetään vain kysymys ja jätetään tila vastausta varten. (Hirsjärvi ym. 2009, 198.) Usein myös kysely- ja haastattelututkimuksissa on mukana joitakin avoimia kysymyksiä, mutta niissä yleensä rajataan jollakin tavalla vastaajan ajatusten suuntaa. Avoimien kysymysten hyviä puolia ovat niiden helppo laatiminen ja numeeristen vastausten helppo luokittelu. Lisäksi avointen kysymysten avulla voidaan saada hyviä ideoita. Haittoja ovat niiden työläs käsitteleminen sekä se, että avoimet kysymykset houkuttavat vastaamatta jättämiseen ja sanallisten vastausten luokittelu on vaikeaa. (Heikkilä 2010, 49.)

Suljetuissa kysymyksissä on valmiit vastausvaihtoehdot, joista vastaajan tulee valita sopiva vaihtoehto. Yhtenä vaihtoehtona voi olla myös ”en osaa sanoa”. (Heikkilä 2010, 50–51.) ”En osaa sanoa” -vastausmahdollisuutta kannattaa käyttää harkiten, ettei vastaaja käytä sitä liian herkästi (Kyselyn laatiminen 2011). Suljetuissa kysymyksissä vastausvaihtoehdot ovat numeroituja ja vastaaja merkitsee rastin tai rengastaa lomakkeesta valmiin vastausvaihtoehdon tai useampia. (Hirsjärvi ym. 2009, 199). Suljettuja kysymyksiä voidaan kutsua myös nimellä strukturoidut kysymykset. Suljettuja kysymyksiä käytetään silloin, kun mahdolliset, selvästi rajatut vastausvaihtoehdot tiedetään etukäteen ja kun niitä on rajoitetusti. Kysymysten tarkoituksena on yksinkertaistaa vastausten käsittelyä ja torjua tiettyjä virheitä. Vastaajat eivät välttämättä ole kielellisesti lahjakkaita, jolloin heillä voi olla ongelmia muotoilla kysymyksiä, eivätkä kaikki halua antaa kritiikkiä. Kun on eri vaihtoehtoja, ei vastaaminen esty kielivaikeuksien takia ja on helpompaa antaa myös kritiikkiä. Jos kysymykselle on vain kaksi vastausvaihtoehtoa, kysymystä sanotaan dikotomiseksi. Kysymys on nimeltään monivalintakysymys, kun on useita vastausvaihtoehtoja. Suljettujen kysymysten etuja ovat, että vastaaminen on helppoa ja tulosten tilastollinen käsittely on helppoa. Haittoja ovat vastaajan harkitsemattomuus, vaihtoehdon ”en osaa sanoa” houkuttelevuus, vaihtoehdot ja niiden esittämisjärjestys voivat johdatella vastaajaa, jokin vaihtoehto saattaa puuttua ja luokittelun epäonnistumista on vaikea korjata. (Heikkilä 2010, 50–51.)

Sekamuotoisissa kysymyksissä on nimensä mukaisesti vastausvaihtoehtoja mutta myös normaalisti yksi avoin kohta. (Heikkilä 2010, 52.) Avoimen vaihtoehdon avulla voidaan saada esille uusia näkökulmia, joita tutkija ei ole etukäteen osannut ajatella (Hirsjärvi ym. 2009, 199). On hyvä käyttää sekamuotoisia kysymyksiä, kun on epävarmaa, onko kaikki mahdolliset vastausvaihtoehdot esitelty. Avoimen kysymyksen kohdalle voidaan laittaa vaihtoehto ”Muu, mikä?”. (Heikkilä 2010, 52.)

3.5 Kysymysten sisältö ja muotoilu

Kyselylomakkeiden avulla voidaan kerätä tietoja tosiasioista, käyttäytymisestä ja toiminnasta, tiedoista, arvoista, asenteista sekä uskomuksista, käsityksistä ja mielipiteistä. Lisäksi voidaan pyytää arviointeja tai perusteluja toiminnoille ja mielipiteille tai vakaumuksille. (Hirsjärvi ym. 2009, 197.) Ennen kuin lomakkeesta tehdään julkinen ja siitä kerrotaan vastaajille, tulee lomake testata. Siihen riittää noin 5–10 henkilöä, kunhan he pyrkivät aktiivisesti selvittämään kysymysten ja ohjeiden selkeyden ja yksiselitteisyyden, vastausvaihtoehtojen sisällöllisen toimivuuden ja lomakkeen vastaamisen raskauden sekä vastaamiseen kuluvan ajan. (Heikkilä 2010, 61.) Kohtuullinen vastausaika on 15 minuuttia. Arvion vastausajasta voi ilmoittaa lomakkeen alussa. (Kyselyn laatiminen 2011.)

3.6 Tiedonkeruu

Tiedonkeruutyyppejä on kolmea erilaista: kirjekysely, haastattelu ja Internet-kysely. Kirje- eli postikyselyssä kysyjä ja vastaaja eivät ole välittömässä vuorovaikutuksessa keskenään. Kirjekyselyssä viestintä tapahtuu postitse kyselylomakkeen välityksellä. Kirjekyselyn ongelmia ovat mahdolliset kirjeiden katoamiset ja se, onko vastaaja valittu henkilö vai joku muu. Postitse lähetetty lomake kuitenkin tavoittaa vastaanottajan paremmin kuin haastattelija. Vastausprosentin suuruuteen vaikuttavat monet eri asiat esimerkiksi tutkimuksen kohderyhmä, aihe ja kysymysten määrä. Erityisen tärkeää on kuinka tärkeänä vastaajat tutkimusta pitävät. Vastausprosentti vaihtelee yleensä 20–80 prosentin välillä, mutta jää usein alle 60 prosentin kirjekyselyissä. (Heikkilä 2010, 66–67.)

Lomakkeet lähetetään tutkittaville, jonka jälkeen he vastaavat kysymyksiin ja lähettävät lomakkeet takaisin (Hirsjärvi ym. 2009, 196). Kuoren sisällä tulee olla lomakkeen

lisäksi saate ja palautuskirjekuori, jossa on valmiina postimerkki sekä palautusosoite. Postitusajankohta tulee miettiä tarkoin, jotta kato jäisi pieneksi. Sopiva vastaamisaika on yleensä 7–10 päivää. Palautusprosentin parantamiseksi voidaan käyttää palkintoja. Palkinnot saattavat kuitenkin myös estää vastaamisen, koska vastaajan on paljastettava nimensä, jotta palkinto saadaan perille. (Heikkilä 2010, 66–67.)

Jos kyselylomake joudutaan lähettämään vastaajalle uudelleen, tulee vastauskuoret numeroida, jotta tiedetään, ketkä eivät palauttaneet lomaketta. Numerointi saattaa vähentää vastaajien määrää, joten on hyvä mainita, että anonyymiteetti suojataan numeroinnista huolimatta ja numeroinnin tarkoituksena on vain kulujen säästäminen uusintakyselyä tehtäessä. Muistutuskirjeen mukaan on syytä liittää ensimmäisellä kerralla uusi kyselylomake. Ensimmäisen muistutuksen voi lähettää heti palautusajan umpeuduttua ja muistutuskirjeen voi lähettää vastaamatta jääneille 1–3 kertaa. (Heikkilä 2010, 67.)

Haastattelu on ainutlaatuinen tiedonkeruumenetelmä, koska siinä haastattelija ja haastateltava ovat suorassa kielellisessä vuorovaikutuksessa keskenään (Hirsjärvi ym. 2009, 204). Haastateltava päättää, vastaako hän kysymyksiin vai ei. Haastattelijan on voitettava haastateltavan luottamus ja motivoitava häntä, jotta kysymyksiin saataisiin mahdollisimman tarkat vastaukset. Haastattelija käytös ja olemus ovat hyvän lomakkeen ja hyvien kysymysten ohella ratkaisevia. Haastattelu on aina vapaaehtoinen ja haastattelijan tulee antaa kaikki mahdollinen tieto tutkimuksesta, jotta haastateltava voi päättää, osallistuuko hän tutkimukseen vai ei. Kuluttajatutkimuksissa haastattelut suoritetaan usein ilmoittamatta etukäteen, mutta yrityksissä suoritetuista haastatteluisista kannattaa aina sopia etukäteen. Haastattelututkimuksen vastausprosentti voi olla jopa 90–100 %. (Heikkilä 2010, 67–68.)

Haastattelututkimuksen eräs suuri etu verrattuna muihin tiedonkeruumuotoihin on sen joustavuus (Hirsjärvi ym. 2009, 205). Haastattelija voi toistaa kysymykset, esittää ne haluamassaan järjestyksessä, oikaista väärinkäsityksiä sekä selventää kysymysten sanamuotoja. Vastaukset saadaan nopeasti ja tiedetään, kuka on vastannut. Jopa lukutaidottomat ja sokeat voivat osallistua haastatteluun. Haastattelututkimukseen tarvitaan usein useita haastattelijoita ja tutkimus on kallis. Haastattelija on suuressa osassa tutkimusta ja hänen käytöksellään voi olla vaikutusta vastaamiseen ja siten myös tulok-

siin. Vastauksiin vaikuttavat myös haastattelu-aika- ja paikka sekä muut paikallaolijat. (Heikkilä 2010, 68.)

Henkilökohtaisen haastattelun lisäksi voidaan käyttää myös puhelinhaastattelua. Puhelinhaastattelujen määrä on kasvanut viime vuosina huomattavasti. Niiden etuja ovat vastausten nopeampi saanti ja haastattelihoita tarvitaan vähemmän kuin henkilökohtaisessa haastattelussa. Puhelinhaastatteluiden haittoja ovat, ettei kysymysten määrä voi olla kovin suuri ja ettei oheismateriaalia voi käyttää, sekä vastaajan on helppo kieltäytyä vastaamasta. Voidaan käyttää myös tietokoneavusteista puhelinhaastattelua, jossa kysymykset ovat tietokoneen muistissa ja haastatteliho tallentaa vastaukset suoraan tietokoneelle. (Heikkilä 2010, 69.)

Internet-kyselyissä vastaukset tallentuvat tietokantaan, jonka ansiosta aineisto voidaan käsitellä tilasto-ohjelmalla aineiston keruun päätyttyä. Internet-kysely, toiselta nimeltään www-kysely, on nopea tapa kerätä tietoa ja soveltuu parhaiten käytettäväksi silloin, kun edustavan otoksen saaminen on mahdollista. Linkki kyselyyn toimitetaan vastaajille yleensä sähköpostitse. (Heikkilä 2010, 69.)

3.7 Reliaabelius ja validius

Validius, tunnetaan myös nimellä pätevyys, tarkoittaa mittarin tai tutkimusmenetelmän kykyä mitata juuri sitä, mitä on tarkoituskin mitata. Mittarit ja menetelmät eivät aina vastaa sitä todellisuutta, jota tutkija kuvittelee tutkivansa. Esimerkiksi kyselyyn vastanneet henkilöt ovat käsittäneet kysymykset toisin kuin kyselylomakkeen laatija on ajatellut. Tuloksia ei voida pitää tosina ja pätevinä, jos lomakkeen laatija käsittelee saatuja tuloksia oman ajattelumallinsa mukaisesti. Alkuperäinen ajattelu ei siis saa vaikuttaa vastausten tulkitsemiseen. (Hirsjärvi ym. 2009, 231–232.) Reliaabelius tarkoittaa mittaustulosten luotettavuutta. Tutkimuksesta saadut tulokset eivät saa olla satumanvaraisia. Tutkimuksen tulosten tulee olla samanlaisia joka kerta. (Heikkilä 2010, 30.)

4 TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN

Tapahtuma voidaan kuvata julkisena kokoontumisena, jonka tarkoituksena on juhliminen, kouluttautuminen, markkinointi tai jälleennäkeminen. Tapahtumat voidaan

luokitella koon, tyyppin tai kontekstin perusteella. (What is an Event? 2012.) Tapahtumaprosessi on kolmivaiheinen, siihen kuuluvat suunnittelu- ja toteutusvaihe sekä jälkimarkkinointivaihe. Voidaan sanoa, että onnistuneen tapahtuman järjestämiseen tarvitaan vähintään kaksi kuukautta, mutta aika riippuu myös tapahtuman ideasta. Tapahtuma, jonka suunnitteluun ja toteutukseen ei kulu paljon aikaa on esimerkiksi työpäivän pikkujoulut. Vastakohtana pikkujouluille voisi toimia esimerkiksi kongressi, jonka suunnittelutoimet tulee aloittaa hyvissä ajoin, jopa 1–4 vuotta aikaisemmin. (Vallo & Häyrinen 2008, 147.)

4.1 Suunnitteluvaihe

Lause, joka pitää paikkansa myös tapahtumien toteuttamisessa on ”Hyvin suunniteltu on puoliksi tehty”. Suunnittelu auttaa arvioimaan, ovatko tavoitteet realistisia ja selkeästi määriteltyjä sekä auttaa löytämään keinot, joilla tavoitteet voidaan saavuttaa ja tapahtuma onnistuu. (Iiskola-Kesonen 2004, 9.) Tapahtuman suunnittelu kannattaa aloittaa ajoissa, sillä suunnitteluvaihe on pisin ja aikaa vievin vaihe. Suunnitteluun voi helposti kulua kuukausia, jopa vuosia, riippuen tietenkin tapahtuman laajuudesta. (Vallo & Häyrinen 2008, 148.)

4.1.1 Tavoite

Tilaisuuden järjestäjän on hyvä selvittää itselleen ja työryhmän keskeisimmille henkilöille tilaisuuden ensisijaiset tavoitteet jo projektin asettamisen yhteydessä. Tavoitteiden sisäistäminen auttaa huomattavasti jatkosuunnittelua ja toteutusta. Tapahtuman järjestäjällä on yleensä useita tavoitteita, esimerkiksi taloudellisia tai sisällöllisiä. Jos tavoite on taloudellinen, mutta sisällöllistä päämäärää ei ole, on vaikea tehdä tulosta, varsinkaan pitkällä aikavälillä. Kun tavoitteet on määritelty, on helpompi miettiä käytännön toimia, jotta tavoite saavutetaan. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 45–46.)

Organisaation tavoitteena voi olla uusien tilausten saaminen, jolloin organisaatio voi järjestää esimerkiksi tuotelanseerauksen. Tällaisen tapahtuman jälkeen on helppo arvioida tavoitteiden saavuttamista, koska sen voi mitata. Mittareita voivat olla esimerkiksi tilausten määrä tai kuinka moni oli osoittanut kiinnostustaan. Tapahtuma voi-

daan pitää myös jonkin tärkeän asian takia. Voidaan esimerkiksi kerätä varoja hyväntekeväisyyteen. (Vallo & Häyrinen 2003, 130.)

4.1.2 Kohderyhmä

Ennen kuin aloitetaan tapahtuman järjestäminen, tulee kohderyhmä miettiä tarkkaan. Kohderyhmä voi muodostua hyvinkin erilaisista osallistujista. Osallistujia voivat olla organisaation nykyiset tai potentiaaliset asiakkaat, henkilöstö, omistajat, yhteistyökumppanit, sidosryhmät tai vaikkapa lehdistön edustajat. Lisäksi on otettava huomioon seuraavia asioita: kutsuttavan sukupuoli, ikä, perhetilanne, onko hän absolutisti vai viinin/oluen/siiderin ystävä, kulinaristi, urheilullinen vai penkkiurheilija, kaupunkilainen vai erähenkinen ja liikkeellä mieluummin yksin vai avecin kanssa. (Vallo & Häyrinen 2003, 135–136.) Pienissä tilaisuuksissa on tärkeää, että vieraat sopivat yhteen. Erilaiset ristiriitaisuudet esimerkiksi kielelliset tai henkilökohtaiset on hyvä poistaa jo suunnitteluvaiheessa. (Harju 2003, 15.)

4.1.3 Tapahtumalajit ja budjetti

Kun kohderyhmä on kartoitettu, tulee miettiä tapahtumalajia sekä budjettia. Kuinka tapahtuma toteutetaan ja minkälaista sisältöä siihen halutaan. Toteuttamistapoja on neljä erilaista: itse rakennettu, ostettu, ketjutettu ja kattotapahtuma. Sisällön puolesta tapahtuma voi olla asia- tai viihdetapahtuma tai molempia. Tapahtuman voi suunnitella ja järjestää itse, tai ostaa ulkopuoliselta. (Vallo & Häyrinen 2003, 69–73.)

Itse rakennettu tapahtuma on organisaation suunnittelema ja itse rakentama tapahtuma, joka edellyttää sitoutumista ja valtaisa työpanosta. Tällaisen tapahtuman etuna on, että organisaatiolla on täysi valta päättää tilaisuuden luonteesta. Tämän lisäksi organisaatio voi olla varmempi lopputuloksesta ja siitä, että tapahtumasta tulee toivotunlainen. Kuitenkin tapahtuman järjestäminen itse vaatii organisaatiolta resursseja ja kokemusta tapahtumien järjestämisestä. Myös suuri vastuu tapahtuman järjestämisestä aiheuttaa omat haasteensa. Organisaation on siis tarkoin mietittävä, onko sillä tarvittavat resurssit ja tarvittava tieto-taitomäärä oman tapahtumansa järjestämiseksi. (Vallo & Häyrinen 2003, 69.)

Ostettu tapahtuma ostetaan nimensä mukaisesti ulkopuoliselta taholta, esimerkiksi tapahtumatoimistolta, joka usein vastaa toteutusideasta ja teemasta. Ostetun tapahtuman etuja on, että se on juuri omalle organisaatiolle räätälöity ja mitoitettu. Näin organisaatiolla on mahdollista saada toivomustensa mukainen tapahtuma. Tämän lisäksi resursit ja osaaminen ostetaan talon ulkopuolelta, mikä mahdollistaa organisaation keskittymisen täysin omaan toimintaansa. Haasteena ovat kuitenkin kustannukset, sisällön löytyminen kulissien lisäksi sekä järjestelyjen kontrollointi. Kun tapahtuma ostetaan ulkopuolisesta lähteestä nousevat kustannukset huomattavasti korkeammiksi kuin jos tapahtuma järjestettäisiin itse. Kustannusten lisäksi järjestelyjen etenemisen kontrollointi vaikeutuu. (Vallo & Häyrinen 2003, 70.)

Ketjutetulla tapahtumalla tarkoitetaan sitä, että organisaatio ostaa valmiita tapahtuman osia ja linkittää ne yhteen toimivaksi kokonaisuudeksi. Linkittämisen voi oman organisaation lisäksi hoitaa myös tapahtumatoimisto. Ketjutetun tapahtuman etuja ovat sen helppous ja kustannusten selkeä määrittely. Organisaatio pystyy helposti määrittelemään tapahtuman järjestämiseen menevät kustannukset, sillä tapahtuma koostuu jo valmiista tapahtuman osista, minkä vuoksi osat voidaan hinnoitella helposti. Haasteena on se, että tapahtumasta saadaan ehyt kokonaisuus. Koska tapahtuma on koottu valmiista tapahtumien osista, ei voida varmasti tietää tukevatko erilliset ohjelmat varmasti organisaation mainetta ja brandia. Tämän varmistaminen voi olla hankalaa, ja lopputulos nähdäänkin tämän vuoksi vasta tapahtuman ollessa valmis. Haasteena on lisäksi suunnitella kuinka siirtymät vaiheesta toiseen toteutetaan onnistuneesti. (Vallo & Häyrinen 2003, 71.)

Kattotapahtumassa teema ostetaan ikään kuin valmiina. Tällaisesta tapahtumasta hyvänä esimerkkinä voidaan mainita jalkapallo-ottelu. Pitää kuitenkin muistaa, että kattotapahtuma vaatii aina sisäänrakennetun oman tapahtumapaketin ja isännöinnin. Kattotapahtuman etuna on, että se on helppoa ja mukavaa, koska teema tulee usein tavaltaan annettuna. Kattotapahtuman suurin haaste on se, ettei voida itse vaikuttaa, jos pääorganisaattori epäonnistuu järjestelyissä. Lisäksi tarvitaan oman tapahtuman rakentamista sisälle, jotta onnistuminen varmistetaan ja varasuunnitelma on oltava kaiken varalta. (Vallo & Häyrinen 2003, 72.)

Jo tapahtuman järjestämisen harkintavaiheessa tulee organisaation keskustella tapahtuman budjetista. Kuinka paljon kaikki maksaa ja paljonko rahaa on käytettävissä? On

tärkeää määrittellä budjetti, sillä rahaa saadaan kulumaan niin paljon kuin sitä on käytettävissä. Jos tapahtuma halutaan järjestää mahdollisimman pienellä budjetilla, voidaan tehdä mahdollisimman paljon oman henkilökunnan voimin. Toisaalta jos rahaa on käytössä hieman enemmän, voidaan käyttää tapahtumatoimiston apua. (Vallo & Häyrinen 2003, 165–166.) Kun tehdään budjettia, on siihen laskettava kaikki menoterät sekä lisättävä niihin vielä 10–15 %. Lisäys kannattaa tehdä siksi, ettei kustannusarvio ylitä mahdollisten lisäkustannusten takia. Kustannuksia syntyy esimerkiksi tilasta, palkkioista ja tarjoiluista. (Harju 2003, 10.) Kun budjetointi on tehty huolellisesti ja realistisesti ja kulupäätöksissä pysyy tiukka kuri, pysyy tapahtuma parhaiten taloudellisesti tasapainossa. On äärimmäisen tärkeää seurata taloutta tarkasti ja reaaliaikaisesti. Jotta tapahtuma olisi kannattava, tulee tuottojen olla kuluja suuremmat. (Iiskola-Kesonen 2004, 76.)

4.1.4 Paikka, ajankohta ja kesto

Tapahtuman paikalla on keskeinen merkitys tapahtuman onnistumiselle. Paikkaan liittyy monta erillistä asiaa, kuten sijainti, tavoitettavuus, tilat, oheispalvelut, paikan vuokra ja muut tilasta aiheutuvat kustannukset, paikan imago ja majoituspalvelut. (Kauhanen ym. 2002, 38.) Tilaisuuden luonteella on suuri merkitys paikan valinnassa. Pientä porukkaa varten riittää pienempi tila, kun taas suuremmalle porukalle tulee varata suurempi tila tai useampia tiloja. Tapahtuma voidaan sisätilojen lisäksi järjestää myös ulkona tai vaihtoehtoisesti sisällä ja ulkona. (Harju 2003, 11.)

Tapahtuman ajankohdalla on yleensä erittäin suuri merkitys. Tapahtuman luonne ja asiakaskunta määrittelevät tarkoituksenmukaiset ajankohdat. On joitakin tapahtumia joiden ajoitukseen vaikuttavat esimerkiksi hiihtolomaviikot ja koulujen aloitusajankohdat. Tapahtuman luonne vaikuttaa siihen, milloin on hyvä järjestää tiettyjä tapahtumia. Yrityksen ei kannata järjestää asiakkailleen tapahtumia liian lähellä joulua, vuodenvaihdetta tai huhtikuun loppupuolta, sillä huhtikuun loppuun mennessä tulee käyttää edellisvuonna kertyneet lomapäivät. (Kauhanen ym. 2002, 37.)

On hyvä kiinnittää huomiota tapahtuman kesto. Kauanko tapahtuman tulisi kestää, niin että se saadaan vietyä tyylikkäästi läpi. Tapahtumalla tulee olla myös selkeä aloitus ja päätös. (Vallo & Häyrinen 2003, 165.)

4.1.5 Lupa- ja ilmoitusasiat

Poliisille on tehtävä kirjallinen ilmoitus yleisötilaisuuden järjestämisestä. Yleisötilaisuuksia ovat esimerkiksi yleisölle avoimet huvitilaisuudet, kilpailut, näytökset ja muut niihin rinnastettavat tilaisuudet. Poikkeuksena ovat yleisötilaisuudet, jotka osanottajien vähäisen määrän, tilaisuuden luonteen tai järjestämispaikan vuoksi eivät edellytä toimia järjestyksen tai turvallisuuden ylläpitämiseksi tai sivullisille ja ympäristölle aiheutuvan haitan estämiseksi tai erityisiä liikennejärjestelyjä. (Iiskola-Kesonen 2004, 87.) Ilmoitus on tehtävä vähintään viisi vuorokautta ennen tilaisuuden alkamista. On kuitenkin suositeltavaa tehdä ilmoitus jo aiemmin, sillä voi olla, että poliisi haluaa tehdä muutoksia tai tarkennuksia tapahtuman tai tilaisuuden luonteesta. Lomakkeen ilmoituksen tekemistä varten saa poliisilaitokselta. Samalla ilmoituksella voi ilmoittaa useampia samanlaisia, samassa paikassa, mutta eri aikoina järjestettäviä tilaisuuksia, mikäli järjestämispaikan poliisi antaa siihen suostumuksensa. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2008, 12.)

4.1.6 Riskit

Jokainen projekti sisältää riskejä, jotka voivat pilata lopputuloksen. Usein nämä riskit tiedetään etukäteen ja niiltä voidaan suojautua. (Kettunen 2009, 75.) On monia eri tapoja jakaa yleisötapahtumaan liittyvät riskit. Ne voidaan jakaa esimerkiksi ajoituksen mukaan tapahtumaa edeltäviin, tapahtuman aikaisiin ja tapahtuman jälkeisiin riskeihin. Ajoituksen mukainen jaottelu on monessa suhteessa käyttökelpoinen. Jaottelu ajoituksen mukaan auttaa järjestäjää tunnistamaan ja kartoittamaan eri toimintoihin liittyvät riskit. Riskit voidaan jakaa myös asiaryhmittäin. Asiaryhmäjaottelu voi olla esimerkiksi seuraavanlainen: ympäristöriskit esimerkiksi viranomaisten hyväksyntä ja luvat, asiakasriskit esimerkiksi asiakkaiden määrä, sopimusriskit esimerkiksi maksuvalmius, aikatauluriskit esimerkiksi materiaalien ja tarvikkeiden/laitteiden saatavuus, henkilöstö ja organisointiriskit esimerkiksi tarvittavan henkilöstön määrä ja laatu, taloudelliset riskit esimerkiksi rahoituksen riittävyys, tekniikkariskit esimerkiksi sähkö, imago-riskit esimerkiksi tapahtuman imago ja turvallisuusriskit esimerkiksi liikenne ja pysäköinti. (Kauhanen ym. 2002, 54, 150–151.)

4.1.7 Markkinointi

On olemassa erilaisia mainosvälineitä, joiden näkökulmasta mainonnan muotoja voidaan tarkastella. Mainonnan muotojen ja mainosvälineiden löytäminen on tärkeää, jotta haluttu kohderyhmä tavoitetaan. Mainonnan muodot voidaan jakaa mainosvälineiden mukaan kolmeen osaan: mediamainontaan, suoramainontaan ja muuhun mainontaan. Mediamainontaan sisältyvät esimerkiksi lehti-ilmoittelu ja radiomainonta, suoramainontaan esimerkiksi sähköpostimainonta ja muuhun mainontaan esimerkiksi toimipaikkamainonta. Toimialoista vähittäiskauppa, elintarviketeollisuus, palvelujen tarjoajat, moottoriajoneuvojen kauppa, huviteollisuus, matkailu ja liikenne sekä asuntokauppa käyttävät eniten mediamainontaa. Mainonnassa käytetään usein monia mainosvälineitä ja yritys valitsee yleensä yhden tai kaksi päämediaa. (Bergström & Lepänen 2009, 338–339.)

On tärkeää valita käytettävä media tarkasti, jotta kohderyhmä saavutetaan mahdollisimman taloudellisesti ja tehokkaasti. Eri mediamainonnan muotoja ovat lehti-, tv-, radio-, elokuva-, ulko-, suora- ja Internet-mainonta. Mediamainonnassa tulee huomioida muun muassa seuraavat asiat: mainostettavan tuotteen tai palvelun ominaisuudet, perustiedot medioista ja median luonne ja mediaympäristö. Lehtimainonnassa voidaan käyttää sanomalehtiä, aikakauslehtiä sekä ilmaislehtiä. Sanomalehti on kaikkien saatavilla oleva, ajankohtaisia, yleisiä asioita käsittelevä, maksullinen, sanomalehtityyppinen julkaisu, joka ilmestyy säännöllisesti 1-7 kertaa viikossa. Suomessa on noin 200 erilaista sanomalehteä, joiden kokonaislevikki on yli 3 miljoonaa. Aikakauslehti on julkaisu, joka on kaikkien tilattavissa ja saatavissa ja se ilmestyy säännöllisesti vähintään neljä kertaa vuodessa. Suomessa on noin 3500 erilaista aikakauslehteä. Ilmaislehti jaetaan maksuttomasti koteihin. Tietyillä alueilla on omat ilmaislehdet esimerkiksi Kaupunkilehti Vartti. (Isohookana 2007, 141–148.)

Suoramainonnan tavoitteena on saada asiakas ostamaan tai antamaan palautetta. Mainostaja päättää itse suoramainonnan ajankohdan, joten se voidaan vapaasti suunnitella tukemaan muita markkinointiviestinnän aktiviteetteja. Suoramainonta kohdistuu tarkkaan valitulle kohderyhmälle. Suoramainonnan etuja ovat esimerkiksi kohderyhmän tarkka määrittely ja nopeus ja haittoja esimerkiksi vanhentuneet osoitteet. Suoramainontaan liittyy usein erivaiheita: teaser, varsinainen lähetys ja muistutus. Sitä voidaan täydentää myös esimerkiksi telemarkkinoinnilla. (Isohookana 2007, 157–159.)

Muuta mainontaa on esimerkiksi toimipaikkamainonta, joka käsittää sekä omasta toimipaikasta ulospäin näkyvät mainokset että mainonnan toimipaikan sisällä. Myymälöiden rooli mainosviestien välittäjänä on entistä tärkeämpi, koska asiakas valitsee vasta myymälässä ostoksensa. Myymälässä tapahtuvalla mainonnalla voidaan vedota kuluttajan kaikkiin aisteihin. Asiakkaan kiinnostuksen herättämiseksi voidaan käyttää esimerkiksi äänimainontaa tai maistiaisia tuotteista. Toimipaikkamainonnan tulee olla yhtenäinen yrityksen muun viestinnän kanssa: perusviestin, muotojen ja värien, kirjaintyyppin ja logon tulee olla samanlaisia. Ulospäin näkyviä mainoksia ovat rakennuksissa ja muualla toimipaikan ympäristössä olevat mainokset ja opasteet. Varsinkin näyteikkunat ovat erityisen tärkeitä pienyrityksille, koska heillä ei välttämättä ole varaa muuhun näkyvään viestintään. (Isohookana 2007, 395–396.)

4.1.8 Tapahtumabrief

Riippumatta tehdäänkö tapahtuma oman organisaation sisällä tai yhteistyössä tapahtumatoimiston kanssa, tarvitaan tapahtumabrief. Tapahtumabriefiin kootaan tiedossa olevat reunaehdot. Tapahtumabrief on tärkeä asiakirja, koska sen pohjalta on helppo jatkaa suunnittelua. Se vastaa seuraaviin kysymyksiin: Miksi tapahtuma järjestetään? Kenelle se järjestetään? Mitä järjestetään? Miten tapahtuma toteutetaan? Millainen tapahtuma järjestetään eli mikä on sen sisältö? Ketkä toimivat isäntinä? Millaista tunnelmaa tapahtumaan tavoitellaan? Mikä on tapahtuman budjetti? (Vallo & Häyrinen 2008, 149.)

4.2 Tapahtuman toteutus

Tapahtumaprojektin toteuttaminen on moniulotteista. Osallistujat, yleisö ja media näkevät tapahtuman, mutta eivät sitä työn määrää, jota ilman tapahtuma ei olisi onnistunut. (Iiskola-Kesonen 2004, 11.) Toteutusvaihe on se hetki tai ne hetket jolloin suunnitelma käy toteen. Tapahtumassa työskentelevien on ymmärrettävä oma roolinsa ja osuutensa kokonaisuudessa. Onnistuminen vaatii eri tahojen saumatonta yhteistyötä. Tapahtuman toteutus koostuu kolmesta eri vaiheesta: rakennusvaiheesta, itse tapahtumasta sekä purkuvaiheesta. (Vallo & Häyrinen 2008, 153.)

Kaikista eniten aikaa vie usein rakennusvaihe. Silloin kaikki laitetaan kuntoon itse tapahtumaa varten. Rakennusvaiheen aikana pystytetään kulissit ja laitetaan rekvisiitta

kuntoon varsinaista tapahtumaa varten. Kun tapahtuma alkaa, ei ole enää paljoa tehtävissä. Itse tapahtuma, jonka suunnitteluun on kulunut viikkoja, kuukausia tai vuosia, on hetkessä ohi. Kun viimeinenkin vieras on lähtenyt, alkaa purkuvaihe. Purkuvaihe toteutuu usein nopeammin ja tehokkaammin kuin rakennusvaihe. (Vallo & Häyrinen 2008, 153.)

4.3 Jälkimarkkinointi

Kun tapahtuma on ohi, on jälkimarkkinoinnin vuoro. Jälkimarkkinointi voi olla materiaalin toimitus, kiitoskortin tai giveaway-lahjan toimittaminen tai lähettäminen osallistujille. Näin tapahtuman järjestäjät osoittavat mukana olleille arvostaneensa heidän osallistumisestaan tapahtumaan. (Vallo & Häyrinen 2008, 168.)

Palautteen kerääminen sekä omasta organisaatiosta että osallistujilta kuuluu olennaisena osana jälkimarkkinointiin. Palautteesta kootaan yhteenveto, se analysoidaan ja siitä opitaan. Edellisen tapahtuman opeista ja oivalluksista on hyvä aloittaa seuraavan tapahtuman suunnittelu. Näin tapahtumaprosessi on jatkuva oppimisprosessi organisaatiolle ja siitä kehkeytyy myös valtaisa osaamis pääoma. Myös kiitokset puhujille sekä muille esiintyjille ja tietenkin tapahtuman muun henkilökunnan ja isäntien muistaminen kuuluvat jälkimarkkinointiin. (Vallo & Häyrinen 2008, 168.) Palautteen keräämisen ja kiitosten lisäksi tapahtuman jälkeen tulee maksaa laskut, palauttaa tavat ja järjestää tilat tavanomaiseen käyttöön (Harju 2003, 26).

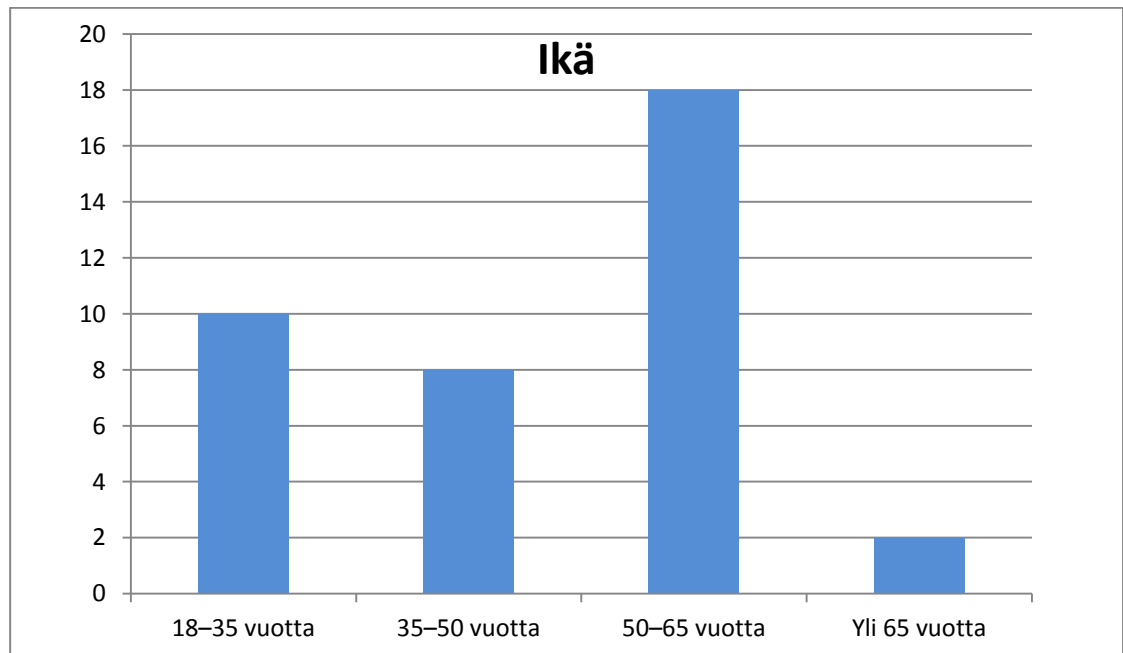
5 SUOMI-ESPANJA SEURAN TAPAHTUMAKYSELY

Kyselytutkimuksen tavoitteena oli kerätä tietoa Suomi-Espanja Seura ry:n jäsenten ja muiden Espanjasta kiinnostuneiden toiveista ja mielipiteistä. Kerättyä tietoa voidaan käyttää myös tulevaisuudessa suunniteltaessa tapahtumia seuran jäsenille. Kyselylomakkeella kysyttiin mielipiteitä aiemmista tapahtumista ja millaisiin tapahtumiin vastaajat halusivat tulevaisuudessa osallistua. Kysely toteutettiin kvantitatiivisena tutkimuksena ja aineiston keruussa käytettiin standardoitua tutkimuslomaketta, jossa oli valmiit vastausvaihtoehdot. Kysymystyyppinä käytettiin lähinnä sekamuotoisia kysymyksiä, koska se vaihtoehto antaa vastaajalle mahdollisuuden lisätä hänen mielestään puuttuvan vaihtoehdon. Lisäksi käytettiin myös suljettuja kysymyksiä. Kuten suljettuihin kysymyksiin, niin myös sekamuotoisiin kysymyksiin on nopea vastata ja tu-

lostien käsittely on helppoa. Tämä nopeutti huomattavasti palautelomakkeiden käsittelyä ja arviointia.

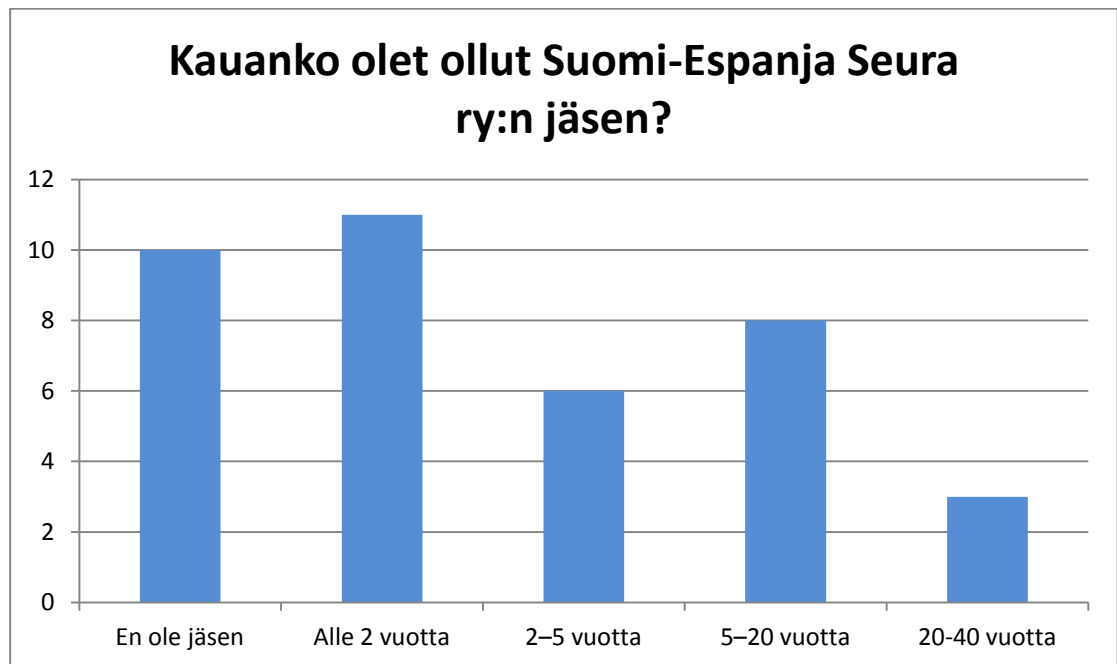
Kysymysten muotoilua ja määrää mietittiin pitkään, jotta saataisiin parhaat mahdolliset ja seuraa hyödyttävät vastaukset. Sain apua kysymysten luomiseen seuran Internet-sivuilta sekä seuran puheenjohtajalta. Kysymyslomakkeesta tuli selkeä ja helposti täytettävä. Siinä oli yhteensä 11 kohtaa, joista ensimmäiset kymmenen olivat kysymyksiä ja viimeisessä kohdassa kysyttiin yhteystietoja, jotka antamalla pystyi osallistumaan pieneen arvontaan. Taustatietoina kysyimme vastaajan sukupuolen, iän, kuinka kauan on ollut seuran jäsen sekä mistä sai tiedon kyselystä. Ennen kuin kysely julkaistiin, testattiin sitä aluksi seuran toimihenkilöillä. Kysely julkaistiin seuran kotisivulla sekä Facebook-sivulla ja se toteutettiin webblomake.fi-palvelun kautta. Käytimme Internet-kyselyä, koska silloin vastaukset tallentuvat tietokantaan ja se oli nopein tapa kerätä tiedot. Saamamme vastaukset ovat luotettavia, koska kysymykset oli muotoiltu selvästi ja ne olivat helposti ymmärrettäviä. Vastauksia tuli melko vähän.

Kyselyyn vastasi 43 henkilöä, mutta lomakkeista 5 oli keskeneräisiä. Vastaajista naisia oli 29 (76 %) ja miehiä 9 (24 %).



Kuva 1. Vastaajien ikä

Iältään vastaajat jakautuivat seuraavasti (kuva 1): alle 18 vuotta täyttäneitä oli 0, 18–35-vuotiaita 10, 35–50-vuotiaita 8, 50–65-vuotiaita 18 ja yli 65-vuotiaita 2.



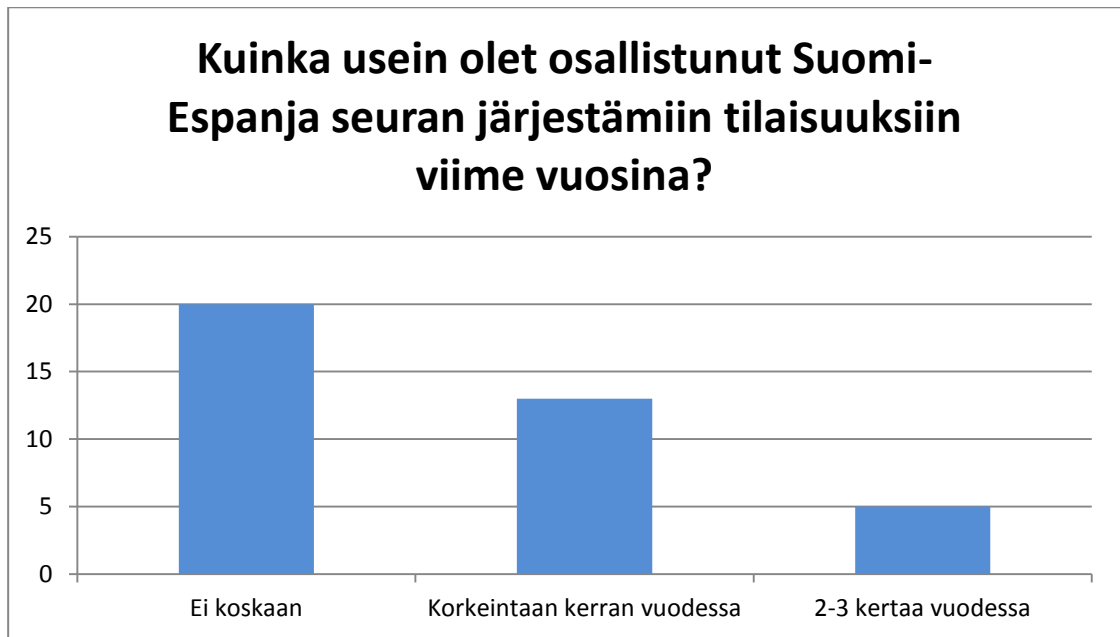
Kuva 2. Kauanko olet ollut Suomi-Espanja Seura ry:n jäsen?

Kolmantena kysymyksenä kysyttiin ”Kauanko olet ollut Suomi-Espanja Seura ry:n jäsen?” ja vastaukset jakautuivat seuraavasti (kuva 2): 10 vastaajaa ei ollut seuran jäseniä, alle 2 vuotta seuran jäsenenä olleita oli 11 vastaajaa, 2–5 vuotta seuran jäsenenä olleita oli 6, 5–20 vuotta seuran jäsenenä olleita oli 8, 20–40 vuotta seuran jäsenenä olleita oli 3. Yli 40 vuotta seuran jäsenenä olleita ei ollut yhtään.



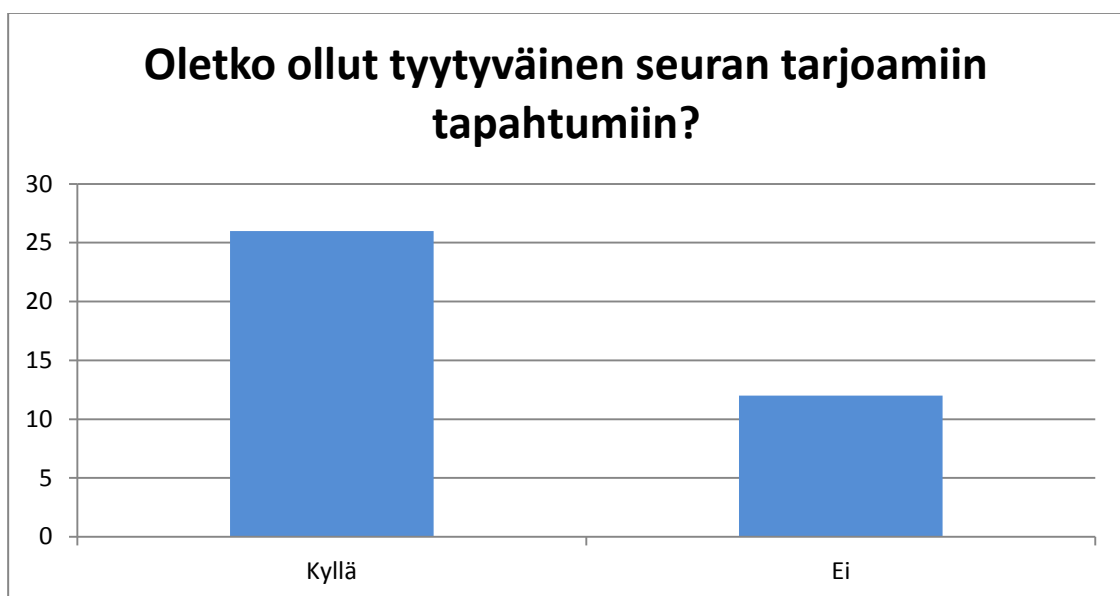
Kuva 3. Mistä sait tiedon tästä kyselystä?

Neljäntenä kysymyksenä oli ”Mistä sait tiedon tästä kyselystä?” ja vastaukset jakaantuivat seuraavasti (kuva 3): 14 vastaajaa sai tiedon jäsenkirjeestä, 13 seuran kotisivulta, 6 seuran Facebook-sivulta, 4 tuttavalta ja 1 jostain muualta. Tämä vastaaja kertoi kuuluvansa sisäpiiriin.



Kuva 4. Kuinka usein olet osallistunut Suomi-Espanja Seuran järjestämiin tilaisuuksiin viime vuosina?

Viidentenä kysymyksenä oli ” Kuinka usein olet osallistunut Suomi-Espanja Seuran järjestämiin tilaisuuksiin viime vuosina?” ja vastaukset jakaantuivat seuraavasti (kuva 4): vastaajista 20 ei ollut osallistunut koskaan seuran tapahtumiin, 13 korkeintaan kerran vuodessa, 5 vastaajaa oli osallistunut seuran tilaisuuksiin 2–3 kertaa vuodessa ja kukaan vastaajista ei ollut osallistunut vähintään neljää kertaa vuodessa.



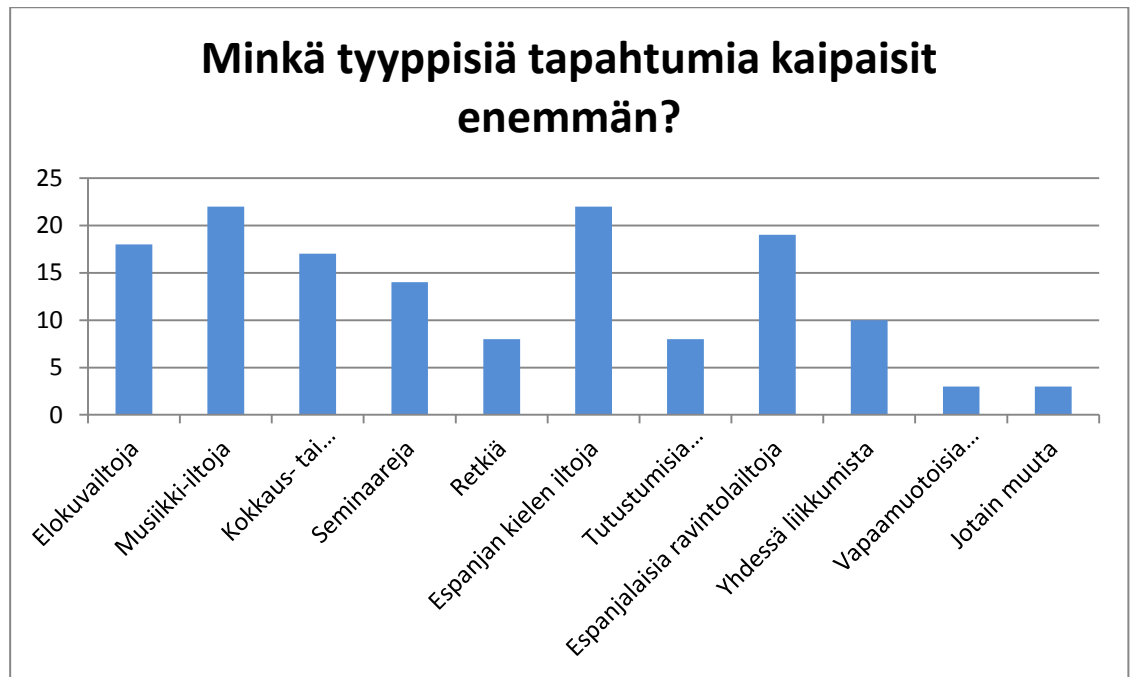
Kuva 5. Oletko ollut tyytyväinen seuran tarjoamiin tapahtumiin?

Kuudentena kysymyksenä oli ” Oletko ollut tyytyväinen seuran tarjoamiin tapahtumiin?” ja vastaajista 26 oli tyytyväisiä seuran tapahtumiin ja 12 tyytymättömiä (kuva 5). Eräs vastaajista ei ole koskaan osallistunut seuran tapahtumiin, eikä ole kuullut niistä. Toisen vastaajan mielestä ei ole ollut sellaisia tapahtumia, jotka houkuttelisivat liittymään jäseneksi. Valitettavana pidettiin myös sitä, että tapahtumat keskittyvät pääkaupunkiseudulle. Vastaajat toivoivat enemmän tilaisuuksia, jossa voisi tavata espanjalaisia ja puhua espanjan kieltä. Koko Espanja pitäisi myös saada laajemmin mukaan ja saada juttuja kaikilta alueilta. Erään vastaajan mielestä piristystä on tapahtunut, sillä viimeisin jäsenkirje oli ollut hyvä.



Kuva 6. Mikä aikaisemmissa tapahtumissa on ollut hyvää?

Seitsemäntenä kysymyksenä oli ” Mikä aikaisemmissa tapahtumissa on ollut hyvää? Valitse sopivat vaihtoehdot ja kommentoi halutessasi” ja vastaukset jakaantuivat seuraavasti (kuva 6): 9 vastaajan mielestä parasta oli rentoutuminen, 8 mielestä yhdessäolo, 14 mielestä tutustuminen uusiin ihmisiin, 10 mielestä tunnelma, 9 mielestä asiasisältö, 9 mielestä taide-elämys ja 13 vastaajan mielestä jokin muu. Kommentteja oli kaksi. Toisen vastaajan mielestä on mukava tutustua espanjan kielestä kiinnostuneisiin ja toisen mielestä on mukavaa käyttää espanjan kieltä.



Kuva 7. Minkä tyyppisiä tapahtumia kaipaisit enemmän?

Kahdeksantena kysymyksenä oli ”Minkä tyyppisiä tapahtumia kaipaisit enemmän? Valitse sopivat vaihtoehdot ja kommentoi halutessasi”, ja vastaukset jakaantuivat seuraavasti (kuva 7): 18 vastaajaa kaipasi elokuvailtoja, 22 musiikki-iltoja, 17 kokkaus- tai viininmaistotilaisuuksia, 14 seminaareja esimerkiksi aiheesta työllistyminen Espanjassa, 8 retkiä esimerkiksi teatteriin, 22 espanjan kielen iltoja, 8 tutustumisia taide- näyttelyihin, 19 espanjalaisia ravintolailtoja, 10 yhdessä liikkumista esimerkiksi flamencon tanssimista, 3 vapaamuotoisia tapahtumia, millaisia ja 3 jotain muuta. Vastajat toivoivat tapahtumiin espanjalaisia esiintyjä ja musiikkia, muutakin kuin flamencoa esimerkiksi reggaetonia ja sevillanasta. Erään vastaajan mielestä olisi mukavaa soittaa ja laulaa yhdessä. Myös Espanjan kulttuuri ja talous kiinnosti erästä vastaajaa. Lisäksi toiveina olivat espanjan kieliset konsertit, lukupiirit ja keskusteluillat ja yhteiset tilaisuudet espanjalaisten kanssa.



Kuva 8. Minä viikoppävänä osallistuisit mieluiten tapahtumaan?

Yhdeksäntenä kysymyksenä oli ”Minä viikoppävänä osallistuisit mieluiten tapahtumaan? Valitse sopivat vaihtoehdot ja kommentoi halutessasi” ja vastaukset jakaantuvat seuraavasti (kuva 8): 9 vastaajaa osallistuisi mieluiten maanantaina, 11 tiistaina, 17 keskiviikkona, 14 torstaina, 17 perjantaina, 20 lauantaina ja 12 sunnuntaina.

Viimeisessä kohdassa pyydettiin kehittämisehdotuksia ja tällaisia vastauksia saimme: vastaajat haluaisivat tavata Suomessa asuvia espanjalaisia, saada enemmän tietoa Espanjasta ja sen kulttuurista sekä olisi kiva myös kuulla seuran pitkäaikaisten jäsenten omakohtaisia kokemuksia, esimerkiksi miten seura on muuttunut.

Vastaajat olivat pääsääntöisesti tyytyväisiä seuran järjestämiin tapahtumiin. Aikaisemmissa tapahtumissa on ollut hyvää tutustuminen uusiin ihmisiin ja tunnelma. Vastaajat kaipasivat tulevaisuudessa enemmän espanjan kielen iltoja, musiikki-iltoja sekä espanjalaisia ravintolailtoja. Osallistumispäivistä suosituin oli lauantai.

6 RENTO ILLANVIETTO CAISAN OLOHUONEESSA

Tapahtuman järjestelyt alkoivat tammikuussa 2012. Tapahtuman järjestämispäiväksi sovittiin lauantai 10.3.2012, joten tapahtuman toteutusta varten jäi tarvittavat pari kuukautta aikaa.

6.1 Suunnitteluvaihe

Minulle annettiin vapaus suunnitella ja toteuttaa tapahtuma, kyselylomakkeiden vastausten perusteella. Tavoitteeni oli tarjota seuralle rento ja vapaamuotoinen tapahtuma, jossa osallistujat voivat rentoutua työviikon päätteeksi. Tapahtuman suunnittelu alkoi tutustumalla teoriaan ja selvittämällä, minkälaisia asioita tulee huomioida suunniteltaessa yleisötapahtumaa.

Kohderyhmä oli selvä alusta asti. Tarkoituksena oli järjestää nuoria aikuisia kiinnostava tapahtuma, johon myös muiden jäsenten oli mahdollista osallistua. Tapahtumaan osallistuneet ihmiset olivat kiinnostuneita Espanjasta ja Espanjan kulttuurista, joten tarkoituksena oli tarjota heille espanjalaistyyppinen illanvietto. Tapahtumalaji oli selvä alusta alkaen. Tapahtuma oli itse rakennettu asia- ja viihdetapahtuma, koska siellä oli yksi asiapitoinen esitys Mallorcasta ja loput aktiviteetit olivat viihdepitoisia. Sitouduin järjestämään tapahtuman yksin, mutta seura tarjosi minulle apuaan ongelmatilanteissa.

Tapahtumaa varten varattuun budjettiin oli mahdutettava tilavuokra, tarjoilut sekä tietenkin palkkiot esiintyjille. Varattu budjetti oli riittävä, eikä minulla ollut ongelmia pysyä sen rajoissa. Suurin osa budjetista meni muusikon palkkioon. Tarjoiluiden osuus budjetista oli melko pieni eikä tilavuokraa tarvinnut maksaa, koska tapahtuma oli kaikille avoin. Mikäli budjetti olisi ollut suurempi, niin ruoat olisi voitu tilata pitopalvelusta, mutta tapahtuman budjetin rajoissa pitopalvelu osoittautui liian kalliiksi. Lisäksi bingoa varten olisi voitu ostaa bingokone, sillä nyt jouduttiin tyytymään numerolappujen arpomiseen pussista.

Tapahtuman ajankohta ja paikka harkittiin tarkkaan. Alun perin mietittiin, että tapahtuma olisi voinut olla keväämmällä, mutta ideasta luovuttiin aikatauluongelmien takia. Tapahtumaa ei myöskään voitu järjestää viikoilla 8 ja 9, koska silloin Etelä-Suomessa vietettiin hiihtolomaviikkoja. Lopulta päiväksi valikoitui 10.3.2012. Paikan valinta oli järjestämisprosessin vaikein päätös, koska itse asun eri paikkakunnalla kuin missä tapahtuma järjestettiin. Jouduin turvautumaan Internetiin ja löysin tapahtuman järjestämiselle sopivat tilat kulttuurikeskus Caisan olohuoneesta. Valitsin Caisan olohuoneen sen koon takia, sillä edellisissä tapahtumissa oli ollut sen verran ihmisiä, että ajattelin osallistujien mahtuvan sinne hyvin. Työtäni helpotti merkittävästi se, ettei tilaa tarvinnut

nut somistaa erikseen, sillä kuvien perusteella se vaikutti jo valmiiksi rennolta ja kotoisalta. Kulttuurikeskus Caisan olohuone sijaitsee Kaisaniemessä, lähellä hyviä kulkuyhteyksiä esimerkiksi rautatieasemaa ja Kaisaniemen metroasemaa. Autojen pysäköiminenkään ei ole ongelma, sillä lähellä sijaitsee parkkipaikkoja sekä monet pääkaupunkiseudulla asuvat eivät omista autoa, vaan käyttävät julkista liikennettä.

Kaikkien illan esitysten tuli olla espanjan kielisiä, koska kyse oli espanjalaisesta illasta. Illan päätähti, muusikko Joaquin Hernandez, löytyi Sibelius-Akatemian esiintyjäpankista. Ennen Joaquinia tiedustelin kahden muun esiintyjän mahdollisuuksia päästä esiintymään tapahtumassa. Toinen esiintyjistä oli estynyt tulemaan paikalle ja toisen esiintyjän palkkio ei mahtunut tapahtumalle varattuun budjettiin. Valitsin Joaquinin esiintyjäksi, koska Internetistä löytämäni musiikinäytteiden perusteella hän vaikutti erittäin hyvältä. Toisen esiintyjäni, Joan Mutin, sain esiintymään espanjanopettajani kautta. Joanin esitys koostui Mallorcan ja katalaanin kielen lyhyistä esittelyistä. Joan on kotoisin Mallorcalt ja hän opettaa katalaanin kieltä Helsingin yliopistolla. Muiksi illan aktiviteeteiksi valikoituivat bingo ja tietovisa, jotka valitsin sen takia, koska olen huomannut, että kyseiset asiat kiinnostavat nuoria aikuisia. Bingo ja tietovisa olivat myös sellaisia aktiviteetteja, että kaikkien oli helppo ottaa niihin osaa.

Ruoan ja tarjottavan juoman tuli sopia kaikille osallistujille, joten tarjottaviksi valikoitui erilaisia kasvisruokia sekä alkoholitonta sangriaa. Osallistujille päätettiin tarjota porkkanasta ja punajuuresta tehtyjä juureslastuja, sekä pieniä pinaattipiiraita- ja paprikakuppeja. Tarjottaviin ruokiin haluttiin ottaa vaikutteita Espanjalaisista tapaksista. Tapas tyyppisellä ruoalla pyrittiin vahvistamaan espanjalaista tunnelmaa ja ilmapiiriä, sekä vieraiden oli helppo syödä ruoat käsin. (Aris 2004, 67, 71, 76–77.)

Poliisiin ei tarvittu olla yhteydessä, koska kyseessä oli yleisötilaisuus, jossa osallistujamäärä ei ollut suuri. Varattuun tilaan mahtuu maksimissaan 35 henkilöä ja ilmoittautuneita oli noin 15. Tapahtumaani liittyvät riskit voidaan jakaa asiaryhmittäin. Riskejä olisivat voineet olla aikatauluriskit esimerkiksi esitysten venyminen liian pitkiksi, taloudelliset riskit esimerkiksi budjetin riittämättömyys tapahtuman järjestämiselle sekä tekniikkariskit esimerkiksi pistorasioiden toimimattomuus. Tapahtumaa varten käytettiin kahta eri mainonnan muotoa, mediamainontaa ja suoramainontaa. Tapahtumaa mainostettiin seuran Facebook-sivuilla, Internet-sivuilla, jäsenlehdessä sekä sähköpostitse. Tein myös tapahtumasta tapahtumabriefin (liite 2).

6.2 Tapahtuman toteutus

Tapahtumapäivän aamu alkoi aikaisin. Lähdin aamulla junalla Helsinkiin ja olin perillä hyvissä ajoin puolenpäivän jälkeen. Lähdin rautatieasemalta kävellen etsimään varpuheenjohtajan asuntoa, jonne olimme sopineet tapaamisen. Hän oli valmistanut tilaisuudessa tarjottavat herkut ja minun vastuulleni jäi sangrian valmistus. Kun sangria ja tarjottavat olivat valmiita, oli aikaa illan alkuun noin 1,5 tuntia.

Saavuin tapahtumapaikalle Kulttuurikeskus Caisan olohuoneeseen hyvissä ajoin ennen tapahtuman alkua. Löysin paikalle ilman mitään ongelmia, mutta monet sanoivat, että sinne oli hieman vaikea löytää. Minulle jäi aikaa noin 30 minuuttia, koska ennen meitä ollut lastenryhmä lopetti kello 16. Ennen osallistujien saapumista lisäsin tilaan muutaman tuolin ja katsoin, että kaikki oli tilassa valmista. Somistin myös huonetta sen verran, että lisäsin pöydälle värikkään pöytäliinan. Somistamiseen ei valitettavasti ollut enempää aikaa, koska edellinen tilaisuus päättyi sen verran myöhään. Caisan olohuone oli sopivan kokoinen tila viettää rentoa iltaa. Tila ei ollut liian suuri, muttei myöskään liian ahdas. Kaikki mahtuivat liikkumaan oikein hyvin.

Ensimmäinen esiintyjäni Joaquin Hernandez saapui paikalle hyvissä ajoin ja laittoi kaiken valmiiksi esitystään varten. Pieniä teknisiä ongelmia koitui kun kitaran johtoa ei löytynyt mistään. Ongelma kuitenkin ratkesi kun Caisan vahtimestari lainasi meille johdon esityksen ajaksi. Sen jälkeen jäin odottamaan Joan Mutia, joka alkoi olla myöhässä. Asia selvisi onneksi pian kun hän soitti ja kertoi, ettei ollut löytänyt perille. Annoin hänelle nopeasti ohjeet ja kohta hän jo saapuikin paikalle.

Illan oli tarkoitus alkaa Joaquinin esityksellä, mutta ohjelmassa tapahtui pieni muutos. Kun saavuin paikalle, oli tilassa juuri loppumassa edellinen tilaisuus ja sopivasti sekin liittyi Espanjaan. Minulla ei ollut siinä vaiheessa vielä mitään kiirettä, joten juttelin edellisen tilaisuuden järjestäjien kanssa ja kerroin heille omasta tapahtumastani ja sainkin samalla vielä yhden numeron lisää tapahtumaani. He kertoivat minulle espanjan kielisestä sirkustoiminnasta ja kysyivät, pääsisivätkö puhumaan vähäksi aikaa tapahtumaani. Heidän puheenvuoronsa mahtui tapahtuman aikatauluun erittäin hyvin ja lopulta he aloittivat illan kertomalla toiminnastaan. Sirkustoiminnan esittelyn jälkeen soitti Joaquin Hernandez. Hän lauloi espanjan kielisiä kappaleita säestäen kitaralla. Joaquin oli erinomainen valinta esiintyjäksi, koska hänellä oli kaunis ääni ja hän otti

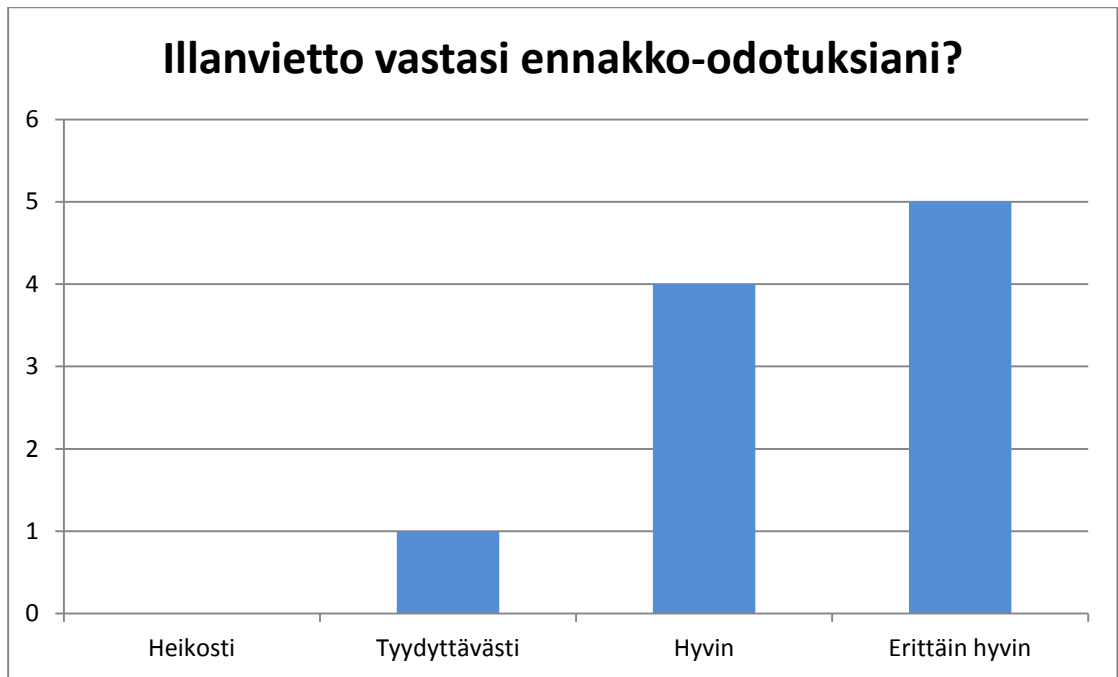
yleisön hyvin huomioon. Joaquinin jälkeen esiintyi Joan Mut. Joan piti todella mielenkiintoisen esityksen Mallorcasta ja katalaanin kielestä. Hän kertoi Mallorcan kulttuurista ja historiasta. Joanin jälkeen Suomi-Espanja Seuran puheenjohtaja Martti Perttula piti pienen puheenvuoron ja kertoi seuran tulevista tapahtumista. Loppuilta olikin varattu peleille. Pelasimme kierroksen bingoa ja pidin läsnäolijoille tietovisan. Sen jälkeen kello alkoikin olla jo paljon, joten oli aika kiittää paikallaolijoita ja kerätä palaute illasta.

Osallistujia oli noin 20 henkilöä, vaikka ennakkoon ilmoittautuneita oli vain noin 15. Sain kerättyä palautteen kymmeneltä osallistujalta eli noin puolet paikallaolijoista täytti palautelomakkeeni. Myös seuran puheenjohtaja sekä varapuheenjohtaja täyttivät palautelomakkeen ja antoivat sen lisäksi myös suullisen palautteen. Tapahtuma oli mennyt heidän mielestään hyvin ja minä olin selvinnyt urakastani myös oikein hyvin.

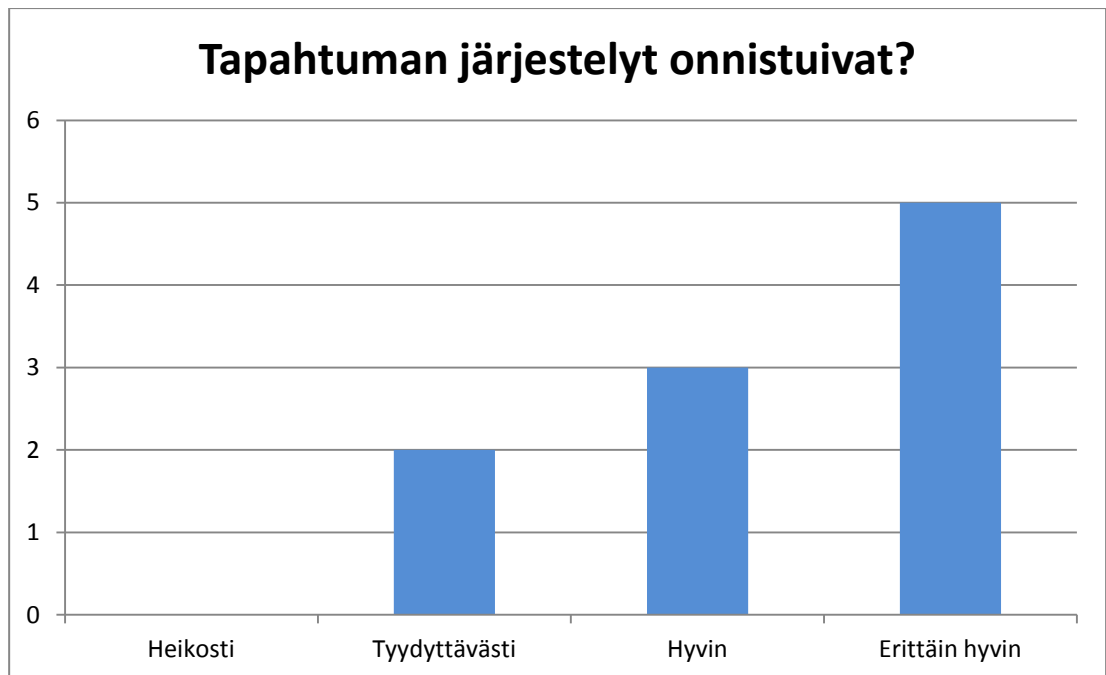
Joaquin Hernandezia kiitin paikan päällä aivan mahtavasta esiintymisestä, mutta Joan Mut kerkesi valitettavasti poistua ennen kuin ehdin kiittää häntä. Olin Joaniin yhteydessä seuraavana päivänä ja kiitin häntä esityksestä. Seuran puheenjohtaja kirjoitti myös Joanille todistuksen esiintymisestä, jota hän voi hyödyntää työnhaussa. Ilta alkoi kello 16.30 ja kesti 19.30 saakka. Kolme tuntia oli oikein hyvä pituus illalle; ilta ei tuntunut liian pitkälle, muttei myöskään liian lyhyelle. Missään vaiheessa ei ollut kiire, eikä tapahtuma venynyt yli ajan.

6.3 Tapahtuman arviointi

Tapahtumaan oli ilmoittautunut noin 15 henkilöä ja lopulta osallistujia oli noin 20. Palautelomakkeita sain takaisin 10. Palautelomakkeessani oli 5 kohtaa: 1. Illanvietto vastasi ennakko-odotuksiani, 2. Tapahtuman järjestelyt onnistuivat, 3. Mikä illassa oli hyvää, 4. Olisitko toivonut jotain enemmän ja 5. Vapaa sana. Yhdeksän paikallaolijan mielestä tapahtuma vastasi ennakko-odotuksia hyvin tai erittäin hyvin (kuva 9). Kahdeksan vastaajan mielestä tapahtuman järjestelyt onnistuivat hyvin tai erittäin hyvin (kuva 10). Vastaajien mielestä illassa parasta oli musiikki ja enemmän olisi kaivattu yhdessä puhumista. Vapaa sana -kohdassa monet kiittivät tapahtumasta ja toivoivat tällaisia tapahtumia lisää.



Kuva 9. Illanvietto vastasi ennako-odotuksiani?



Kuva 10. Tapahtuman järjestelyt onnistuivat?

7 YHTEENVETO JA POHDINTA

Lähteisiin tutustumalla saa paljon apua tapahtuman järjestämisestä varten, ja tapahtuman järjestäminen voi tuntua helpolta, mutta todellisuus ei aina ole niin helppoa. Huoma-

sin, että kaikkeen tulee varautua. Esiintyjä ei välttämättä pääsekään paikalle, tai tarjotut epäonnistuvat. Toteuttamassani tapahtumassa johto oli kadoksissa ja toisen puhujan oli vaikea löytää paikalle. Loppujen lopuksi kaikki kuitenkin meni yli odotusten.

Olen varma, että tämän tyyppiset tapahtumat saisivat kerättyä osallistujia, varsinkin nuoria aikuisia. Letkeä musiikki, ja erilaiset pelit ovat entistä suosittumia nuorten keskuudessa. Ajattelin koko suunnitteluprosessin ajan, että illan pitäisi olla todella erikoinen ja uudennainen. Luulen, että ilta olisi saattanut epäonnistua, jos sinne olisi yritetty väkisin järjestää jotain erikoista ja liian uudennaista ohjelmaa.

Tulevaisuudessa hoitaisin ilmoittautumisen hieman eri tavalla, sillä luulen, että sen takia kaikki halukkaat eivät päässeet paikalle. Monien voi olla vaikeaa tietää montaa viikkoa aikaisemmin, onko heillä mahdollisuutta osallistua aikataulujensa puitteissa johonkin tapahtumaan. Olisi siis hyvä käyttää vaikkapa ennakoilmoittautumista, että tiedetään edes suurin piirtein osallistujamäärä. Ennakoilmoittautumisen lisäksi olisi hyvä jättää vielä mahdollisuus osallistua ilman ilmoittautumista, jos vaikka aikataulut yhtäkkiä muuttuvatkin.

Tapahtumakyselyn tulokset olivat mielestäni positiivisia. Suurin osa vastaajista oli tyytyväisiä seuran toimintaan ja ne, jotka olivat tyytymättömiä, olivat tyytymättömiä, koska eivät olleet aiemmin osallistuneet seuran tapahtumiin. Yksi syy, mikseivät he olleet osallistuneet tapahtumiin, oli se, ettei tapahtumia järjestetä pääkaupunkiseudun ulkopuolella. Tapahtumia voisi siis järjestää muissakin kaupungeissa ja jäsenet voisivat tehdä retkiä muihin kaupunkiin. Toinen syy, miksi jäsenet eivät ole osallistuneet tapahtumiin oli se, ettei tapahtumista ollut kuultu. Mielestäni seuran markkinointi on pääsääntöisesti hoidettu hyvin. Käytössä ovat seuran Internet-sivut, Facebook-sivut ja jäsenlehti. Seuraa voisi kuitenkin mainostaa vaikka pari kertaa vuodessa ilmaisjakelulehdessä, jotta tavoitettaisiin Espanjasta kiinnostuneita ihmisiä, jotka eivät ole kuulleet seurasta. Seura on järjestänyt monipuolisesti erilaisia tapahtumia ja lisää kaivataan erityisesti musiikki-iltoja, espanjan kieleniltoja, elokuvailtoja sekä kokkaus- tai viinimaistotilaisuuksia.

Tuloksista voidaan myös huomata, että ihmiset osallistuvat tapahtumiin mieluummin viikonloppuisin kuin arkipäivisin. Syitä tähän voi olla monia: monilla on perhe ja pieniä lapsia, joiden kanssa on tärkeää viettää aikaa, työpäivä voi olla raskas, minkä takia

töiden jälkeen ei jaksanut muuta kuin mennä kotiin, ja myös työajat voivat olla sellaisia, etteivät ne mahdollista osallistumista viikolla.

Tuloksia voidaan hyödyntää varmasti tulevia tapahtumia suunniteltaessa, koska kyselylomakkeella saatiin vastauksia moniin tärkeisiin kysymyksiin. Tuloksista on varmasti myös hyötyä toimeksiantajalle, koska he eivät ole aikaisemmin toteuttaneet tällaista kyselyä. Tuloksista seura voi käyttää jatkossa tapahtumiensa suunnitteluun, koska tuloksista muun muassa selviää, millaisia teemoja ja aktiviteetteja tapahtumissa tulisi olla. Tämän lisäksi tulokset tarjoavat Suomi-Espanja Seuralle helpotusta tapahtumien optimaalisen ajankohdan valitsemisessa, jotta mahdollisimman monen halukkaan osallistuminen voidaan taata. Kyselyn neljäs kysymys ”Mistä sait tiedon tästä kyselystä?” tarjoaa seuralle arvokasta tietoa siitä, mitä kautta ihmiset ovat saaneet tietää kyselyn olemassa olosta. Tämän kysymyksen vastausten perusteella seuran on mahdollista selvittää, mitä markkinointikanavia sen kannattaisi käyttää saavuttaakseen mahdollisimman monen seuran jäsenen ja potentiaalisten uusien jäsenien huomion. Seuran jatkossa menestymisen ja uusien jäsenien saavuttamisen kannalta oikeiden markkinointikanavien löytäminen on oleellista.

Oma prosessini tuntui aluksi hieman raskaalle, koska suunnittelua vaikeuttivat toisella paikkakunnalla asuminen ja se, ettei minulla ollut kovin paljon kokemusta tapahtuman järjestämisestä. Tapahtumaprosessissa ongelmia aiheutti espanjan kielisen esiintyjän löytäminen. Esiintyjää oli vaikea löytää, kun en oikein tiennyt, mistä etsiä. Apua tähän ongelmaan sain espanjan kieliseltä ystävältäni ja Suomi-Espanja Seuran puheenjohtajalta. Toisena ongelmana voisin mainita tarjoilujen valinnan. Tarjoilujen tuli olla espanjalaishenkisiä, sormin syötäviä ja sekä sopia kaikille, myös allergikoille. Kasvisruoat ja sangria olivat hyviä ideoita, koska ne sopivat monelle eri ihmiselle esimerkiksi sellaisille, jotka eivät syö lihaa. Kaikki meni kuitenkin hyvin epäluuloistani huolimatta, ja kun sain projektin liikkeelle, se valmistui omalla painollaan. Kaiken kaikkiaan tapahtuman järjestäminen ja suunnittelu oli osittain työläs mutta palkitseva prosessi.

Tämä prosessi opetti minulle käytännössä, kuinka tapahtuma järjestetään ja mitä ongelmia ja asioita tulee ottaa huomioon suunnitteluprosessissa. Kokonaisuudessaan tapahtuman järjestäminen Suomi-Espanja Seuralle oli opettava kokemus, joka on tar-

jonnut minulle valmiudet työskennellä tulevaisuudessa tapahtumien suunnittelun ja järjestämisen parissa.

LÄHTEET

Aris, P. 2004. Espanjalainen keittiö. Helsinki: Gummerus.

Bergström, S. & Leppänen, A. 2009. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 13., uudistettu painos. Helsinki: Edita.

Casa de Su Majestad el Rey. 2012. Saatavissa: http://www.casareal.es/sm_rey/index-ides-idweb.html [viitattu 30.7.2012].

Club Español. 2012. Saatavissa: <http://www.clubespanol.fi/> [viitattu 16.4.2012].

Donde se habla Español: Países y números. 2011. Saatavissa: http://www.spanishcourses.info/Mains/SpanishSpoken_ES.htm [viitattu 14.4.2012].

Espanjan kulttuuri. 2012. Saatavissa: <http://www.matkailu-opas.com/espanjan-kulttuuri.html> [viitattu 17.4.2012].

Espanja musiikki. 2012. Saatavissa: <http://www.matkailu-opas.com/espanja-musiikki.html> [viitattu 17.4.2012].

Espanjan ruokakulttuuri. 2012. Saatavissa: <http://www.matkailu-opas.com/espanjan-ruokakulttuuri.html> [viitattu 17.4.2012].

Etelä-Pohjanmaan liitto. 2008. Tapahtumajärjestäjän opas. Saatavissa: <http://www.etelapohjanmaa.fi/kulttuuri/documents/tapopas.pdf> [viitattu 8.3.2012].

Felipe Rivadeneira. 2010. La sangria, historia y recetas. Saatavissa: <http://www.ecuadorinmediato.com/hoyenlacocina/Informacion/Sangria.html> [viitattu 10.8.2012].

Harju, L. 2003. Työelämän tapahtumat ja tilaisuudet. Helsinki: Otava.

Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. 7., uudistettu painos. Helsinki: Edita.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15., uudistettu painos. Helsinki: Tammi.

Iiskola-Kesonen, H. 2004. Mitä, miksi, kuinka? Käsikirja tapahtuman järjestäjälle. Suomen liikunta ja Urheilu ry: Suomen Graafiset palvelut Ltd.

Isohookana, H. 2007. Yrityksen markkinointiviestintä. Helsinki: WSOYpro.

Kauhanen, J., Juurakko, A. & Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. 1. painos. Helsinki: WSOY.

Kettunen, S. 2009. Onnistu projektissa. 2., uudistettu painos. Helsinki: WSOYpro.

Kyselyn laatiminen. 2011. Saatavissa:

http://www.yhdistystieto.fi/hyvat_yhdistyskaytannot/jasenkyselyt/kyselyn_laatiminen [viitattu 11.8.2012].

Qué son las tapas? 2012. Saatavissa: <http://www.misrespuestas.com/que-son-las-tapas.html> [viitattu 10.8.2012].

Suomi-Espanja Seura ry. 2012. Saatavissa:

<http://www.suomiespanjaseura.fi/fi/index.php> [viitattu 14.4.2012].

The World Factbook. 2012. Saatavissa: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/sp.html> [viitattu 16.4.2012].

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

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2008. Tapahtuma on tilaisuus: tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. 2., uudistettu painos. Helsinki: Tietosanoma Oy.

What is an Event? 2012. Saatavissa: <http://www.eventeducation.com/what-is-event.php> [viitattu 4.8.2012].

Suomi-Espanja Seuran tapahtumakysely 2012

Tämä on kyselylomake, jonka tarkoituksena on kartoittaa, minkälaiset tapahtumat kiinnostavat Suomi-Espanja Seuran jäseniä ja muita espanjalaisesta kulttuurista kiinnostuneita. Vastaukset käsitellään luottamuksellisesti. Anna yhteystietosi, mikäli haluat osallistua pienen palkinnon arvontaan tai haluat että sinuun otetaan yhteyttä.

1. Sukupuoli:

1. Mies
2. Nainen

2. Ikä:

1. Alle 18 vuotta
2. 18–35 vuotta
3. 36–50 vuotta
4. 51–65 vuotta
5. Yli 65 vuotta

3. Kauanko olet ollut Suomi-Espanja Seura ry:n jäsen?

1. En ole jäsen
2. Alle 2 vuotta
3. 2–5 vuotta
4. 5–20 vuotta
5. 20–40 vuotta
6. Yli 40 vuotta

4. Mistä sait tiedon tästä kyselystä?

1. Jäsenkirjeestä
2. Seuran kotisivulta
3. Seuran Facebook-sivulta
4. Tuttavalta
5. Jostain muualta, mistä?

5. Kuinka usein olet osallistunut Suomi-Espanja Seuran järjestämiin tilaisuuksiin viime vuosina?

1. Ei koskaan
2. Korkeintaan kerran vuodessa
3. 2–3 kertaa vuodessa
4. Vähintään 4 kertaa vuodessa

6. Oletko ollut tyytyväinen seuran tarjoamiin tapahtumiin?

1. Kyllä
2. Ei, miksi?

7. Mikä aikaisemmissa tapahtumissa on ollut hyvää? Valitse sopivat vaihtoehdot ja kommentoi halutessasi.

1. Rentoutuminen
2. Yhdessäolo
3. Tutustuminen uusiin ihmisiin
4. Tunnelma
5. Asiasisältö
6. Taide-elämys
7. Jokin muu, mikä?

8. Minkä tyyppisiä tapahtumia kaipaisit enemmän? Valitse sopivat vaihtoehdot ja kommentoi halutessasi.

1. Elokuvailtoja
2. Musiikki-illoja
3. Kokkaus- tai viininmaistotilaisuuksia
4. Seminaareja esim. työllistyminen Espanjassa
5. Retkiä esim. teatteriin
6. Espanjan kielen iltoja
7. Tutustumisia taidenäyttelyihin
8. Espanjalaisia ravintolailtoja
9. Yhdessä liikkumista esim. flamencon tanssimista
10. Vapamuotoisia tapahtumia, millaisia?
11. Jotain muuta, mitä?

9. Minä viikonpäivänä osallistuisit mieluiten tapahtumaan? Valitse sopivat vaihtoehdot ja kommentoi halutessasi.

1. Maanantai
2. Tiistai
3. Keskiviikko
4. Torstai
5. Perjantai
6. Lauantai
7. Sunnuntai

10. Kehittämisehdotuksia:

11. Kyselyn tuloksia ei yhdistetä vastaajiin, mutta jos haluat että sinuun otetaan tarvittaessa yhteyttä, voit antaa yhteystietosi tässä:

Nimi

Sähköposti

Puhelinnumero

Kiitos vastauksistanne!

Tapahtumabrief

1. Miksi tapahtuma järjestetään?

Kun tapahtumaa järjestetään pitää olla tiedossa miksi tapahtuma järjestetään ja mikä on sen tavoite. Tapahtumalla täytyy olla määritelty tavoite ja sen tulee olla selkeä alusta asti. Suomi-Espanja Seuran tapahtumassani tavoitteena oli toteuttaa kaiken ikäisiä kiinnostava tapahtuma, mutta etenkin nuoria aikuisia kiinnostava tapahtuma. Tavoitteena on yhdistää samoista asioista kiinnostuneita ihmisiä ja tarjota heille onnistunut tapahtuma.

2. Kenelle tapahtuma järjestetään?

Eli mikä on tapahtuman kohderyhmä. Tapahtuma on suunnattu kaikille seuran jäsenille ja muille kiinnostuneille.

3. Mitä järjestetään?

Eli on onko tapahtuma asia-, viihde- vai yhdistelmä tapahtuma. Tässä tapauksessa tapahtuma on viihdetapahtuma, joka on vapaamuotoinen.

4. Miten tapahtuma toteutetaan?

Eli onko se itse tehty, ostettu, katto- vai ketjutapahtuma? Tapahtuma on itse toteutettu.

5. Millaista ohjelmaa on ja mitä tapahtumalla halutaan viestiä?

Tapahtumassa on esiintymässä espanjan kielistä musiikkia soittava esiintyjä, hieman leikkimielistä kisailua ja pientä naposteltavaa.

6. Ketkä toimivat isäntinä?

Pääisäntä: Nina Happonen

Apuisännät: Seuran puheenjohtajat

7. Millaista tunnelmaa tapahtumaan tavoitellaan?

Välitöntä, avointa ja rentoa tunnelmaa.

Palaute ”Rennosta illanvietosta” Caisassa

1. Illanvietto vastasi ennakko-odotuksiasi?

1. Heikosti
2. Tyydyttävästi
3. Hyvin
4. Erittäin hyvin

2. Tapahtuman järjestelyt onnistuivat:

1. Heikosti
2. Tyydyttävästi
3. Hyvin
4. Erittäin hyvin

3. Mikä illassa oli hyvää?

4. Olisitko toivonut jotain enemmän?

5. Vapaa sana:

Kiitos palautteestasi!

Quiz en español

1. Quién es el rey de España/Kuka on Espanjan kuningas? Juan Carlos I
2. Los países vecinos de España/Espanjan naapurimaat? Portugal, Gibraltar, Francia, Andorra y Marruecos
3. El prefijo (de un número de teléfono)/ Puhelimensuuntanumero ? +34
4. El río más largo de España/Pisin joki? Tajo
5. La montaña más alta de España/ Korkein vuori? Teide
6. La isla más grande de España/ Suurin saari? Mallorca
7. El número de comunidades autónomas/ Itsehallintoalueiden määrä? 17
8. La religión/ Uskonto? Catolicismo
9. Qué es un churro/ Mikä on churro? Munkki
10. El día de la Hispanidad /Milloin on Espanjan kansallispäivä? 12.10
11. Un monumento histórico-cultural de Granada/ Granadasta löytyvä kulttuurihistoriallinen muistomerkki? Alhambra
12. En qué año España ganó por última vez el campeonato del mundo en fútbol/ Minä vuonna Espanjan jalkapallo maajoukkue voitti viimeksi maailmanmestaruuden? 2010
13. Una gran fiesta en Valencia/ Valenciassa vietettävä suuri juhla? Las Fallas
14. La moneda española antes del euro/ Espanjan rahayksikkö ennen euroa? Peseta
15. La ciudad más grande de Mallorca/ Mallorcan suurin kaupunki? Palma
16. El plato nacional de España/ Espanjan kansallisruoka? Paella
17. El lago más grande de España/ Espanjan suurin järvi? Mar Menor
18. Los idiomas oficiales de España/ Espanjan viralliset kielet? Espanja, galego, baski ja katalaani.
19. El grupo terrorista español/Espanjalainen terroristiryhmä? ETA
20. Cómo se llamaba "El Caudillo de España"/ Ketä kutsuttiin nimellä? – Francisco Franco

Onnistunut ja rento illanvietto Kulttuurikeskus Caisassa 10.3.



Noin 20 henkeä vietti lauantaina 10.3.2012 rennon illan Kulttuurikeskus Caisan olohuoneessa Helsingissä.

Tapahtumassa nautittiin espanjan kielisestä musiikista Joaquin Hernandezin esittämänä, kuultiin Joan Mutin espanjan kielinen esitys katalonian kielestä ja Mallorcasta, napposteltiin kasvisherkkuja, pelailtiin ja tietenkin tutustuttiin muihin paikallaolijoihin.



Tilaisuuden suunnittelu ja toteutus oli osa Nina Haposen opinnäytetyötä.

Suuret kiitokset Ninalle onnistuneesta kulttuuritilaisuudesta



Rento illanvietto
10.3.2012
klo 16.30–19.30
Caisan
olohuoneessa

Suomi–Espanja-Seura järjestää yhdessä opinnäytetyöntekijä Nina Happosen kanssa illanvieton keskellä Helsinkiä. Tervetuloa viettämään iltaa mukavassa seurassa, lauantaina 10.3.2012 kello 16.30, Kulttuurikeskus Caisan olohuoneeseen, Mikonkatu 17 C. Illan ohjelma on vielä salaisuus, mutta selviää kyllä aikanaan.

Mukaan mahtuu 30 ensimmäisenä ilmoittautunutta.

Lisätiedot ja ilmoittautumishjeet julkaistaan seuran kotisivulla: www.suomiespanjaseura.fi