

Sanna-Kaisa Anttonen

Kaisa Tenhunen

SENIORILEPPIS
Hyvinvointitapahtuman
suunnittelu senioreille

Opinnäytetyö
Matkailun koulutusohjelma


Marraskuu 2012




MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU

Mikkeli University of Applied Sciences

KUVAILULEHTI

 <p>MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU Mikkeli University of Applied Sciences</p>	<p>Opinnäytetyön päivämäärä</p> <p>26.11.2012</p>		
<p>Tekijä(t) Sanna-Kaisa Anttonen Kaisa Tenhunen</p>	<p>Koulutusohjelma ja suuntautuminen Matkailun koulutusohjelma</p>		
<p>Nimeke SenioriLeppis Hyvinvointitapahtuman suunnittelu senioreille</p>			
<p>Tiivistelmä</p> <p>Toimeksiantajana opinnäytetyöllemme toimii Sokos Hotel Vesileppis, joka sijaitsee Pohjois-Savossa Leppävirralla. Opinnäytetyön teoriaosuuden pohjalta on suunniteltu hyvinvointitapahtuma senioreille sekä käsikirja tapahtumalle. Käsikirja tulee Vesileppiksen sisäiseen käyttöön ja tukee tapahtuman suunnittelua ja järjestämistä. Tapahtuma on tarkoitus toteuttaa keväällä 2013. Idea uuden hyvinvointitapahtuman suunnitteluun lähti toimeksiantajaltamme .</p> <p>Menetelmänä opinnäytetyölle toimii uuden tuotepalvelun, uuden tapahtuman, suunnitelman kehittäminen ja tekeminen. Tutkimuskysymys: Kuinka suunnitella toimiva senioreille kohdistettu tapahtuma? Opinnäytetyötä tehtäessä heräsi myös useampia kysymyksiä esimerkiksi: Miten Vesileppis voisi edistää senioreiden hyvinvointia ja saada heistä asiakkaita? Kuinka suunnitellaan hyvä ja menestyvä tapahtuma?</p> <p>Teoriaosassa perehdytään nykypäivän ikääntyvään väestöön ja heidän hyvinvointiinsa, terveyteensä ja liikuntaansa pääpiirteittäin, hyvinvointi- ja terveystaikkailuun sekä wellness-matkailuun ja hyvinvointitapahtuman käsitteeseen lyhyesti. Tarkoituksena on myös syventyä tapahtuman suunnitteluun ja sen eri vaiheisiin ja tämän teorian pohjalta suunnitella hyvinvointitapahtuma senioreille.</p> <p>SenioriLeppis -tapahtumalla on hyvät edellytykset menestyä, sillä väestö ikääntyy. Tulevaisuudessa täytyy entistä enemmän panostaa senioreiden hyvinvointiin ja terveyteen.</p>			
<p>Asiasanat (avainsanat)</p> <p>Ikääntyvä väestö, terveys- ja hyvinvointimatkailu, wellness, tapahtuma, tapahtuman suunnittelu</p>			
<p>Sivumäärä 40 + käsikirja</p>	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 33%; padding: 5px;">Kieli suomi</td> <td style="width: 33%; padding: 5px;">URN</td> </tr> </table>	Kieli suomi	URN
Kieli suomi	URN		
<p>Huomautus (huomautukset liitteistä) SenioriLeppis -tapahtuman käsikirja (salainen)</p>			
<p>Ohjaavan opettajan nimi Ismo Glad</p>	<p>Opinnäytetyön toimeksiantaja Sokos Hotel Vesileppis</p>		

DESCRIPTION

 <p>MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU Mikkeli University of Applied Sciences</p>		Date of the bachelor's thesis 26 th Nov 2012
Author(s) Sanna-Kaisa Anttonen Kaisa Tenhunen	Degree programme and option Degree Programme in Tourism Bachelor of Hospitality Management	
Name of the bachelor's thesis SenioriLeppis – planning a wellbeing event for senior citizens		
Abstract This thesis was commissioned by Sokos Hotel Vesileppis which is located in the Northern Savo region of Finland in Leppävirta. On the basis of the theoretical study a wellbeing event for seniors was designed and a handbook manual was made. The manual is designed for internal use at the company Vesileppis and it supports event planning and organizing. The event is planned to take place during the spring of 2013. The original idea for a wellbeing event derived from the commissioner of the work. The method in this study was creating a new service and developing and executing a new event. The initial question was: How to design a functioning event for senior citizens? Several questions arose during this process, such as how Vesileppis can promote the wellbeing of seniors and attract them as customers and how to design a good and successful event. The theoretical framework is based on previous research and information about the present ageing population and their wellbeing, their health and exercise routines on a general level, travelling for wellbeing and health purposes as well as in short to describe the concepts of wellness travel and wellbeing events. The purpose is to focus on the planning of the event and the stages involved, as well as to design a wellbeing event for seniors based on the theoretical framework. The SenioriLeppis event has good chances for success due to the ageing of population. In the future it will be necessary to put more effort to ensure the wellbeing and health of seniors.		
Subject headings, (keywords) Ageing population, health and wellbeing travel, wellness, event, event planning		
Pages 40 + event manual	Language Finnish	URN
Remarks, notes on appendices SenioriLeppis event manual (classified)		
Tutor Ismo Glad	Bachelor's thesis assigned by Sokos Hotel Vesileppis	

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	1
2 IKÄÄNTYVÄ VÄESTÖ.....	4
2.1 Senioreiden hyvinvointi, terveys ja liikunta	5
2.2 Senioreiden matkailu	7
3 TERVEYS- JA HYVINVOINTIMATKAILU	8
3.1 Terveys- ja hyvinvointimatkailu Suomessa	9
3.2 Hyvinvointimatkailu	9
3.3 Wellness.....	11
4 TAPAHTUMAN SUUNNITTELU	12
4.1 Tapahtumaprojektin vaiheet.....	14
4.2 Tapahtuman suunnittelun vaiheet.....	15
4.3 Menestyvä ja kannattava tapahtuma.....	16
5 TAPAHTUMAN TURVALLISUUS, LUVAT JA ILMOITUKSET	20
5.1 Turvallisuusjärjestelyt	20
5.2 Luvat.....	23
5.3 Ympäristö.....	24
5.4 Tekijänoikeuskorvaukset	25
5.5 Vakuutukset	26
6 TAPAHTUMAN TOTEUTUS.....	27
6.1 Tapahtuman markkinointi ja tiedottaminen	27
6.2 Projektipäällikkö ja henkilökunta.....	30
6.3 Tapahtumaan osallistujan huomioiminen	30
6.4 Tapahtuman jälkeen.....	31
7 SENIORILEPPIS TAPAHTUMANA	32
8 POHDINTA.....	35
LÄHTEET	
LIITE	
SenioriLeppis -tapahtuman käsikirja (salainen)	

1 JOHDANTO

Seniori käsitteenä ei ole vielä vakiintunut. Senioreiden ikähaarukka alkaa jo 55-vuotiaista, mutta yleensä eläkeiän saavuttaneita ihmisiä kutsutaan senioreiksi. (Ahtola 2002, 20; Krons 2003, 13.) Vanhuuseläkkeelle voi siirtyä joustavasti 63–68-vuotiaana. (Eläkeläisten uutiset 2010.) Seniorin tai ikäihmisen, joka on jättänyt taakseen aktiivisen työelämän, ei suinkaan tarvitse jäädä toimeettomaksi ja viettää joutilasta elämää. (Krons 2003, 14.) Tulevaisuudessa täytyy entistä enemmän panostaa senioreiden hyvinvointiin ja terveyteen. Senioreiden määrä tulee kasvamaan Suomessa lähitulevaisuudessa (Kansallinen senioriliitto ry, 2011).

Idea uuden hyvinvointitapahtuman suunnitteluun lähti toimeksiantajaltamme Sokos Hotel Vesileppikseltä. Vesileppis on kiinnostunut seniorimatkailijoista, sillä väestö ikääntyy ja seniorimatkailu lisääntyy. Tapahtumalla pyritään edistämään senioreiden hyvinvointia sekä markkinoimaan Sokos Hotel Vesileppiksen majoitus- ja ravintolapalveluita sekä yhteistyökumppaneiden kylpylä- ja hyvinvointipalveluita. Hyvinvointitapahtuma on suunniteltu tiettyyn ajankohtaan tuottamaan kokonaisvaltaisesti hyvää oloa osallistujille vielä tapahtuman päätyttyäkin, ylläpitäen ja edistäen osallistujien sen hetken terveydentilaa yksilöllisesti. Opinnäytetyönä pyritään suunnittelemaan tapahtuma, joka olisi mahdollista järjestää vuosittain.

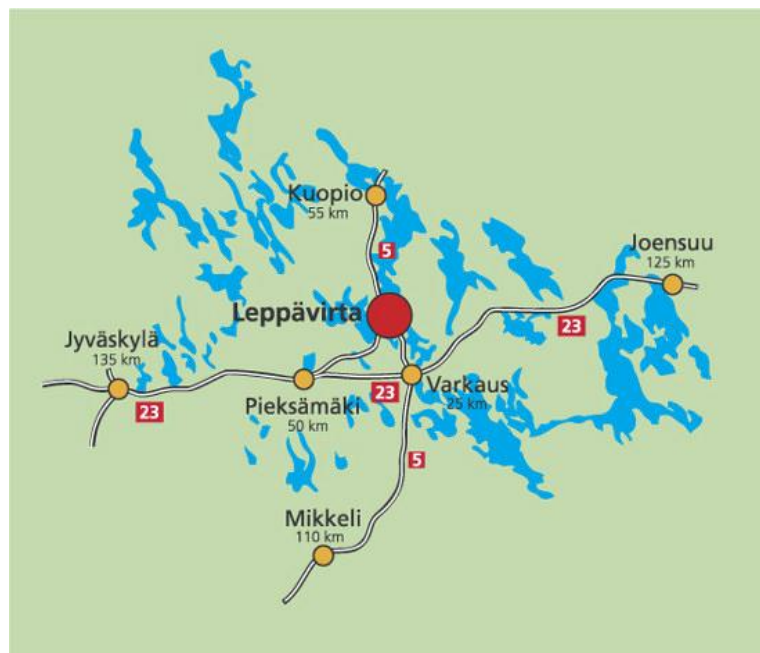
Opinnäytetyön tarkoituksena on perehtyä nykypäivän ikääntyvään väestöön ja heidän hyvinvointiinsa, terveyteensä ja liikuntaansa pääpiirteittäin, hyvinvointi- ja terveysturmatkailuun sekä wellness-matkailuun. Tavoitteena on myös syventyä tapahtuman suunnitteluun ja sen eri vaiheisiin ja tämän teorian pohjalta suunnitella hyvinvointitapahtuma senioreille. Tapahtuma on tarkoitus toteuttaa Leppävirralla Sokos Hotel Vesileppiksessä ja sen ympäristössä keväällä 2013.

Tärkein painotus on perehtyä tapahtuman suunnittelun teoriaan, jonka avulla onnistumme luomaan toimivan ja käyttökelpoisen SenioriLeppis -tapahtuman järjestämisen käsikirjan toimeksiantajallemme Sokos Hotel Vesileppikselle. Opinnäytetyö auttaa meitä luomaan toimivan tapahtumasuunnitelman ja kehittymään tapahtumajärjestäjinä ja matkailun ammattilaisina.

Menetelmänä opinnäytetyölle toimii uuden tuotteen kehittäminen, eli tässä tapauksessa uuden tapahtuman suunnittelu. Tutkimuskysymys, joka nousee esille: Kuinka suunnitella toimiva senioreille kohdistettu tapahtuma? Opinnäytetyötä tehtäessä herää myös useampia kysymyksiä esimerkiksi: Miten Vesileppis voisi edistää senioreiden hyvinvointia ja saada heistä asiakkaita? Kuinka suunnitellaan hyvä ja menestyvä tapahtuma?

Leppävirta on pieni kunta, joka sijaitsee Pohjois-Savossa Itä-Suomen läänissä, 5-tien ja Saimaan syväväylän varrella. Leppävirta on tunnettu Suomen suurimpana saarena pidetystä Soisalosta. Matkailijoille Leppävirralla on tarjota monia elämyksiä ja kokemuksia. Kunnassa on myös paljon vuokrattavia lomamökkejä. Kuntakeskuksen etäisyys on Kuopiosta etelään 52 km ja Varkaudesta pohjoiseen 24 km sekä Helsingistä pohjoiseen 330 km. Leppävirran naapurikunnat ovat Heinävesi, Joroinen, Kuopio, Pieksämäki, Suonenjoki, Tuusniemi ja Varkaus. (Leppävirran kunta 2011.)

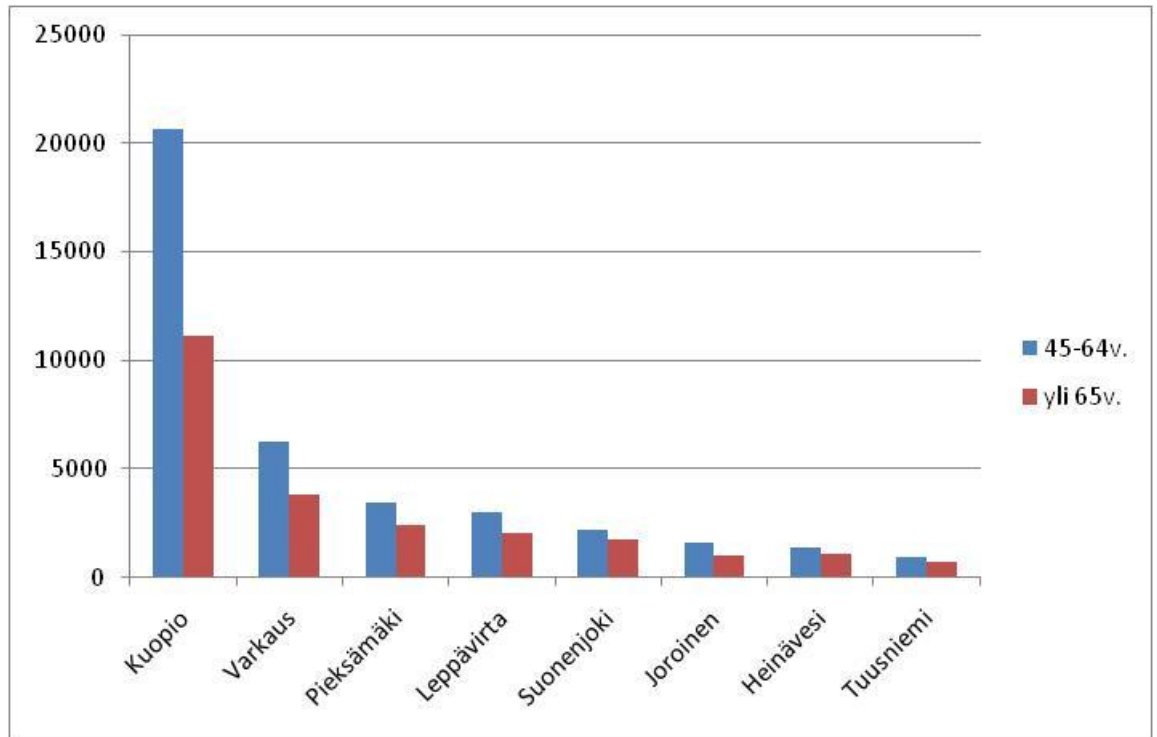
KUVA 1. Leppävirran sijainti (Leppävirran kunta 2011)



Leppävirta on teollistunut asuin- ja yrityskunta. Suurin teollisuustuotantolaitos on Sorsakoski. (Leppävirran kunta 2011.) Asukkaita Leppävirralla on 11 429. Kunnan väestön ikärakenne: alle 15 v. 2139 henkilöä (18%), 15-24 v. 1265 henkilöä (11%), 25-44 v. 2970 henkilöä (25%), 45-64 v. 3002 henkilöä (26%) ja yli 65 v.- 2053 henkilöä (17%). (Fennica 2011.) Kunnan ikärakenne tukee myös tapahtumaideaamme, sillä Leppävirran kunnan asukkaista 17 prosenttia on senioreita. Lähikuntien asukkaista

löytyy myös runsaasti potentiaalisia osallistujia tapahtumaan kuten kuvion 1 ikäkauma osoittaa.

KUVIO 1. Leppävirran ja lähikuntien väestömäärä ikäluokissa 45-64 vuottaat ja yli 65 vuottaat (Fennica 2011, mukailten)



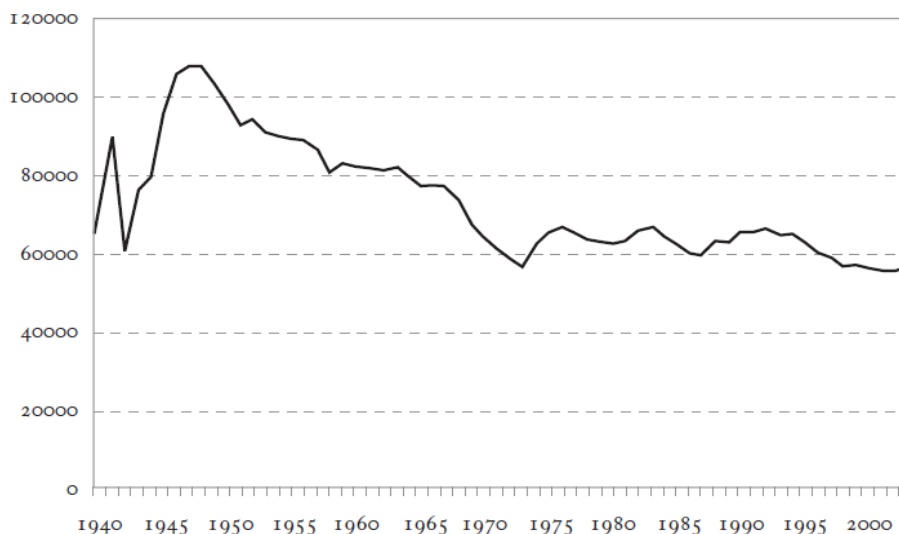
Sokos Hotel Vesileppis sijaitsee Pohjois-Savossa Leppävirran kirkonkylällä, kuntakeskuksessa. Vesileppiksessä on yhteensä 132 hotellihuonetta. Hotellin palveluita täydentävät lounas- ja tilausravintola Leppäkerttu, ruokaravintola Bistro, Castro yökerho sekä kokoustilat. Kylpyläosasto, kuntosali, jäähalli sekä maanalainen hiihtoareena muodostavat Vesileppiksestä ainutlaatuisen palvelukokonaisuuden. Hotellissa on lisäksi Kesport -urheiluliike, lääkäriasema sekä kosmetologi- ja hierontapalvelut. (Sokos Hotels 2011.) Nämä hotellissa sijaitsevat yrittäjät tulevat toimimaan yhteistyökumppaneina tapahtumaa suunniteltaessa ja tapahtumaa toteutettaessa. Vesileppis on Pohjois-Savon matkailustrategian mukaan iso matkailukohde Leppävirralla (Pohjois-Savon liitto 2007, 8).

2 IKÄÄNTYVÄ VÄESTÖ

Marraskuun alussa 2011 maailman väkiluku oli yli seitsemän miljardia (Worldometers 2011). Viimeisen sadan vuoden aikana yli 60-vuotiaiden ikäryhmä on kolminkertaistunut ja kolminkertaistunee lähivuosina yli kahteen miljardiin. (Noppari & Koistinen 2005, 5.) Väestöennusteiden mukaan vuonna 2020 joka viides suomalainen on täyttänyt 65 vuotta. (Noppari & Koistinen 2005, 11.)

Suomen väkiluku oli tammikuun 2012 lopussa tilastokeskuksen ennakkotietojen mukaan 5 402 758 henkilöä (Tilastokeskus 2012). Suomen ikärakennetta ovat hallinneet viimeiset 50 vuotta suuret ikäluokat (Tilastokeskus 2003). ”Seuraava ikäryhmä, jotka siirtyvät eläkkeelle ovat niin kutsutut suuret ikäluokat. He syntyivät sodan päätyttyä vuosina 1945 - 1949”. (Ikäinstituutti 2011.) Vuosina 1946 - 1949 maassamme syntyi yli satatuhatta lasta vuosittain. Nykyisin lapsia syntyy vuosittain alle puolet siitä. Vuonna 1945 24. elokuuta syntyi eniten suomalaisvauvoja, yhdeksän kuukautta sen jälkeen, kun pääosa armeijamme sotilaista oli kotiutettu (Lamminpää 2011, 17.) Syntyvyys ei ole koskaan ollut Suomessa niin suurta kuin vuoden 1945 elo- ja syyskuussa. Parhaimpina päivinä lapsia syntyi lähes viisisataa, joka on noin kolminkertaisesti alkuvuoden hiljaiseen aikaan verrattuna (Karisto 2005, 20.) Kuviossa 2 on esitetty Suomessa syntyneiden määrän vaihtelu vuosittain 1940 - 2003. Nykyisen väestön suurimmat ikäluokat ovat syntyneet ennen 1950 -lukua Suomen lisäksi ainoastaan Japanissa (Stakes 2001).

KUVIO 2. Syntyneet vuosittain 1940 – 2003 (Karisto 2005)



Yhä useammat suuriin ikäluokkiin lukeutuvat ovat omaksuneet myös hyviä terveystottumuksia ja terveyskäyttäytymisen. Siirryttäessä eläkkeelle suuret ikäluokat ovat keskimäärin edeltäjiään paremmassa kunnossa. Terveitä elinvuosia on odotettavissa enemmän nykypäivän ikääntyvälle väestölle. (Ikäinstituutti 2011.) Nykyeläkeläiset ovat hyvätuloisempia, koulutetumpia ja terveempiä kuin koskaan ennen (Lamminpää 2011, 16). Puskan (2010, 7) mukaan ”Huoli väestön ikääntymisen aiheuttamasta riskuksesta palvelujärjestelmälle on liioiteltu, sillä suomalaisten terveys on viime vuosikymmenen aikana parantunut suuresti”.

Ikääntyvän väestön jäädessä pois työelämästä kulutusmahdollisuudet, yksilölliset valinnat ja näkökulmat korostuvat. Elämään muodostuu uusia tärkeitä asioita, kuten vapaa-aika, matkustaminen ja harrastukset, työelämän jäädessä pois. Aikaa ja energiaa riittää enemmän myös lapsille ja lastenlapsille sekä mahdollisesti myös omille vanhemmille. (Ikäinstituutti 2011.)

2.1 Senioreiden hyvinvointi, terveys ja liikunta

Senioreiden hyvinvoinnin yksi tärkeimmistä asioista on, että palvelut ovat helposti saatavilla ja sijaitsevat lähellä. Väestön ikääntyminen ja väestörakenteen muutos lisäävät palvelujen kysyntää. Hyvinvoinnin, yhteisyyden ja turvallisuuden tunnetta edistää hyvä sosiaalinen verkosto, joka samalla yhdistää ikääntyneiden voimavaroja. Yksinäisyys on yleisimmin mielenterveyttä heikentävä seikka ikäihmisillä. (Lahden kaupunki 2003.)

Iän myötä fyysinen kunto alkaa heikentyä. Uutisten ja tilastojen perusteella vanhuus vaikuttaa jopa sairaudelta. Seppänen toteaa, että ”emme enää vanhene. Me vartumme ja ikäännyimme. Meistä tulee senioreita”. (Salin 2011.) Yleisesti ikääntyneiden omat arviot terveydentilastaan ovat myönteisempiä kuin mitatut. Positiivista on, että ihmisen kokemaa elämänlaatua eivät määrittelekään sairaudet ja fyysiset toiminnanvajaukset. Oma arvio on myös kokonaisvaltaisempi. Vuonna 2006 tehdystä hyvinvointitutkimuksesta ilmenee, että ikääntyvien psyykinen hyvinvointi oli hyvä tai ainakin keskimääräinen. Iän karttuessa yksinäisyyden kokemus lisääntyy. Kokemukseen vaikuttavat muun muassa mahdollisuus liikkua ulkona ja oma terveydentila. (Ikäinstituutti 2011.) Seuratessamme lähipiirimme senioreita voimme iloksemme todeta, että iso osa heistä nauttii eläkepäivistään, vapaudestaan liikkua ja harrastaa. Taipale kirjoittaa ko-

lumnissaan nuorten keskustelusta omista isovanhemmistaan raitiovaunussa: ”Meidän mummin mies metsästää hirviä”, ”meidänpä mummi on kova pelaamaan pesäpalloa”, ”ette tiijä, miten kovaa meidän vaari juoksee, se oli maratoonillakin” (Taipale 2010, 105.) Vanhuudesta voi nauttia ja liikunta sekä ulkoilu ovat yksi askel vireämpään elämään.

Tavoitteena ikääntyneiden terveyden edistämisenä on ehkäistä toimintakyvyttömyyttä ja heikkokuntoisuutta, hidastaa sairauksien puhkeamista sekä tällä tavoin edistää laadukasta elämää. Usein ikääntyneiden sairaudet, kunto ja toimintakyky ovat perintötekijöiden ja eletyn elämän heijasteita sekä monien sattumien summa. Yksi varmaksi terveyttä edistäväksi toimenpiteeksi kansallisella tasolla on todettu, liikunnan tarjoaminen vanhuksille. Ikääntyvälle väestölle tarjotaan liikunnallista toimintaa, joka on helposti saatavilla, miellyttävää ja joka ei ole liian kallista. (Terveyskirjasto 2011.)

Liikuntaharrastuksen hyödyistä toimintakyvyn ja terveyden kannalta on paljon tutkittua tietoa. Vielä hyvinkin iäkkäänä liikuntakyvyn edellytyksiä voi parantaa liikuntaharjoitteiden ja liikuntaharrastuksen avulla. (Hietanen & Lyyra 2003, 67.) Ikääntyvälle ihmiselle tarjottavan liikunnan tulisi olla monipuolista. Fyysisellä liikunnalla on myös virkistävä vaikutus aivotoimintaan. (Kauhanen-Simanainen 2009, 232 - 233.) Liikunta, jota ikäihmisille tarjotaan, tulisi olla kestävyyttä parantavaa, kuten esimerkiksi hölkkä, kävely, uinti, pyöräily ja hiihto. Liikkuvuutta ja notkeutta lisäävät tanssi, sauvakävely, voimistelu, palloilulajit, keilailu ja jooga. Uinti on erittäin hyvä liikuntamuoto. (Krons 2003, 122.)

Helpoin tapa aloittaa kuntoilu on kävely, lenkille voi lähteä vaikka rollaattorilla. (Krons 2003, 126.) Kävely on vähän käytetty, ei niin trendikäs laji, mutta suomalaisia ajatellen se on ylivoimaisesti ykköslaji, jota ihmiset harrastavat. Heikkilä toteaa, että sauvakävely parantaa kävelyn tehoa ja hyötyä, sauvojen tulee olla oikean mittaiset. (Haapoja 2011.) Sauvakävely sopii jokaiselle ikään katsomatta, sillä se parantaa aerobista kuntoa vahvistamalla verenkierto- ja hengityselimiä. Kävely sauvojen kanssa lisää rintarangan liikkuvuutta ja parantaa lihaskestävyttä. Erityisesti senioreille sauvat antavat kävelyyn turvaa ja suojaavat kaatumisilta. Energian kulutuksen kannalta kävely sauvojen kanssa on 40 prosenttia tehokkaampaa kuin kävely ilman sauvoja. (Krons 2003, 124.)

Musiikkiliikunta toteutuu parhaimmillaan paritanssissa, tämä liikuntalaji sopii seuraavaa kaipaavalle seniorille. Senioreille tanssilaisuuksia ei koskaan voi järjestää liikaa. Paritanssissa toteutuu myös läheisyys, ihmisen ikävä toisen luo: partnerista on mukava pitää kiinni, tanssia ympäri tanssilattiaa ja tuntee käden kosketus. (Krons 2003, 137.) Lajit, joissa nopeus ja voima ovat avainasemissa, eivät puolestaan sovi hyvin ikääntyville. Näistä esimerkkeinä ovat pikajuoksu, nyrkkeily ja squash. Näissä lajeissa riskeinä ovat lihas- ja jännevauriot. (Krons 2003, 122.) Täytyy kuitenkin muistaa, että poikkeuksia löytyy. On ihmisiä, jotka ovat koko ikänsä harrastaneet pikajuoksua ja nauttivat lajin harrastamisesta myös eläkkeellä.

Matti Heikkilä toteaa haastattelussa, että seniorikuntoilussa lihaskunnan säilyttäminen on ehdottoman tärkeä asia. Lihaskunnan säilyessä pysyvät myös toimintakyky, liikuntakyky ja pääkin kunnossa. Iällä on vain vähän merkitystä fyysisesti, se on pelkkä numero. Lihaskunto palautuu ehkä hiukan hitaammin, mutta se palautuu kuitenkin. Heikkilä kertoo myös pelanneensa viime kesänä 86-vuotiaan ystävän kanssa golfia. Ikämies löi hienoja swingejä. (Haapoja 2011.)

Ikäihmisten liikunnalla on myös merkitys kaatumisriskin vähentämisessä, sydänsairauksien, osteoporoosin sekä diabeteksen ehkäisyssä ja hoidossa. Liikuntaharrastuksen on todettu parantavan liikuntakyvyn lisäksi terveyttä sekä elämän tarkoituksellisuuden kokemista. Kunnossa oleva keho, vireä mieli ja aktiivinen elämä kulkevat käsi kädessä. (Eloranta & Punkanen 2008, 64.)

2.2 Senioreiden matkailu

Yhtenä matkailun merkittävimmistä muutostekijöistä pidetään väestön ikääntymistä. Arvot, asenteet ja mielikuvat ovat seniorimatkailijoilla erilaiset kuin nuorilla. Ikääntyvän matkailijan liikuntakyvyn ja terveyden matkailua rajoittavat vaikutukset ovat ennakoitavissa, mutta asenteiden muutosta ei ole helppoa ennustaa (Borg, Kivi & Partti 2002, 19.) Tulevaisuuden seniorit ovat valmiita sijoittamaan matkailuun ja hyvän olon hankkimiseen yhä enemmän. Senioreiden kulutus näyttää kasvavan yöpymistä ja matkaa kohden. Seniorikäyttäytymisen tulevaisuuden suuntana on uusien elämysten hankkiminen, elinvoimaisuus, tunteikkaus, esteettisyys ja kulutuksesta ja elämäyksestä nauttiminen korostuvat. Liikunnallisen seniorimatkailun kasvaessa, myös hyvinvoin-

timatkailun kysyntä lisääntyy. Seniorit haluavat panostaa omaan kuntonsa, terveyteensä ja kauneuteensa nykyistä enemmän. (Ahtola 2002, 19 - 20.)

Matkailuala on yksi nopeimmin kasvavista elinkeinoista. Vuoteen 2020 saakka matkailun odotetaan kasvavan voimakkaasti. Vapaa-ajan lisääntymisellä on selvä merkitys matkailun kasvulle. Eläkeiän nouseminen vaikuttaa vapaa-ajan määrään, Euroopassa myös suuret ikäluokat ovat siirtymässä eläkkeelle ja tältä osin myös vapaa-aikaa omaavien ihmisten määrä on siis kasvussa. Senioriryhmät tulevat jatkossa olemaan potentiaalisia asiakasryhmiä ja mahdollisesti matkailualaa ”kiusaavat” sesongit tulevat tasaantumaan, koska eläkeikäiset voivat matkustaa milloin vain. Matkailupalveluita tarjoavien yritysten tulee huomioida ikääntyvä väestö aktiviteettien tarjonnassa. (Pohjois-Savon liitto 2007, 12 - 13.)

3 TERVEYS- JA HYVINVOINTIMATKAILU

Modernin matkailun kehittymiselle Euroopassa terveys- ja hyvinvointimatkailu on ollut yhtenä pohjana. Roomalaisia pidetään terveysmatkailun pioneereina, vaikka terveysmatkailusta tuli suosittua vasta 1500- ja 1600-lukujen aikana. Tuolloin kaupunkien ollessa epäpuhtaita terveysmatkailu kehittyi. Veden mineraalien uskottiin edistävän terveyttä ja tämä teki kylpylöistä yhä suosittumia. (Suontausta & Tyni 2005, 9.)

Matkailijat hakeutuivat 1800-luvulla luontoon. Kylpylät, jotka sijaitsivat merenrannalla ja koskemattomien vuoristojen lähellä tulivat entistä suosituimmiksi. Näihin aikoihin ihannoitiin luontoa ja sen rauhaa. Luontoon hakeuduttiin henkisen virkistäytymisen lisäksi myös terveydellisistä syistä. Luonnossa harrastettiin liikuntaa eri muodoissa, esimerkiksi vuorikiipeilyä kutsuttiin alpinismiksi ja sen katsottiin olevan osa terveysmatkailua. (Suontausta & Tyni 2005, 10 - 11.)

Rantalomailu yleistyi 1800- ja 1900-luvun taitteessa, kun mineraalien ja meriveden hoitavat vaikutukset huomattiin uudelleen. Kylpylätoiminta vilkastui ja sosiaalinen puoli lomassa korostui. Maaseudulle syntyi terveyskohteita, joissa 1900-luvun alkupuolella keskityttiin kuntoiluun ja terveelliseen ruokavalioon. Deborah ja Edmond Szekely sekä Mel ja Enid Zuckerman ovat olleet uranuurtajina wellness-ajattelun synnyssä. Deborah ja Edmond avasivat vuonna 1939 kylpylän ja terveellisen elämän

keskuksen sekä Mel ja Enid perustivat Arizonaan vastaavanlaisen paikan. Vielä nykyäänkin molemmat paikat ovat toiminnassa ja tarjoavat asiakkailleen hemmottelua, fitness-palveluja ja lääketieteellisesti ohjattuja wellness-ohjelmia. Wellness-matkailusta on tullut maailmanlaajuinen ilmiö 2000-luvun alussa. Ja näiden kahden uranuurtaja ryhmän katsotaan olleen mallina monille wellness-palveluja tuottaville yrityksille. (Suontausta & Tyni 2005, 11 - 12.)

3.1 Terveys- ja hyvinvointimatkailu Suomessa

Kylpylätoiminta kehittyi hiljalleen Suomessa Ruotsin vallan aikana. Ensimmäinen kylpylälaitos perustettiin Turkuun. Aikoinaan kylpylöistä haettiin apua mitä erilaisimpiin vaivoihin, kuten sydämen tuskaan ja jäykkään polveen. Kylpylöissä oli myös tarjolla lääkäripalveluja. 1980-luvun loppupuolella alkoi uusi nykyaikainen kylpylätoiminta. (Suontausta & Tyni 2005, 12 - 13.)

Nykyään kylpylöissä on tarjolla monipuolista viihdettä ja toimintaa. Sotien veteraaneja on myös kuntoutettu ja kuntoutetaan edelleen kylpylöissä. Suomen kylpylätarjonnasta löytyy huvi- ja viihdekylpylöitä sekä kuntoutus- ja hoivakylpylöitä. (Suontausta & Tyni 2005, 13.)

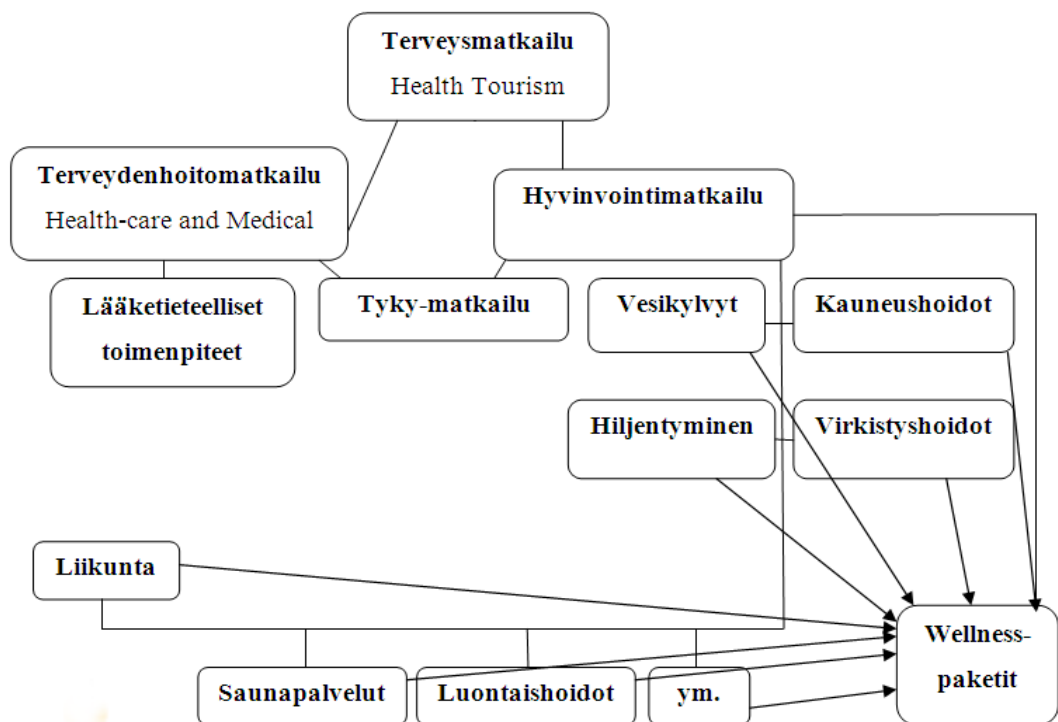
3.2 Hyvinvointimatkailu

Hyvinvointimatkailusta tulee mieleen rentoutuminen kylpylässä, nauttien erilaisista hieronnoista ja kauneushoidoista sekä terveellisestä ja maittavasta ruuasta. Hyvinvointimatkasta tekee täydellisen hyvin nukutut yöt, levännyt ruumis ja sielu. Kaikkea tätä ja paljon muuta tarjotaan ja haetaan hyvinvointimatkoilta. ”Matkailun osaamiskeskus määritteli hyvinvointimatkailun matkailuna, joka tuottaa matkailijoille hyvää oloa vielä matkan päätyttyäkin. Hyvinvointimatkailu ei ole sairautta parantavaa eikä kuntoa korjaavaa vaan kulloistakin matkailijan terveydentilaa ylläpitävää ja edistävää sekä vireyttä elämään antavaa. Hyvinvointimatkailu tuottaa asiakkaalle yksilöllistä ja kokonaisvaltaista hyvää oloa, joka voi olla sekä fyysistä että psyykkistä vireyttä antavaa.” (Matkailun edistämiskeskus 2008.)

Vesterisen (2011) mukaan tällä hetkellä tarjolla olevia hyvinvointimatkailutuotteita ovat esimerkiksi kauneushoidot, rentouttavat ja virkistävät hoidot muun muassa turve-

hoidot, erilaiset hieronnat, kylvyt sekä veteen liittyvät hoidot kuten uiminen, avanto-uinti, vesiterapia ja paljut. Suomalaisten suosikki sauna kuuluu myös näihin tuotteisiin. Muita tuotteita ovat suoraan terveyttä edistävät hoidot kuten jäsenkorjaus. Liikunnalliset hyvinvointilajit ovat myös hyvinvointimatkailutuotteita kuten pilates ja saunajooga, sekä erilaiset hyvinvointiaktiviteetit, jotka eivät ole ns. urheilusuorituksia. Luonto on yksi suuri tuote, luonnossa voi toteuttaa metsäterapiaa, viettää slowlifea, nauttia hiljaisuudesta tai muuten vain mennä rauhoittumaan ja etsimään hiljentymispaikkaa. Hyvinvointimatkailuun kuuluu osana myös ruoka, esteettisen kauniit annokset ja makunystyröitä hipovat ruuat tuottavat ihmiselle hyvää oloa. Kulttuuri on myös osa hyvinvointituotteita kuten käsityö-, taide- ja musiikkiterapia. (Vesterinen 2011.) Kuviossa 3 on esitetty terveysturmatkailun jakaantuminen terveydenhoitomatkailuun ja hyvinvointimatkailuun.

KUVIO 3. Terveysturmatkailun suositeltavat nimikkeet (Suontausta & Tyni 2005, mukailen)



Hyvinvointimatkailutuotteiden perusedellytyksenä on, että paikka, tilat ja resurssit edistävät luontaista hyvinvointia. Tuotteessa ja ympäristössä, jossa tuotetta toteutetaan, tulee näkyä kulttuuri, luonto ja paikallinen elämäntapa. Tilat ja ne ympäristöt, jossa hyvinvointimatkailua järjestetään, tulee olla hyvin hoidetut. Huomiota tulee kiinnittää esteettisyyteen ja puitteiden tulee olla sellaiset, jossa asiakkaan on helppo

irtautua arjesta ja ladata akkuja. Erityistä huomiota tulee kiinnittää puhtauteen. Kohde-ryhmät huomioon ottaen tulee myös katsoa, että liikkuminen sujuu esteettömästi. (Vesterinen 2011.)

Henkilökunnan tulee olla työhönsä sitoutunutta ja hyvinvoivaa. Henkilökunnalta vaaditaan ammattitaitoa ja kielitaitoa. Asiakkaan ja henkilökunnan kohtaaminen tulee olla henkilökohtainen ja hienotunteinen. Hyvinvointimatkailutuotteen markkinoinnissa ja myynnissä huokuu ja näkyy hyvinvointi. Kuvat ja teksti tukevat tuotetta ja myös kirjallisen osuuden tulee olla selkeä. (Vesterinen 2011.)

Ennalta ehkäisevää matkailua, jonka pääasiana on mielen ja sielun hyvinvoinnin sekä ruumiin terveyden säilyttäminen ja lisääminen, kutsutaan hyvinvointimatkailuksi. Hyvinvointimatkailua voidaan kuvata sairastumisen torjumiseksi, siihen kuuluvat esimerkiksi erilaiset pehmeät hoitokeinot, luonnonmukainen parantaminen ja itsehoidon opiskelu. Useiden kartanoiden sekä kylpylöiden tilaa, rauhaa ja hiljaisuutta tarjoavien yritysten tuotteet soveltuvat hyvinvointimatkailutuotteiksi. (Matkailun edistämiskeskus 2005.)

3.3 Wellness

Hyvinvointimatkailu nähdään kattavana kokonaisuutena, johon kuuluu useita erilaisia tuotteita ja palveluja, jotka on tarkoitettu ylläpitämään ja elvyttämään sielun, mielen ja kehon hyvinvointia. Osa hyvinvointimatkailua on wellness -tuote, joka voi pitää sisällään kaikki edellä hyvinvointimatkailuun liittyvät palvelut tai vain yhden niistä. Hyvinvointimatkailu ja terveydenhoitomatkailu kuuluvat kattoterminä pidetyn terveysturmatkailun (health tourism) alle. (Suontausta & Tyni 2005, 39 - 40.) Wellness-käsitteen on kehittänyt amerikkalainen psykiatri H. Dunn Halbert (1959). Käsitteen keskiössä on Maailman terveysjärjestö WHO:n määritelmä terveydestä: ”Terveys on täydellinen fyysisen, henkisen ja sosiaalisen hyvinvoinnin tila – ei pelkästään sairauden, taudin tai heikkouden puuttumisen tila.” ”Parhaiten wellness voidaan kuvailla elämäntapana. Elämäntyyli, jonka itse yksilön luo saavuttaakseen korkeimman potentiaalisen hyvinvoinnin”. (Suontausta & Tyni 2005, 42 - 43.)

Wellness käsittää hyvinvointimatkailun huipputarjontaa, neljän-viiden tähden majoituskohteita ja henkilökohtaista palvelua. Lisäksi wellness-tuote on korkeat laatu-

rit täyttävä tuote, jossa asiakkaan henkilökohtaiset sekä sielun, mielen ja ruumiin tarpeet on huomioitu. Ympäristö, jossa tuotetta ja matkailua tarjotaan, tulee olla ylellinen, rauhallinen ja esteettinen. Wellness vaatii henkilökunnalta erityistä tietotaitoa sekä palveluaittiutta. Tuote on suunnattu erityisesti aikuisille ja siinä on ripaus todellista luksusta. (Vesterinen 2011.) Wellness-tuotetta voidaan mukailia ottaen huomioon senioreiden tarpeet sekä mahdollisuudet ja miettimällä mikä on heille sitä luksusta.

4 TAPAHTUMAN SUUNNITTELU

Tapahtuma on tilaisuus, joka on järjestetty ja suunniteltu täyttämään tietyt tarpeet tietynä aikana. (Watt 1998, 1). Tapahtumat tarjoavat jännitystä, sosiaalisuutta ja viihdettä (Iiskola-Kesonen 2004, 3). Suunnittelu on aina tulevaisuuteen suuntaava ja keskittyy määrittämään päämääriä ja tapoja, joilla ne voidaan saavuttaa. Päämäärät voivat olla asioita, joita tavoitellaan tai vältetään. Organisaatioille suunnittelu on jatkuva prosessi, mutta kertaluonteiset tapahtuman organisoiijat työskentelevät yksityiskohtaista määränpäättä kohti. Yksityiskohtainen suunnitelma on usein lopputuote, suunnitteluprosessi itsessään on usein vielä tärkeämpää. Tulevaisuutta ei voi loppujen lopuksi tarkasti ennakoida eikä sen tapahtumia taata. Muokkauksia suunnitelmiin ja muutoksia tulee kuitenkin aina tehdä, huolimatta siitä mitä hyvänsä suunnitelmia on aiemmin tehty. (Getz 2005, 61.)

Erittäin tärkeää tapahtumien suunnittelijoiden on muistaa, että monille mukanaolijoista voi olla kyseessä heidän ensimmäinen kertansa. Tapahtumien järjestäjille jokaisella tapahtumalla on merkittävä tarkoitus tai muuten he eivät olisi tapahtumaa järjestämässä. Katsojalle tapahtuma voi olla elämän jännittävin kokemus, osallistujalle siihen astisen elämän tärkein mahdollisuus vaikkakin suunnittelija voi nähdä tapahtuman vain jatkeena pitkälle tapahtumien sarjalle. (Watt 1998, 2.)

Oikein tehtynä tapahtumat voivat olla suuri elämys, mutta väärin tehtynä ne voivat olla epämiellyttävä kokemus kaikille osallistujille. Kaikki mahdollinen on tehtävä, että voidaan varmistaa että asiat menevät oikein jokaisella kerralla. Ehkäpä on helppoa saada osapuolet sitoutumaan järjestämään kansainvälinen seminaari huolella, mutta jokapäiväisellä yritystapaamisella voi olla aivan yhtä tärkeä merkitys siihen osallistu-

jille. Heidän työpaikkansa voivat olla siitä riippuvaisia ja niin myös tapahtuman suunnittelijoiden, jos he eivät tee työtään kunnolla. (Watt 1998, 2.)

Tapahtuman täytyy saavuttaa osallistujien mielenkiinto, vaikka se voi olla vaikeaa. Kaikki tapahtumat ja asiakkaat ovat tärkeitä ja ansaitsevat parasta mahdollista palvelua. Tapahtuma on aina yksilöllinen, siksi on tärkeää tunnistaa mitkä näiden väliset erot ovat ja kuinka hoitaa ne menestyksekkäästi. Esimerkkinä tapahtumien välisistä eroista voidaan käyttää kylätapahtumia, joissa eroina voivat olla muun muassa:

- maantieteellinen sijainti
- väkiluku
- väestön ikäjakauma
- vapaaehtoisjärjestöjen lukumäärä
- yhteisön vaikutusvalta
- suunnittelijoiden taidot
- tapahtumapaikan luonto
- saatavilla olevat rakennukset ja laitteet.

Juhla voi vaikuttaa varsin yksinkertaiselta tapahtumalta, mutta mitä suurempi siitä tulee, sen enemmän yksityiskohtia siihen liittyy. On elintärkeää tunnistaa nämä yksilölliset erot, kun tapahtumia suunnitellaan. (Watt 1998, 3.)

Uuden tapahtuman järjestäminen on tyypillinen projektityö. Tapahtumalla, kuten projektillakin, on selkeät tavoitteet ja erillinen aikataulu. Huolellinen suunnittelu auttaa arvioimaan, ovatko tavoitteet selkeästi määriteltyjä ja realistisia. Selkeät tavoitteet auttavat ja helpottavat markkinoimaan tapahtumaa. Vaikka idea olisi hyvä, sitä ei saa polkaista liikkeelle liian nopeasti. Suunnittelulle on varattava riittävästi aikaa, silloin tapahtumalla on suuremmat mahdollisuudet onnistua ja menestyä. (Iiskola-Kesonen 2004, 8-9.) Itse suunnitteluvaihe on pisin ja aikaa vievin. Tapahtuman laajuudesta riippuen se voi viedä useita kuukausia, jopa vuosia. (Vallo & Häyrinen 2003, 179.) Suunnittelun alussa olisi hyvä kartoittaa onko vastaavanlaisia tapahtumia järjestetty aikaisemmin ja pohtia kuinka tapahtuman saa erottumaan muiden joukosta.

Projektia käynnistäessä tarvitaan innostavia ideoita. Ennen kuin itse ideasta lähdetään kehittämään projektia, kannattaa tapahtumaa ja sen toteutusta tarkastella realistisesti ja kriittisesti. Ensiarvoisen tärkeää on huolellinen taustatyö. Projektia voi lähestyä esimerkiksi SWOT -analyysin avulla. Analyysin avulla kartoitetaan heikkoudet, vahvuus-

det, uhat ja mahdollisuudet. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2011, 7.) ”Tapahtuman suunnittelu ja toteutus on rankkaa ja tinkimätöntä työtä. Siinä työssä ei laiska ihminen pärjää. Tarvitaan ihmisiä, jotka ovat periksi antamattomia, näkevät vaivaa ja kestävät painetta.” (Vallo & Häyrinen 2003, 109.)

4.1 Tapahtumaprojektin vaiheet

Tapahtumaprojekti etenee vaiheittain. Ensin on hyvä idea, jota seuraa tavoitteiden määrittely, suunnittelu, toteutus ja päättäminen. (Iiskola-Kesonen 2004, 8-9.) Suunnitteluvaihe sisältää projektin käynnistyksen, resursoinnin, vaihtoehtojen kartoituksen, päätösten tekemisen ja varmistamisen sekä käytännön organisoinnin. Tapahtuman toteutuksessa on rakennusvaihe, itse tapahtuma ja purkuvaihe. Toteutusvaiheen aikaa vievin osa on usein rakennusvaihe. Tämä on se vaihe, jolloin kulissit pystytetään ja rekvisiitta laitetaan kuntoon itse tapahtumaa varten. Itse tapahtuma on se pääasia ja suuri näytelmä, joka kestää kuitenkin vain hetken. Tähän hetkeen kannattaa panostaa ja keskittyä, ettei tapahtuman aikana tule suuria yllätyksiä. Kun kaikki osallistujat ovat lähteneet, alkaa purkuvaihe, joka on nopeammin ja ajallisesti tehokkaammin suoritettu kuin rakennusvaihe. (Vallo & Häyrinen 2003, 177 - 178 & 184 - 185.) Purkuvaiheeseen on myös hyvä varata riittävästi henkilökuntaa ja talkoolaisia, jotta kulissit saadaan purettua jouhevasti. (Iiskola-Kesonen 2004, 11.)

Projektipäälliköltä vaaditaan jämäkkyyttä, rauhallisuutta ja organisointikykyä. Hänen vastuulla on, että aikataulut pitävät ja järjestelyt etenevät suunnitelmien mukaan. Tapahtuman toteutuksen ja tapahtumanjärjestäjän kivijalka on henkilökunta. Tapahtuma ei onnistu ilman osavia ihmisiä. Työntekijöiden huomioimiseen, turvallisuuteen ja viihtyvyyteen kannattaa panostaa. Kaikki, jotka jollakin tavalla osallistuvat tapahtuman tekemiseen, kuuluvat henkilökuntaan. Tärkeä osa useita tapahtumia on talkooväki. Talkoolaisten rekrytointi kannattaa aloittaa ajoissa. Henkilökunnalle tulee olla selvästi tiedossa kuka tekee, koska tekee ja mitä tekee. Selkeä ja hyvä organisointi on tärkeää. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2011, 11., Iiskola-Kesonen 2004, 11.) Hyvinvointitapahtumassa pystytään mahdollisesti myös hyödyntämään esimerkiksi terveys- ja matkailualan opiskelijoita ja heidän osaamistaan. Opiskelijat saavat tapahtumaan osallistumalla mahdollisesti opintopisteitä ja tapahtumanjärjestäjä saa tapahtumalle lisää sisältöä ja markkina-arvoa.

Tapahtuman jälkeen jälkimarkkinointivaiheessa annetaan kiitokset asianosaisille, toimitetaan materiaali, kerätään palaute ja työstetään sitä, hoidetaan yhteydenottopyynnöt sekä lopuksi tehdään yhteenveto. (Vallo & Häyrinen 2003, 178.) Henkilökunnan ja talkoolaisten kiitostilaisuuden järjestäminen on tärkeää. Tilaisuuden tarkoituksena on palkita tekijöitä sekä samalla antaa mahdollisuus palautteen ja mielipiteiden keräämiseen. (Iiskola-Kesonen 2004, 12.)

4.2 Tapahtuman suunnittelun vaiheet

Suunnittelussa tulee ottaa huomioon niin itse tapahtuman järjestäminen, tapahtumasta tiedottaminen, kuin tapahtuman markkinointi (Etelä-Pohjanmaan liitto 2011, 8). Etelä-Pohjanmaan liiton laatimassa tapahtumajärjestäjän oppaassa on laadittu selkeä yleisohje tapahtuman kokonaissuunnitelman laatimiseksi:

”1. Tapahtuman tiedot

- nimi
- paikka ja ajankohta
- järjestäjä
- yhteyshenkilöt
- tapahtuman tavoitteet

2. Tapahtuman idea

- miksi, kenelle, miten, millä mielikuvalla tapahtuma toteutetaan

3. Tapahtuman kuvaus ja kulku

- aikataulu
- mitä palveluja tapahtuma tarjoaa (ydintuote, lisäedut)

4. Tapahtuman kohderyhmä ja markkinointi

- kohderyhmän kuvaaminen (keitä osallistuu, mitä he odottavat)

5. Tapahtuman toteutus

- työnjaon organisointi
- aikataulut

6. Tapahtuman taloussuunnitelma

- osabudjetit (osallistumismaksut, ruoka ja juoma, myyntipaikat, tapahtumatuotteet, avustukset ja muut toiminnot)

7. Tapahtuman arviointi

- miten arviointi tehdään ja hyödynnetään” (Etelä-Pohjanmaan liitto 2011, 8).

4.3 Menestyvä ja kannattava tapahtuma

Mitä menestymiseen tarvitaan, on kysymys joka esitetään usein, mutta valitettavasti tähän ei ole helppoa tai yksiselitteistä vastausta. Toki alan kirjallisuudesta löytyviä asioita tarvitaan, mutta myös merkittävä määrä hyviä päätöksiä ja toimiva suunnitelma. Alla on listattu asioita, joita tulee ottaa huomioon tapahtumaa suunniteltaessa:

- yksityiskohtien huomiointi
- budjetointi
- liiketoimintasuunnitelma
- selkeä rakenne
- varasuunnitelma
- luovuus ja innovointi
- asiakaspalvelu
- yksityiskohtainen ohjelmajärjestys
- tehokas ajankäyttö
- hätäsuunnitelmat
- viihde
- hyvä päätöksentekokyky
- hyvät henkilöiden väliset suhteet
- hyvä motivaatio
- suuri määrä vapaaehtoisia
- logistinen suunnittelu
- markkinasuunnitelma
- mitattavissa olevat päämäärät
- median kiinnostus
- suunnittelu ja dokumentointi
- positiivinen imago

- laatu
- resurssit ja tilat
- vahva projektipäällikkö
- yhteistyö
- korkeatasoiset sitoutuneet tekijät. (Watt 1998, 12 - 13.)

Vaikka monilla erityistapahtumilla on kiinteä budjetti ja tapahtumanjärjestäjät työskentelevät määritetyissä rajoissa, silti kertaluonteisilla tapahtumilla ei ole taattua tuottoa. Epäonnistuminen riittävien resurssien varmistamisessa on yleisin syy tapahtuman epäonnistumiseen, joten osaaminen tuottavuuden varmistamisessa ja taloudellisessa hallinnassa on erittäin tärkeää. Johtokunnasta lähtee tuoton varmistamisen vastuu ei voittoa tuottavissa yhteisöissä. Tosiasiassa suhteet ja halu antaa rahaa, kuten myös ansaita sitä, ovat pääasiallinen syy miksi johtokuntaan pyydetään mukaan. Monet tapahtumat ovat oppineet, että kokopäiväinen sponsorointipäällikkö tai resursseista vastaava toimi on elintärkeä tapahtuman säilymiselle tai kasvulle. Näiden ammattilaisten on syytä omata varojenkeruutaustaa mielummin kuin tapahtumanjärjestämistäustaa. Tehtäviin kuuluu erityisesti:

- luoda mahdollisuuksia suhteille ja rahoituksella
- tehdä sponsorointi- ja lahjoitustarjouksia
- vastata henkilösuhteista sponsoreihin ja lahjoitustentekijöihin
- arvioida ja raportoida tuloksia (vastuullisuus).

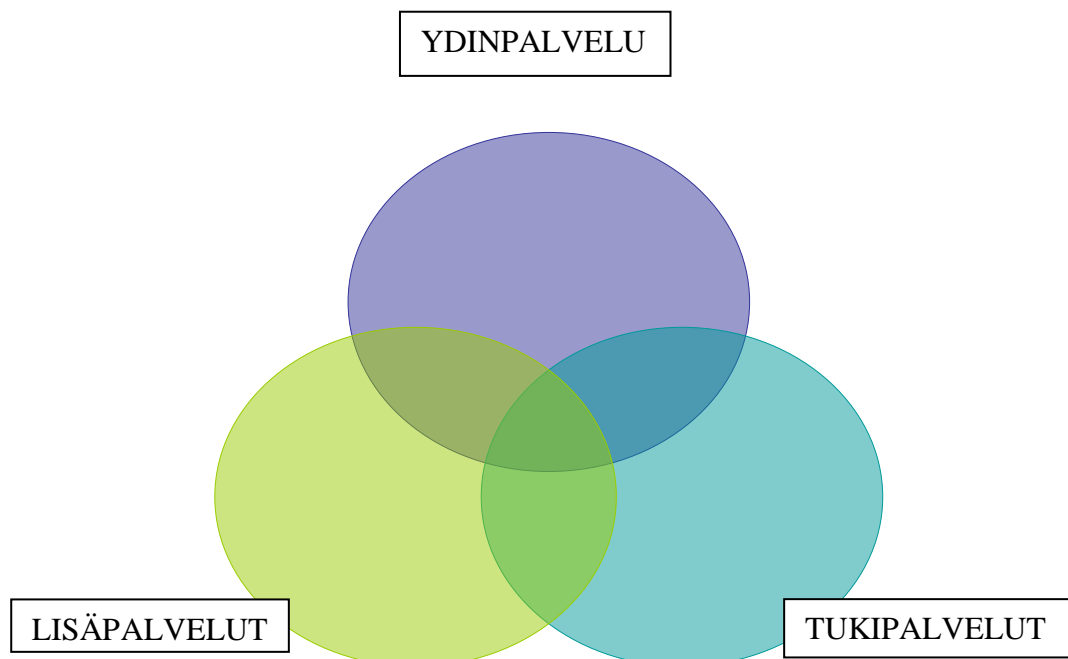
Kun organisaatiolla ei ole kehitysammattilaista käytettävissään, yleispäällikkö tai vastaava johtaja joutuu kantamaan vastuun tuottavuudesta. Päällikkö on tärkeä joka tapauksessa, vaikkakin monet sponsorit haluavat henkilökohtaisen yhteyden tapahtumasta vastaaviin päättäviin henkilöihin. (Getz 2005, 245 - 246.)

Tappiollista tapahtumaa ei voi järjestää kauaa, joten tapahtuman tulee olla taloudellisesti vähintään tasapainossa, Kilpailu eri tapahtumien välillä kiristyy nykyään koko ajan ja yhä useammat tapahtumat joutuvat kamppailemaan yleisön mielenkiinnosta. Sponsorointi euroilla sekä yhteistyökumppaneiden tuella on myös yhä enemmän kysyntää. Nämä luovat haasteen tapahtuman jatkuvuuden turvaamiselle. (Iiskola-Kesonen 2004, 76.) Kaikki tulo- ja menokohdat kannattaa pilkkoa mahdollisimman pieniin osa-alueisiin ja niiden vastuuhenkilöiden tulee olla tietoisia taloudellisesta vastuustaan (Etelä-Pohjanmaan liitto 2011, 10).

Talousvaikeuksissa olevien tapahtumien ongelmat johtuvat usein heikosta talouden seurannasta ja suunnittelusta sekä tapahtumille asetetaan liian optimistiset tulostavoitteet. Taloudellinen tasapaino pysyy parhaiten hallinnassa, kun budjetointi on tehty realistisesti ja huolellisesti sekä kulutuspäätöksistä pysyy tiukka linja. Kannattava tapahtuma perustuu yksinkertaisesti siihen, että tuottojen tulee olla kuluja suuremmat. (Iiskola-Kesonen 2004, 76.)

Tapahtuma on palvelutuote ja sitä suunniteltaessa on hyvä muistaa, että sitä voi kehittää, hallita ja johtaa. Tapahtuman järjestäjän täytyy hahmottaa kaikki tapahtuman osa-alueet. Heti järjestelyiden alussa kannattaa selvittää tapahtuman ydin, peruspalvelupaketti, kuten kuviossa 4 on kuvattu. Onnistunut tapahtuman ydin tarvitsee vierelleen muita toimintoja ja palveluja. Tukipalveluja ovat esimerkiksi pääsymaksullisissa tapahtumissa lipunmyyntitulot. Tapahtumaan tulee myös lisätä erilaisia toimintoja ja lisäpalveluita, nämä antavat tapahtumalle lisäarvoa. Lisäpalveluihin kuuluvat esimerkiksi kahvio- ja ravintolapalvelut sekä väliaikamusiikki. (Iiskola-Kesonen 2004, 16 - 17.)

KUVIO 4. Tapahtuman peruspalvelupaketti (Iiskola-Kesonen 2004, mukailen)



Budjetti

Hyvin tehty budjetti on tapahtuman talouslaskelmien perusta. Suunnittelun alkuvaiheessa on jo hyvä perehtyä ulkopuolisiin rahoitusvaihtoehtoihin. Ulkopuolisen rahoituslähteen joukosta etsitään omalle tapahtumalle sopivin päärahoitus. Esimerkiksi erilaiset säätiöt ja rahastot voivat myöntää avustuksia ja apurahoja. Vaikka tapahtuman rahoittaisi itse, kannattaa erilaisiin rahoituskanaviin tutustua. Pääasiallinen rahoitus tulee olla selvillä jo suunnittelu vaiheessa. Rahoituksen selvittämiseksi tulee laatia realistinen raamibudjetti, sillä varmistetaan rahoitus. Seuraavassa taulukossa 1 on esimerkki raamibudjetista. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2011, 10.)

TAULUKKO 1. Raamibudjetti (Eteläpohjanmaan liitto, mukailen)

Tulot	
+ pääsylipputulot _____	€
+ yhteistyökumppanit _____	€
+ oma rahoitus _____	€
YHTEENSÄ _____	€
Kulut	
- palkat ja palkkiot _____	€
- markkinointikulut _____	€
- muut järjestelykulut _____	€
YHTEENSÄ _____	€

Budjettia laadittaessa on hyödyllistä tutkia aikaisempia ja vastaavia tapahtumia, jotta saa realistisen pohjan omalle budjetoinnille (Vallo & Häyrinen 2003, 166). Talousasiat tulee suunnitella huolella. Jokaisella tapahtumalla tulee olla riittävä laskentatoimi, joka täyttää kirjanpitolain velvollisuudet. Suunnittelu, informointi ja valvonta kuuluvat laskentatoimeen. (Iiskola-Kesonen 2004, 76.)

Käytettävissä oleva budjetti on hyvä määritellä etukäteen edes suurin piirtein, sillä tapahtumaan voidaan saada kulumaan hyvin paljon rahaa. Tapahtuman voi halvimmillaan toteuttaa oman henkilökunnan voimin. Jos tapahtuman suunnitteluvaiheessa on rahaa käytössä enemmän, tapahtumatoimistolta voi saada apua. Tapahtumatoimistolle

tarjouspyyntöä jättäessä on hyvä toimittaa budjettiraami, jotta tapahtumatoimisto välttyy vääransuuruisen tapahtuman tarjoamisesta. (Vallo & Häyrinen 2003, 165 - 166.)

5 TAPAHTUMAN TURVALLISUUS, LUVAT JA ILMOITUKSET

Turvallisuuden on oltava kunnossa kaikissa tilaisuuksissa. Tapahtumassa täytyy olla paikalla ensiaputaitoista henkilökuntaa, vaikka olisi tilanne jolloin pelastuspalvelusuunnitelmaa ei tarvitsisi laatia. (Vallo & Häyrinen 2003, 199.) Tapahtuman järjestäjä vastaa tapahtuman turvallisuudesta. Toimintaa säätelevät monet turvallisuutta koskevat lait. Terveysturvallisuuslaki velvoittaa toimimaan elintarvikkeiden kanssa turvallisesti. Pelastuslaki velvoittaa tapahtumanjärjestäjän varautumaan vaaroihin sekä niihin vaatimiin pelastustoimenpiteisiin ja ehkäisemään vaaratilanteita. Tapahtumajärjestämiseen liittyy lisäksi laki kuluttajapalveluiden turvallisuudesta. (Iiskola-Kesonen 2004, 87.) Tämä laki määrittelee kuluttajan oikeuksia koskevia asioita. Kokoontumis- ja järjestyksenvalvonnanlaki säätelee tapahtuman turvallisuutta. Tapahtuman turvallisuutta pohtiessa huomioitavia seikkoja ovat lait ja säännökset, yleisön rakenne ja määrä, tapahtuman paikka, aika ja luonne. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2011, 9).

5.1 Turvallisuusjärjestelyt

Ilmoitus poliisille

Ennen tapahtumaa täytyy varmistua yhteistyössä poliisin kanssa tapahtuman turvallisuudesta ja lainmukaisesta kulusta. Poliisi voi antaa tapahtuman järjestämisestä tapahtuman aikana tai ennakolta määräyksiä tai ohjeita. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2011, 12.) Tapahtuman järjestämisestä on tehtävä kirjallinen ilmoitus poliisille, joka vastaa järjestämispaikasta. Ilmoitus on tehtävä kirjallisena vähintään viisi vuorokautta ennen tapahtuman alkamista. Ilmoituksen tulee esimerkiksi sisältää järjestäjän tiedot, tapahtuman paikka ja alkamis- sekä päättymisajankohta, tapahtuman tarkoitus, tapahtuman järjestyksenvalvojat, tapahtumassa käytettävät rakennelmat ja mahdollisesti muut erityisvälineet, musiikki ja anniskelu sekä yhteyshenkilö ja hänen yhteystietonsa. Poliisi voi tarvittaessa vaatia myös muita selvityksiä, kuten järjestämispaikan omistajan suostumuksen. Halutessaan poliisi voi myös vaatia selvityksen vastuuvakuutuksen ottamisesta. (Iiskola-Kesonen 2004, 87.)

Järjestyslaki ja järjestyksenvalvonta

Järjestyslaki pyrkii edistämään järjestystä ja turvallisuutta yleisillä paikoilla. Järjestyslaki on korvannut kuntien omat järjestyssäännöt, yleiseen järjestykseen liittyvät säännöt ovat samat koko maassa. Suomessa ei ollut aiemmin järjestyslakia, vaan voimassa olivat kuntien omat hyvinkin erilaiset järjestyssäännöt. Kunnilla ja kaupungeilla voi olla omat järjestyssäännöt, joihin on hyvä tutustua ennen tapahtuman järjestämistä. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2011, 16.)

Tapahtumassa järjestyksenvalvojan tehtävänä on järjestyksen ja turvallisuuden ylläpitäminen sekä onnettomuuksien ja rikosten estäminen, ohje on järjestysvalvojalain mukainen. Järjestyksenvalvojan tulee olla 18 vuotta täyttänyt sekä poliisin hyväksymä. Jokaiselle järjestyksenvalvojaksi hyväksytylle henkilölle annetaan järjestyksenvalvojan kortti. (Iiskola-Kesonen 2004, 88.) Poliisilaitos voi hyväksyä erityisestä syystä järjestyksenvalvojaksi henkilön, joka ei ole suorittanut järjestyksenvalvojan peruskoulutusta. Lupa on voimassa ainoastaan määritellyn tapahtuman keston ajan. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2011, 19.)

Rakennusturvallisuus

Rakenneturvallisuus tulee myös ottaa huomioon, tapahtuma saattaa edellyttää toimenpideluvan tai rakennusluvan. Kunnan rakennusviranomaisen kanssa on hyvä keskustella, samalla tapahtumapaikalle määritellään sallittujen osallistujien määrä tiloissa sekä tarkastetaan rakenteiden kestävyys. Tiloja suunniteltaessa mukana ovat rakennusvalvonnan lisäksi terveys-, pelastus- ja poliisiviranomainen. Jokaisesta rakennuksesta täytyy laatia oma pelastussuunnitelma. (Iiskola-Kesonen 2004, 90.)

Pelastuslaki

Pelastuslaki velvoittaa kaikki suuret tapahtumat tekemään kirjallisen pelastussuunnitelman. Suunnitelma on pakollinen kun mahdollisen onnettomuuden tai vaaran aiheuttamien vahinkojen voidaan arvioida olevan vakavat tapahtumaan osallistuvien ihmisten suuren määrän tai muun erityisen syyn vuoksi. Pelastuslaitokseen on hyvä olla yhteydessä tapahtumaa suunniteltaessa. (Iiskola-Kesonen 2004, 89.) Etelä-Pohjanmaan liiton tapahtumanjärjestäjän oppaan mukaan turvallisuus- ja pelastussuunnitelma sisältää seuraavia asioita:

- ”tapahtuman nimi ja luonne
- vastuullinen järjestäjä

- osanottajamäärä, yleisö ja sivulliset
 - vakuutukset
 - tiedotus ja etukäteisohjeet tulijoille
 - suunnittelu ja organisointi; kokoontumiset
 - lupa- ja ilmoitusasiat
 - johtaminen, vastuunjako ja työnjako
 - suorituspaikka ja reitit
 - opasteet
 - liikenteenohjaus ja pysäköinti
 - ohjeet osallistujille
 - kuulutukset ja juontajat
 - järjestyksenpito
 - ohjelman sisältö
 - toimijoiden ja ohjaajien osaaminen ja valmiudet
 - tarvittavat välineet, niiden tarkistus ja huolto
 - ennakoitavat vaaratilanteet, vaikutukset ja niihin varautuminen
 - toimenpiteet vaarojen ehkäisemiseksi
 - ensiapuvalmius
 - paloturvallisuus ja pelastustiet
 - sähkö- ja muut rakenteet
 - poistumis- ja suojautumismahdollisuudet
 - riskianalyysi
 - hygienia-asiat; ruokailu ja WC-tilat
 - tapahtuman seuranta, tilastointi ja arviointi
 - toimintaohjeet onnettomuuksissa ja tapaturmissa
 - kriisiviestintä
 - toiminta tapaturman tai onnettomuuden jälkeen”
- (Etelä-Pohjanmaan liitto 2011, 16).

Ensiapu

SPR:n kanssa tapahtuman järjestäjä voi sopia ensiapu- ja terveydenhuoltopalveluista. Kunnan terveyskeskus, sairaala, sairaankuljetus ja ensiapuryhmät toimivat yhteistyössä. Tapahtumaan on hyvä tilata paikalle päivystysryhmä, jossa on mukana lääkäri ja ensihoitoon perehtynyt terveydenhuollon ammattilainen. Päivystysryhmän tilaaminen ei ole aina pakollista, mutta erittäin suositeltavaa. Ensiapuryhmä kannattaa tilata hy-

vissä ajoin, viimeistään 2 - 4 viikkoa ennen tapahtumaa. Tapahtuman aikana ryhmän tulee erottua yleisöstä selkeästi, esimerkiksi punaisilla ensiapuliiveillä. Ensiapupisteen tulee olla näkyvästi ja selkeästi merkitty. Kaikki hoitotoimenpiteet on dokumentoitava. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2011, 18).

5.2 Luvat

Elintarvikelupa

Elintarvikkeiden myyjän on tehtävä kunnan terveydensuojeluviranomaiselle kirjallinen ilmoitus toiminnasta, viimeistään 15 vuorokautta ennen tapahtuman alkamista. Ilmoituksessa tulee olla selvitys tapahtumapaikasta sekä siellä harjoitettavasta toiminnasta. Pakollisia tietoja ovat myös toiminnanharjoittaja, kotipaikka, yhteystiedot, arvio osallistuvista henkilömäärästä, selvitys ilmanvaihdosta, jätehuollosta, vedenotosta ja viemäröinnistä. Lisäksi tulee ilmoittaa käymälöiden lukumäärä pesupisteineen, tarpeelliset tiedot terveyshaittojen estämiseksi, tuotteiden säilyttäminen ja tuotevalikoima, valmistus- ja säilytyslaitteet sekä helposti pilaantuvien tuotteiden käsittelijän tartuntalainsäädännön mukainen lääkärintodistus eli salmonella-todistus. (Iiskola-Kesonen 2004, 90 - 91.)

Alkoholiluvat

Lääninhallitus ja sosiaali- ja terveydenhuollon tuotevalvonta keskus (STTV) myöntää tilapäisiä anniskelulupia. Alkoholilupa perustuu alkoholilainsäädäntöön ja sen nojalla asetettuun sosiaali- ja terveysministeriön päätökseen. Tapahtumalle, jolla on ennalta määrätty kesto, kuitenkin pisimmillään kuukauden mittainen, voidaan tilapäinen anniskelulupa myöntää. Lupaa hakiessa tulee nimetä anniskelupaikan vastaava henkilö ja hänen varavastaava. Lupahakemuksessa tulee perustella ja määritellä anniskelupaikan sijainti ja rajaus, sekä miten ja miksi anniskelu suoritetaan. (Iiskola-Kesonen 2004, 91.) Anniskelualueen rajaamiseen tulee kiinnittää erityistä huomiota. Alueen rajana voi toimia esimerkiksi erilaiset aitaukset tai telttat. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2011, 14.) Liitteeksi tulee laittaa tapahtuma-alueen kartta, selvitys anniskelun valvonnan toteutuksesta ja lisäksi maininta esimerkiksi ruokapalveluista. Odotettu osallistujien määrä sekä heille varatut asiakaspaikat ja saniteettitilat tulee myös selvittää hakemuksessa. Hakijan on ilmoitauduttava arvonlisäverolliseksi sekä hakijalla tulee olla y-tunnus. Myöntävän päätöksen tultua tulee asiasta ilmoittaa tapahtumapaikan terveysviranomaiselle ja poliisille. (Iiskola-Kesonen 2004, 91 - 92.)

Tupakkalaki

Tupakkalaissa on kohtia, jotka erityisesti koskettavat tapahtumien järjestämistä ja mitä seikkoja tulee ottaa huomioon, jos tapahtumassa myydään tupakkatuotteita ja sallitaan tupakointi. Tupakkalain muutos tuli voimaan 1.10.2010. Lain tavoitteena on tupakkatuotteiden käytön vähittäinen loppuminen. Alaikäisille alle 18-vuotiaille ei saa myydä, välittää eikä tarjota tupakkatuotteita. Tämä kieltö koskee myös yksityishenkilöitä. (Suomen ASH 2010.) Tupakkatuotteiden kaikenlainen mainonta on kielletty. Vähittäismyynnissä tupakkatuotteiden ja tavaramerkkien esilläpito on kielletty. Tupakointi on kielletty sisätiloissa järjestettävissä tapahtumissa ja tilaisuuksissa, sekä ulkoalueilla järjestettävien yleisten tilaisuuksien katsomoissa ja katoksissa sekä muissa tiloissa, joissa osallistujat oleskelevat paikoillaan. (Tupakkalaki 693/1976.)

Työnantaja on velvollinen neuvoteltuaan henkilökunnan kanssa rajoittamaan tai kieltämään tupakoinnin. Tärkeintä on, ettei henkilökunta tahattomasti altistu tupakansavulle tiloissa, joissa he työskentelevät tai oleskelevät. Harkitessaan työnantaja voi sallia tupakoinnin siihen varatussa huoneessa, niin ettei tupakansavu pääse kulkeutumaan sisätiloihin, joissa tupakanpolto on kielletty. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2011, 15.)

5.3 Ympäristö

Meluilmoitus ja maankäyttö

Meluilmoitus tulee tehdä aina tilapäisesti aiheutettavasta melusta, mikäli sen oletetaan olevan häiriöksi ajankohtansa, toistuvuutensa, kestopensa tai voimakkuuden vuoksi. Melun ajankohdalle ja tasolle kuntien järjestysäännöt asettavat rajoituksia. Ilmoitus tulee tehdä viimeistään kuukautta ennen melun aiheuttamisajankohtaa kunnan ympäristösuojeluviranomaiselle. (Iiskola-Kesonen 2004, 93.) Pienimuotoisia katusoittoesityksiä tai muita tapahtumia, joiden äänitaso ei ylitä alueen tavanomaista melutasoa ilmoitusvelvollisuus ei koske. Meluilmoituksen voi tehdä ympäristöhallinnon lomakkeella, joita saa kunnan ympäristönsuojelutoimistosta (Etelä-Pohjanmaan liitto 2011, 13 - 14.)

Kunnan, kaupungin tai yksityisen maanomistajan maalla, kadulla tai julkisella alueella tulee aina olla lupa tapahtuman järjestämiseen (Iiskola-Kesonen 2004, 94). Kunnan ja kaupunkien omistamiin alueisiin lupa saadaan yleensä tapahtumapaikan kiinteistövirastosta (Vallo & Häyrinen 2003, 248). Lupaa täytyy myös anoa poliisilta. Joissain

tapauksissa alueesta joutuu maksamaan vuokraa. Mainoskylttien ja banderollien laitoille tarvitaan myös lupa. (Iiskola-Kesonen 2004, 94.) Tilapäistä mainontaa varten tulee olla aina lupa (Etelä-Pohjanmaan liitto 2011, 13).

Ympäristösuunnitelma

Tapahtuman ympäristösuunnitelma on hyvä tehdä, sillä tapahtuman järjestäjä on vastuussa ja velvollinen huolehtimaan, että tapahtuman alue pysyy siistinä ja siellä syntyvien jätteiden kuljetuksesta ja lajittelusta huolehditaan asianmukaisesti. Ympäristösuunnitelmassa esimerkiksi seuraavat kohdat olisi hyvä käydä ilmi, jätteiden synnyn ehkäisy, jätteiden lajittelu, kierrätys ja kerääminen, yleisökäymälät ja liikennejärjestelyt. Jätehuoltomääräysten mukaan yleisötapahtumassa on lajiteltava erikseen ainakin paperi, metalli, lasi, biojäte ja kuivajäte. Tapahtumaan on varattava riittävästi käymälöitä, joiden huollosta on pidettävä huolta riittävän usein. Paikoitustiloja tulee myös olla riittävä määrä. (Iiskola-Kesonen 2004, 94 - 95.)

5.4 Tekijänoikeuskorvaukset

Musiikissa on tapahtumien suuri voima, harvassa muussa markkinoinnin välineessä voidaan hyödyntää musiikkia niin monessa ja elämyksellisessä merkityksessä kuin tapahtumassa. Musiikki virittää sopivasti tunnelmaa ja jo ennen tapahtuman alkua on hyvä soittaa taustamusiikkia, joka sopii tunnelmaan. Valinta soitetaanko elävää musiikkia vai tallenteita on paljon budjetista kiinni. (Vallo & Häyrynen 2003, 190.) Musiikilla saadaan eloa tapahtumiin. Musiikki voi tukea yrityksen palvelukokonaisuutta tai tapahtuman teemaa. Musiikin esitykseen tulee aina hakea lupa ennen tapahtumaa (Teosto r.y, 2007).

Tapahtumissa ja tilaisuuksissa musiikin esittäminen usein edellyttää sekä Teosto (tekijäkorvaukset) että Gramex (esittäjäkorvaukset) -korvausten maksamista. Säveltäjäin Tekijänoikeustoimisto Teosto r.y. hallinnoi sävelteosten tekijöiden oikeuksia sekä edistää kotimaista luovaa säveltaidetta. Teosto myöntää musiikin tekijöiden puolesta lupia musiikin julkiseen esittämiseen. (Teosto r.y 2007.) Lähes kaikki yksityisen perhe- ja ystäväpiirin ulkopuolella tapahtuva musiikin käyttö on julkista (Etelä-Pohjanmaan liitto, 25.) Jos tapahtumassa on elävää musiikkia, esiintyjän kanssa täytyy sopia kumpi ilmoittaa ohjelmatiedot Teostoon. (Teosto r.y 2007.)

Teoston kanssa tehdään musiikin esityssopimus. Sopimuksen perusteella Teosto las-
kuttaa musiikkiesityskorvaukset. Lupa tarvitaan vaikka tapahtuma olisi maksuton. Te-
ostolle on tärkeää tehdä ilmoitus käytetystä musiikista, sillä Teosto tilittää kustantajil-
le ja tekijöille korvauksia sen perusteella, missä ja kuinka paljon heidän teoksiaan on
esitetty. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2011, 25.)

5.5 Vakuutukset

Tapahtumaa järjestettäessä tulee myös varmistaa, että vakuutukset ovat kunnossa.
Kannattaa olla yhteydessä vakuutusyhtiöihin, heillä on tarjota useita erilaisia vaihtoeht-
oja tapahtumien vakuuttamiseen. (Iiskola-Kesonen 2004, 84.) Työnantajalla on vel-
vollisuus ottaa pakolliset vakuutukset työntekijöilleen sekä itselleen. (Etelä-
Pohjanmaan liitto 2011, 28.)

Pakolliset vakuutukset

Työnantaja on velvollinen huolehtimaan palkansaajien sekä omista työeläkevakuu-
tusmaksuista. Työeläkemaksuista tulee huolehtia vaikka palkkoja maksettaisiin satun-
naisesti. Yleensä tapahtumien palkatut työntekijät kuuluvat työntekijän eläkelain pii-
riin, eli TyEL:n. TyEL:n piiriin kuuluvat kakki yksityisen sektorin lyhyet työsuhteet.
Taiteilijat sekä toimittajat kuuluvat myös TyEL:n. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2011, 28.)

Lakisääteinen tapaturmavakuutus on jokainen työnantaja velvollinen ottamaan työntekijöilleen, jos työtä tehdään yli 12 henkilötyöpäivää kalenterivuodessa. Tämä tapaturmavakuutus koskee kaikkia työntekijöitä. Vakuutus täytyy ottaa ennen vakuutettavan työn alkamista. Tapaturmavakuutusmaksu määräytyy työn vaarallisuuden ja palkan perusteella. Vakuutusyhtiölle maksetaan tapaturmavakuutuksen yhteydessä myös työttömyysvakuutusmaksu. Työttömyysvakuutusmaksu pidätetään työntekijän palkasta. Useiden alojen työehtosopimukset velvoittavat työnantajan vakuuttaa työntekijät ryhmähenkivakuutuksella. Myös tämä vakuutus hoidetaan samassa yhteydessä, kun tapaturmavakuutus. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2011, 28.)

Vapaaehtoiset vakuutukset

Tapahtuman järjestäjälle kaikki muut vakuutukset ovat vapaaehtoisia. Muiden vakuutusten ottaminen on kuitenkin suositeltavaa, koska etukäteen ei voi tietää mitä tulee tapahtumaan. Huolellisella suunnittelulla pystyy vaikuttamaan tapahtumien kulkuun ja

näin välttyään ikäviltä seuraamuksilta. Suositeltavia vakuutuksia tapahtuman järjestäjälle ovat:

- Vastuuvakuutus
- Näyttelyvakuutus
- Tapaturmavakuutus
- Räätelöidyt paketit, esimerkiksi palo- ja ilkivaltavakuutus.

(Etelä-Pohjanmaan liitto 2011, 28.)

6 TAPAHTUMAN TOTEUTUS

Tapahtumaprojektin toteutuminen on edellyttänyt suuren määrän työtä (Iiskola-Kesonen 2004, 11). Tapahtuman toteutus voidaan erottaa kolmeen vaiheeseen rakennusvaihe, itse tapahtuma ja purkuvaihe (Vallo & Häyrinen 2003, 184). Tapahtuman suunnittelu vaatii paljon työtä, mutta hyvän suunnitelman avulla tapahtuma on helppo lähteä toteuttamaan ja aikaa säästyy.

6.1 Tapahtuman markkinointi ja tiedottaminen

Jotkut erehdyksellisesti yhdistävät markkinoinnin suoraan myymiseen tai mainontaan ja jotkut määrittelevät markkinoinnin perinteisesti neljällä osa-alueella: tuotteella, paikalla, hinnalla ja mainonnalla. Tämä ei ole oikeastaan määritelmä vaan pelkästään kuvaus markkinoinnin peruselementeistä. Toiset ovat kuvanneet markkinoinnin organisaation ja sen ympäristön välisenä toimintana, tällöin korostaen niin perinteistä kuluttajien tuotteiden tai palveluiden hankkimista, kuin myös jatkuvan markkinatiedon tarvetta. (Getz 2005, 303.)

Kaikkein tärkeintä on varmistaa että kaikilla mukana olijoilla on selvää, että markkinointi on lähestymistapa eikä konsepti. Sen täytyy olla toimintamalli, johon koko organisaation kuuluu, ei vain uloslausuttu yksittäinen tarkoitus tai huoli mainonnasta. Koko projektinhallintaprosessia tulee dominoida halu markkinoida tapahtumaa kaikille tarvittaville osapuolille, ei vain katsojille ja osallistujille vaan myös sponsoreille, mediaan, VIP-vieraille, henkilökunnalle, mainostajille ja suurelle yleisölle. (Watt 1998, 60.)

Tapahtuman markkinoinnin tulee olla asiakaslähtöistä. Tärkeää on, että markkinointi lähtee asiakkaiden tarpeista. Hyvä markkinointi vaikuttaa kaikkeen ja on pitkäjänteistä. Ideaalilanteessa markkinointi ylläpitää asiakassuhteita, hankkii uusia asiakkaita sekä lisää kysyntää. Nykyaikainen markkinointi luo kilpailuetua, etenee pitkäjänteisenä prosessina, on johdonmukaista ja samaa linjaa noudattavaa sekä ohjaa koko toimintaa liikeidean kautta. (Iiskola-Kesonen 2004, 53 - 54.)

Tavoitteet tapahtuman markkinoinnille on hyvä määritellä selkeästi. Tavoitteet voivat olla esimerkiksi taloudelliset, laadulliset tai imagolliset. Markkinointi on ainoastaan keino saavuttaa tapahtuman tavoitteet, markkinointi ei saa olla itsetarkoitus. Tapahtumatuotteen tulee olla asiakkaan tarpeisiin sopiva ja kiinnostava. Erilaisia asiakastutkimuksia voi myös hyödyntää tapahtumassa, tutkimuksella voidaan selvittää asiakkaiden toiveita ja mielipiteitä. Tapahtuman suunnittelussa tulee ottaa huomioon alusta lähtien markkinoinnin näkökulmat. (Iiskola-Kesonen 2004, 56.) Tapahtuman markkinoinnissa on syytä huomioida myös markkinoinnin perustehtävät, jotka on esitetty kuviossa 5.

KUVIO 5. Markkinoinnin perustehtävät (Iiskola-Kesonen 2004, mukailen)



Markkinoinnin kilpailukeinona toimivat tuotteet ja helppo saatavuus. Tärkeää on miettiä kuinka tapahtuma myydään erilaisille kohderyhmille. Täytyy suunnitella esimerkiksi kuinka ja mistä yleisö voi ostaa pääsylipun tai rannekkeen. Se, että tapahtumaan on helppo tulla ja siellä osaa toimia kuuluu myös hyvään saatavuuteen. (Iiskola-Kesonen 2004, 55.)

Kohderyhmä on avainasemassa markkinointia suunniteltaessa: Kenelle tapahtuma tehdään? Mikä ja kuka on kohderyhmä? Tämän jälkeen selvitetään, minkälaisia toiveita kohderyhmällä on tapahtumalle ja mitä he haluavat. Kun tämä tieto on saatu, tulee miettiä, kuinka toivotunlaista tapahtumaa voisi heille markkinoida. Samalla tulee myös selvittää minkälaista mainetta ja imagoa tapahtumalla tavoitellaan. (Iiskola-Kesonen 2004, 56.)

Tapahtuman markkinointiin kuuluvat vuorovaikutusmarkkinointi, sisäinen markkinointi ja ulkoinen markkinointi. Vuorovaikutusmarkkinointia on ihmisten välinen kanssakäyminen. Suusta-suuhun sanonta kuvastaa tätä markkinointikeinoa hyvin. Henkilö, joka toimii asiakaspalvelutehtävissä, markkinoi tapahtumaa omalla käytöksellään. Sisäinen markkinointi sitouttaa henkilöstöä ja luo yhteenkuuluvuuden tunnetta. Sisäinen markkinointi kuvaa myös sitä, kuinka tapahtuma ja sille asetetut tavoitteet markkinoidaan itse tapahtuman tekijöille. Sisäinen markkinointi on erittäin tärkeää, erityisesti jos tapahtuman tekijöinä on talkoolaisia. Sen onnistuessa talkoolaiset puhuvat tapahtumasta jo ennen itse tapahtumaa. Näin luodaan myös tapahtumaan hyvä ilmapiiri ja parannetaan henkilöstön viihtymistä. (Iiskola-Kesonen 2004, 56 - 57.) Sisäinen markkinointi tapahtuman työstämisessä mukana oleville tulee toimia alusta alkaen. Koko henkilöstön tulee tietää koko ajan missä mennään. (Etelä-Pohjanmaan liitto, 10.) Ulkoisessa markkinoinnissa toimenpiteet keskittyvät usein myyntiin ja myynnin edistämiseen. Ulkoinen markkinointi keino on näkyvin. (Iiskola-Kesonen 2004, 56.)

Parhailtaan tapahtuman markkinointi on strategista ja pitkäjänteistä toimintaa. Tapahtuman voi järjestää kustannustehokkaasti ja hyvin oman organisaation viitseliäisyyttä ja luovuutta käyttäen tai yhdessä tapahtumatoimiston kanssa. (Vallo & Häyrinen 2003, 112 - 113.) Tapahtuman markkinointia rakentaessa on hyvä miettiä, kenelle tapahtuma markkinoidaan? Mitä tapahtumassa markkinoidaan? Miten markkinoidaan? Mitä asiakas haluaa tapahtumalta? Miksi asiakas tulee tapahtumaan? Selkeää kilpailuetua luo onnistunut markkinointiprosessi. Markkinointi kehittyy samanaikaisesti tavoitteiden ja järjestelyiden kanssa. Huolellinen tapahtuman toteutus ja suunnittelu automaattisesti tukevat kokonaisvaltaista markkinointia. (Iiskola-Kesonen 2004, 57.) Tynin (2005) tekemän tutkimuksen pohjalta voi todeta, että markkinoinnin tärkeimmät kanavat ovat paikallislehdet tai maakunnalliset lehdet. Tärkeitä markkinointi kanavia on myös internet ja painotuotteet.

Tiedottaminen tapahtumasta lehdistölle, radiolle ja yhteistyökumppaneille tulee aloittaa niin aikaisin kun mahdollista. Ennen tätä tapahtuman perusasiat tulee kuitenkin olla kunnossa kuten paikka, aika ja esiintyjät. Osallistujille tapahtumasta tiedotetaan aina tapahtuman alusta loppuun saakka ja jos mahdollista niin vielä tapahtuman jälkeenkin. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2011, 10.)

Tuotteistustyön avulla tapahtuma saatetaan markkinoitavaan kuntoon. Tuotteistustyön lopputuloksena syntyvän tapahtuman kokonaiskuva ja keskeiset viestit kohderyhmille, työ tehdään asiakkaan näkökulmasta. Ainekset tapahtuman tiedottamiseen saadaan, kun tuotteistus on tehty. Tuotteistusprosessissa tärkeintä on kohderyhmän määrittely, keskeiset markkinointiviestit, hintaperustojen määrittely sekä sisällön rakentaminen. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2011, 10.)

6.2 Projektipäällikkö ja henkilökunta

Tapahtuman vetäjältä ja vastuuhenkilöltä tapahtuman toteuttaminen vaatii ammattitaitoa. Hänellä täytyy olla kaikki langat käsissään. Projektipäällikkö ei saa tapahtuman aikana kiinnittää itseään mihinkään kiinteään tehtävään, sillä hänen on tarkkailtava kokonaisuutta ja oltava valmis ratkaisemaan mahdollisia ongelmatilanteita. (Iiskola-Kesonen 2004, 11.) Tapahtuman onnistuminen vaatii saumatonta yhteistyötä. Tapahtuma on suuri kokonaisuus ja henkilökunnan tulee ymmärtää oma roolinsa ja tehtävänsä, jotta tapahtumasta saadaan kannattava. (Vallo & Häyrinen 2003, 184.) Kaikille, jotka osallistuvat tapahtuman toteuttamiseen, on tärkeää luoda hyvä ilmapiiri ja tunnelma, joka auttaa ja innostaa viihtymään työtehtävissä. Henkilökunnan hyvä koulutus ja perehdyttäminen ovat erityisen tärkeitä. (Iiskola-Kesonen 2004, 11.) Henkilökunnan varmistaminen on tärkeää, koska kaikki tapahtumaan liittyvät työt vaativat tekijöitä. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2011, 11.)

6.3 Tapahtumaan osallistujan huomioiminen

Osallistujia tulisi informoida jo ennen tapahtumaa, erityisesti tapauksissa joissa tapahtuma kestää useamman päivän. Tiedotettavia asioita ovat aukioloajat, ikärajat, liikenneyhteydet, parkkipaikat, infopisteet, löytötavarapisteet, minkälaiset maksuvälineet käyvät, jätteiden käsittely ja ruokailu. Mitä paremman infon osallistujat saavat sitä joustavammin ja paremmin tapahtuma sujuu. Järjestäjät luovat puitteet onnistuneelle

tapahtumalle, mutta tapahtumankävijällä on oma vastuu siitä, että tapahtuma onnistuu. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2011, 12.) Osallistujien aktiivisuus ja asenne tapahtuman aikana vaikuttaa siihen millainen tapahtuman ilmapiiri tulee olemaan.

Esitteet ja niissä olevat yhteystiedot tulee suunnitella hyvin. Osallistujille ilmenee mahdollisesti kysyttävää ja usein hän valitsee ensimmäisen löytämänsä puhelinnumeron. Tapahtuman projektipäällikön tehtäviin ei kuulu asiakaspalvelu, joten yhteydenotot on syytä ohjata infopisteeseen. (Iiskola-Kesonen 2004, 11). Jaettavaa materiaalia on lähes jokaisessa tapahtumassa. Etukäteen pitää miettiä missä vaiheessa ja mitä materiaalia jaetaan. Materiaalina voi olla esimerkiksi tapahtuman ohjelma, esitteitä sekä osallistujalista. Ohjelmamateriaalissa tulee olla aloitus- ja lopetusaikataulut. Esiintyjien aikatauluja ei kannata ohjelmiin laittaa liian tarkkoina. (Vallo & Häyrinen 2003, 192 - 193.)

Osallistujille tapahtumaan löytäminen täytyy tehdä helpoksi. Opas kylttejä tulee olla riittävästi ja niiden opastus tulee olla selkeää. Kyltityksen tulee olla myös eri kielillä, jos paikalle odotetaan eri kansalaisuuksia. (Vallo & Häyrinen 2003, 194.) Ilmoittautumispisteessä osallistujat otetaan vastaan. Huomaavainen palvelu, sujuvuus ja joustavuus ovat tärkeitä. Jotta tapahtuma alkaa sujuvasti ilmoittautumispisteeseen tulee varata riittävästi henkilökuntaa, turhaa osallistujien jonotuttamista tulee välttää. (Vallo & Häyrinen 2003, 195.)

Tapahtumasta jää kävijälle ainoastaan hänen oma kokemuksensa ja miellyttävä kokemus saa hänet tulemaan uudestaan. Tapahtuman maine vaikuttaa paljon siihen, mitä osallistuja ajattelee tapahtuman järjestelyistä ja itse tapahtumasta. Henkilökunnan käyttäytyminen ja palvelualltius osallistujia kohtaan on erityisen tärkeää tapahtuman ja tapahtuman maineen kannalta. (Iiskola-Kesonen 2004, 20.)

6.4 Tapahtuman jälkeen

Kun tapahtuma on ohi, edessä on vielä monta tehtävää ja asiaa, jotka tulee hoitaa. Tapahtuman järjestäjän vastuulla on, että tapahtumapaikka on siistissä kunnossa tapahtuman jälkeen, järjestäjän tulee huolehtia siivouksesta, mahdollisten rakenteiden purkamisesta sekä vuokra- ja lainavälineiden palauttamisesta. Jo ennen tilaisuutta kannat-

taa sopia, että kuka vastaa tapahtuman purkamisesta ja minkälaisella aikataululla. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2011, 30.)

Jälkeenpäin tapahtuman arviointi on erittäin tärkeää, näin pystytään kehittymään ja oppimaan virheistä ennen seuraavaa tapahtumaa. Tapahtuman jälkeen on hyvä järjestää arviointitilaisuus, johon kutsutaan kaikki tapahtuman järjestämiseen osallistuneet oma henkilökunta, talkooväki sekä yhteistyökumppanit. Arviointitilaisuudesta on varmasti hyötyä ajatellen tulevia tapahtumia. Kaikki palaute, jota tilaisuudessa saadaan, tulee raportoida, jotta saatu palaute ei unohdu ja sitä voidaan jatkossa hyödyntää. (Etelä-Pohjanmaan liitto, 30.) Palautteiden ja uusien tavoitteiden sekä kehitysideoiden pohjalta kannattaa kirjoittaa yhteenveto. Yhteenveto toimii omana työkaluna seuraavia tapahtumia järjestettäessä sekä sisäisenä markkinointivälineenä. (Vallo & Häyrinen 2003, 207.)

Henkilökunnan ja talkooväen muistaminen on tärkeää ja yhteistyökumppaneita ei tule unohtaa. Muistaminen ja kiittäminen tulee tehdä mahdollisimman pian tapahtuman jälkeen. Kiitoslahja tai pieni muisto henkilökunnalle, talkooväelle sekä yhteistyökumppaneille on hyvä antaa, se toimii samalla hyvänä jälkimarkkinointina. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2011, 30.)

7 SENIORILEPPIS TAPAHTUMANA

SenioriLeppis -tapahtumasta pyritään tekemään vuosittainen ja toiveena on, että vuosi vuodelta tapahtuma tavoittaisi yhä enemmän osanottajia. Ensimmäisen tapahtuman markkinointia keväällä 2013 suunnataan erityisesti Leppävirran ja sen lähikuntien senioreille. Kohderyhmänä ovat seniorit, koska heitä on lähiseudulla paljon ja senioreiden määrän on ennustettu kasvavan lähivuosina. Tapahtumaan toivotaan myös osallistuvan mahdollisesti eläkeikäisten senioreiden puolisoja, jotka ovat vielä työelämässä. Väestöennusteet jo antavat tukea sille, että senioreille suunnatuilla tapahtumilla tulee olemaan jatkossa yhä enemmän kysyntää, sillä väestö ikääntyy.

Tapahtuman suunnittelu aloitetaan hyvissä ajoin marras-joulukuussa edellisenä vuonna. Suunnittelutiimiin kuuluvat alkuvaiheessa Sokos Hotel Vesileppiksestä hotellinjohtaja ja hotellipäällikkö sekä Vesileppiksen liikuntapalveluista toimitusjohtaja sekä

liikunnanohjaaja. Ensimmäisenä hahmotellaan tapahtuman ohjelma ja aloitetaan sen valmistelu. Myös tapahtuman järjestämisen eri asioiden vastuuhenkilöt päätetään alussa, jotta työnjako on heti selvillä. Sopivien yhteistyökumppaneiden ja tarjottavien oheispalvelujen kartoittaminen aloitetaan samalla kun hahmotellaan ja valmistellaan ohjelmaa. Suunnittelun alkuvaiheessa päätetään tarkka päivämäärä tapahtumalle. Ensimmäisen kerran tapahtumaa järjestettäessä suunnitellaan tapahtumalle oma logo, jota käytetään tapahtumaa markkinooidessa ja tapahtuman materiaaleissa. Tapahtuman järjestelyn alussa päätetään osallistumismaksu sekä suunnitellaan kuinka ilmoittautumiset ja maksut hoidetaan joustavasti. Kevään aikana tehdään tapahtumalle mainokset ja päätetään missä kaikkialla tapahtumaa mainostetaan ja miten. Tapahtuman käytännön järjestelyjä hoidetaan kevään aikana sitä mukaa kun on tarpeen. Muun suunnittelun ohella mietitään myös kuinka kerätään palaute osallistujilta tapahtuman jälkeen, että mahdollisimman moni antaisi palautetta tapahtumasta ja sen järjestelyistä. Suunnittelu tiimi kokoontuu alussa noin kuukauden välein varmistamaan, että kaikki tarvittava on tehty sovitusti. Kun tapahtuman ajankohta lähenee, tarvitsee suunnittelutiimin kokoontua useammin.

SenioriLeppis -tapahtuman järjestämisen avuksi on laadittu käsikirja. SenioriLeppis -tapahtuman käsikirjan ideana on toimia yhtenä työvälineenä Vesileppiksen sisäisessä käytössä, tapahtumaa suunniteltaessa sekä toteutettaessa. Käsikirja otetaan käyttöön heti ensimmäisessä suunnittelupalaverissa. Käsikirjaa tulevat käyttämään tapahtuman suunnittelu- ja toteutustiimit. Käsikirjaa käytetään koko suunnitteluajan apuna ja siihen kirjataan muistiinpanoja, että tieto on käytössä ja muistissa myös seuraavan kerran SenioriLeppis -tapahtumaa suunniteltaessa ja järjestettäessä. Tapahtuman jälkeen, muun palautteen lisäksi, arvioidaan myös käsikirjan toimivuus ja päivitetään käsikirjaa tarpeen mukaan. Ensimmäisen kerran jälkeen toimintaa ja järjestelyjä pystytään kehittämään ja markkinoimaan yhä laajemmin, kun nähdään onko tapahtuma onnistunut ja kannattava yritykselle. Ensimmäisen kerran tapahtumaa järjestettäessä on tärkeää kerätä osallistujilta palautetta tapahtumasta. Tapahtumaan osallistujien palaute on ensiarvoisen tärkeää mietittäessä tapahtumalle jatkoa ja sen kehittämistä.

Liikunta näyttölee suurta osaa koko SenioriLeppis -tapahtuman sisällöstä. Suomalaisen terveys on parantunut huomattavasti viime vuosikymmenen aikana ja kiinnostus liikuntaan on myös lisääntynyt. Ikäihmisille tarjottavan liikunnan tulisi olla monipuolista ja kestävyyttä parantavaa. Tapahtumassa liikuntamuodot, joita senioreille tarjo-

taan, tulevat olemaan kävely ja sauvakävely. Halutessaan voi oman kunnon mukaan myös hölkätä. Tämän lisäksi tapahtuman ohella on mahdollista harrastaa uintia ja vesiliikuntaa Vesileppiksen kylpylässä, hiihtoa maanalaisessa hiihtotunnelissa, sekä tanssia illan orkesterin tahdissa. Tapahtuman alussa on alkuverryttely, jossa lämmitellään ja harjoitetaan lihasten ja kehon liikkuvuutta ja notkeutta. Tapahtuman liikuntamuotojen on tarkoitus olla mahdollisimman monelle soveltuvia, niin että osallistujat voivat olla mukana ja liikkua oman kunnon mukaan itselle sopivalla tahdilla. Vesileppiksen liikuntapalveluiden henkilökunta on osaavaa ja ammattitaitoista. Heillä on kokemusta usean vuoden ajalta ikäihmisten liikuntapalveluiden järjestämisestä ja he ohjaavat viikoittain senioreiden liikuntaryhmiä.

Tapahtuman tavoitteena on edistää Vesileppiksen näkyvyyttä sekä hotelli-, kylpylä- ja hyvinvointipalveluiden kysyntää. Tavoitteena on myös saada yhteistyökumppaneille lisää asiakkaita ja tätä kautta lisämyyntiä. Vesileppiksellä ja sen yhteistyökumppaneilla on tarjolla monipuolisesti hyvinvointimatkailutuotteita, kuten kauneshoitoja, erilaisia hierontaa ja kylpyläpalvelut. Yksi tärkeimmistä tavoitteista on, että tapahtuma olisi taloudellisesti kannattava Sokos Hotel Vesileppikselle. Tapahtuman tarkoituksena on myös myydä majoitus- ja hyvinvointipaketteja osallistujille sekä tehdä Vesileppistä monipuolisine palveluineen tunnetuksi.

Teemana SenioriLeppis -tapahtumassa on terveys ja hyvinvointi kokonaisvaltaisesti. Osallistujille tarjotaan virikkeitä ja hyvää oloa sekä ulkoisesti että sisäisesti. Tapahtumalle pyritään luomaan miellyttävä ilmapiiri, musiikin, liikunnan sekä iloisen ja ammattitaitoisen henkilökunnan avulla. Terveellinen ruoka on osa tapahtumaa ja illan kruunaa tanssit elävän musiikin tahdissa. Tarkoituksena on pyrkiä lisäämään hyvinvoinnin lisäksi myös senioreiden välistä me-henkeä ja yhteisöllisyyttä. Tapahtumassa on myös tarkoitus hyödyntää mahdollisesti terveys- ja matkailualan opiskelijoita ja heidän osaamistaan. Opiskelijat saavat tapahtumaan osallistumalla mahdollisesti opintopisteitä ja tapahtumanjärjestäjä saa tapahtumalle lisää sisältöä ja markkina-arvoa. Opiskelijoiden osallistumisesta tapahtumaan hyötyvät he itse, tapahtumanjärjestäjä sekä osallistujat.

SenioriLeppis -tapahtuma on tarkoitus järjestää toukokuussa 2013. Varsinainen tapahtuma kestää yhden päivän. Tapahtuman päivä tulee olemaan joko lauantai tai sunnuntai. Näin pystytään tavoittamaan enemmän osallistujia tapahtumalle. Toukokuu ajan-

kohtana on mielestämme ihanteellinen, sillä talviharrastukset ovat päättyneet ja keväinen sää on sopiva ulkoliikuntaan ennen kesän harrastuksia ja menoja.

Tapahtumaa markkinoidaan internetissä Sokos Hotel Vesileppiksen sivuilla sekä Vesileppiksen liikuntapalveluiden sivuilla. Tapahtumasta tehdään lisäksi flyereita sekä julisteita. Tapahtumaa markkinoidaan lähiseudun senioreille. Markkinointikanavina toimivat paikallis- ja maakunnalliset lehdet, internet sekä erilaiset painotuotteet. Sisäistä markkinointia tullaan myös hyödyntämään paljon. Markkinointia suunniteltaessa on otettu huomioon kohdeyleisö ja kuinka heidät parhaiten tavoittaa.

8 POHDINTA

Opinnäytetyön perusteella olemme tulleet siihen tulokseen, että Vesileppiksellä on mahdollisuus tarjota senioreille juuri sellaista liikuntaa, joka olisi heille hyväksi. Kylpylä-hotellilla on hyvät puitteet tarjota senioreille hyvinvointia edistävää matkailua. Sokos Hotel Vesileppis ja sen ympäristö ovat ihanteelliset hyvinvointitapahtuman järjestämisessä. Henkilökunta on osaavaa ja motivoitunutta, joten se ei ole este tapahtuman menestykselle ja mahdollisuudelle saada jatkoa seuraavanakin vuonna.

SenioriLeppis -tapahtuman suunnittelu on lähtenyt liikkeelle tapahtuman perustietojen suunnittelulla sekä ideoinnilla. Aluksi olemme pohtineet mitä haluamme tarjota ja kenelle tapahtuma suunnataan. Tapahtuman nimellä haluttiin osoittaa selkeästi kenelle tapahtuma on suunnattu ja samalla tuoda esille Vesileppistä, jota myös ”Leppikseksi” usein kutsutaan. Ajankohtaa pohtiessa päädyimme toukokuuhun, koska ajankohta on usein hotellissa erittäin hiljainen ja toukokuussa ei ole juurikaan muita tapahtumia. Vesileppiksessä työskentelee monen alan ammattilaisia, joten järjestelyjen organisointi on sujunut luontevasti. Suunnittelulle on varattu reilusti aikaa, ettei järjestelyjen kanssa tule kiire. Hyvinvointitapahtuma muotoutui luontevasti liikunnalliseksi, koska henkilökunnan osaaminen, puitteet ja ympäristö antavat siihen hyvät mahdollisuudet. Aivan hotellin vieressä sijaitsee Vokkolan urheilualue sekä lenkkipolut ja talvella hiihtoladut. Tapahtumasta on tarkoitus tulla vuosittain järjestettävä, joten palautteen kerääminen osallistujilta on erittäin tärkeää. Saatu palaute käsitellään tapahtuman jälkeen ja käsitellään järjestäjien kesken tapahtuman jälkeen pidettävässä palaverissa.

Palautteen pohjalta pystytään kehittämään tapahtumaa, jotta tiedetään onko sille kysyntää jatkossa ja edellytyksiä tulla vuosittaiseksi menestyväksi tapahtumaksi.

Henkilökohtaisesti aihe on meistä kiinnostava. Työn aihe on ollut meille mieluinen, sillä Kaisa työskentelee Vesileppiksessä ja SenioriLeppis -tapahtumalla on potentiaalia menestyä. Todellinen asiakas motivoi työskentelemään opinnäytetyön parissa, koska tapahtuman suunnittelusta tulee olemaan hyötyä yritykselle ja samalla se antaa meille hyvät eväät suunnitella jatkossa vastaavanlaisia tapahtumia ja paneutua erityisesti seniorimatkailuun, väestön ikääntyessä myös matkailijoiden keski-ikä tulee nousemaan, tähän on syytä varautua. Seniorit ovat potentiaalinen ryhmä tulevaisuudessa matkailualalla. Matkailuyrityksillä on edessään mahdollisuus ja haaste, kuinka saadaan tästä suuresta ikäluokasta asiakkaita. Opinnäytetyön perusteella yritysten kannattaisi panostaa hyvinvointimatkailun tarjoamiseen, tulevaisuudessa ihmisten käsitys ja tietämys oman hyvinvoinnin ja terveyden tärkeydestä lisääntyy koko ajan ja näin myös kysyntä hyvinvointimatkailua kohtaan lisääntyy.

Opinnäytetyö antaa hyvän pohjan tapahtuman suunnittelulle ja teoriatietoa esimerkiksi ikääntyvästä väestöstä ja terveys- ja hyvinvointimatkailusta. Jatkotutkimuksessa voisi selvittää tarkemmin ja lähemmin mitä seniorit toivovat ja odottavat hyvinvointitapahtumalta. Mikä on se ”juttu”, joka saisi seniorin osallistumaan tapahtumaan? Lisäksi voisi tutkia senioreiden matkailutottumuksia ja palveluiden käyttöä Leppävirralla Sokos Hotel Vesileppiksessä tai esimerkiksi asiakkaiden tyytyväisyyttä hyvinvointipalveluihin ja niiden tarjontaan.

Tapahtuma on tarkoitus toteuttaa keväällä 2013. Kaisan työskennellessä Vesileppiksessä on hänellä mahdollisuus työn puolesta olla mukana toteuttamassa tapahtuman suunnittelua ja järjestelyjä. Sanna-Kaisalle työn tekeminen antoi kattavan käsityksen tapahtuman suunnittelun prosessista sekä terveys- ja hyvinvointimatkailusta. Suuri haaste opinnäytetyön valmistumiselle on ollut molempien työt sekä henkilökohtaiset elämäntilanteet.

LÄHTEET

Ahtola, Janne 2002. Hyvinvointimatkailu osana kiihtyvää trendituotantoa. Muuttuva matkailu. Tietoa matkailusta ja matkailuelinkeinosta 3-4/2002, 19 - 23.

Borg, Pekka, Kivi, Elina & Partti, Minna 2002. Elämyksestä elinkeinoksi. Matkailusuunnittelun periaatteet ja käytäntö. Juva: WSOY.

Eloranta, Tuija & Punkanen, Tiina 2008. Vireään vanhuuteen. Keuruu: Tammi.

Eläkeläisten uutiset 2010. WWW-sivut.

<http://www.elakelaistenuutiset.fi/elakeasiat.php>. Päivitetty 31.12.2010. Luettu 02.11.2011.

Etelä-Pohjanmaan liitto 2011. Tapahtumajärjestäjän opas. Julkaisu C:57. PDF-dokumentti. <http://www.etelapohjanmaa.fi/kulttuuri/documents/tapopas.pdf>. Ei päivitystietoa. Luettu 29.09.2011.

Fennica.net 2011. WWW-sivut. <http://www.fennica.ascentia.fi>. Ei päivitystietoa. Luettu 28.11.2011.

Getz, Donald 2005. Event Management & Event Tourism. New York: Cognizant Communication Corporation.

Hietanen, Anne & Lyyra, Tiina-Mari (toim.) 2003. Iäkkään väestön terveyden ja toimintakyvyn ylläpitäminen ja edistäminen. Helsinki: Edita Oy.

Iiskola-Kesonen, Hanna 2004. Käsikirja tapahtumanjärjestäjille. Suomen Graafiset Palvelut Ltd: Suomen Liikunta ja Urheilu ry.

Ikäinstituutti 2011. WWW-sivut.

<http://www.vapaaehtoisiksi-seniorina.fi/ikatieto/ikaantyyva+vaesto#kulttuuri>. Ei päivitystietoja. Luettu 02.11.2011.

Kansallinen senioriliitto ry 2011. WWW-sivut.

http://www.senioriliitto.fi/jasenyhdistykset/lapin_kansallinen_senioripiiri_r/. Päivitetty 10.09.2011. Luettu 10.10.2011.

Kauhanen-Simanainen, Anne 2009. Valmentaudu vanhuuteen – viisaasti, opas omaehtoiseen ikääntymiseen. Saarijärvi: CIM kustannus.

Karisto, Antti (toim.) 2005. Suuret ikäluokat. Tampere: Vastapaino.

Krons, Marja 2003. Seniorin opas, vinkkejä/palveluja/terveyttä. Hämeenlinna: Tammi.

Lahden kaupunki. WWW-dokumentti.

[http://www.lahti.fi/www/images.nsf/files/D52F151CAD0F1305C22570760023DE22/\\$file/Ik%C3%A4ihmisten%20hyvinvointiohjelma.pdf](http://www.lahti.fi/www/images.nsf/files/D52F151CAD0F1305C22570760023DE22/$file/Ik%C3%A4ihmisten%20hyvinvointiohjelma.pdf). Päivitetty 2003. Luettu 02.11.2011.

Lamminpää, Mikko 2011. Mennään kun vielä jaksetaan. Retki 8, 16 - 21.

Leppävirran kunta. WWW-dokumentti. <http://www.leppavirta.fi/index.php?id=140>. Päivitetty 30.09.2011. Luettu 05.11.2011.

Matkailun edistämiskeskus 2008. Suomalaisen hyvinvointimatkailun kehittämisstrategia kansainvälisillä markkinoilla 2009-2013. Pdf-dokumentti. <http://www.mek.fi/>. Päivitetty 20.11.2008. Luettu 05.11.2011.

Matkailun edistämiskeskus 2005. Hyvinvointi- ja wellness -matkailun peruskartoitus MEK A:144. Pdf-dokumentti. <http://www.mek.fi/>. Päivitetty 04.03.2005. Luettu 06.11.2011.

Noppari, Eija & Koistinen, Paula (toim.) 2005. Laatu vanhustyöhön. Tampere: Tammi.

Parkkinen, Pekka 2001. Stakes. WWW- dokumentti.

www.stakes.fi/yp/2001/3/013parkkinen.pdf. Päivitetty 2001. Luettu 07.11.2011.

Pohjois-Savon liitto 2007. Pohjois-Savon matkailustrategia 2007-2013. Pohjois-Savon liiton julkaisu A:54. PDF-dokumentti. http://www.pohjois-savo.fi/fi/psl/tietopalvelu/julkaisut/Matkailustrategia_2007_2013_180607.pdf. Luettu 11.10.2011.

Puska, Pekka 2010. Hyvinvoivana työssä – työstä hyvinvointia. Sydän 4, 7.

Salin, Marianna 2011. Vireä vanhuus on taitolaji. Apoteekki 5, 24 - 26.

Sokos Hotels 2011. WWW-sivut. <http://www.sokoshotels.fi/hotellit/leppavirta/>. Ei päivitystietoja. Luettu 02.11.2011.

Haapoja, Pirjo 2011. WWW-sivut. <http://www.studio55.fi/hyvaolo/artikkeli.shtml/1407373/lue-kuinka-liikkua-senioria-iassa>. Päivitetty 10.10.2011. Luettu 11.10.2011.

Suomen ASH 2010. WWW-sivut. <http://www.suomenash.fi/fi/tupakkapolitiikka/lainsaadanto/tupakkalain+muutos+2010>. Päivitetty 15.10.2010. Luettu 12.11.2011.

Suontausta, Hannu & Tyni, Markku 2005. Wellness-matkailu – hyvinvointi matkailun tuotekehityksessä. Helsinki: Edita Oy.

Taipale, Vappu 2010. Vanha ja virkeä! Voi hyvin 6, 107.

Teosto ry 2007. WWW-sivut. <http://www.teosto.fi/fi/luvat.html>. Päivitetty 2007. Luettu 27.11.2011.

Terveyskirjasto 2011. WWW-sivut. http://www.terveyskirjasto.fi/terveyskirjasto/tk.koti?p_artikkeli=seh00145. Ei päivitystietoja. Luettu 02.11.2011.

Tilastokeskus 2003. WWW-sivut. http://www.stat.fi/tup/tieto aika/tilaajat/ta_06_03_nieminen.html. Päivitetty 27.06.2003. Luettu 07.11.2011.

Tilastokeskus 2012. WWW-sivut.

http://www.stat.fi/til/vamuu/2012/01/vamuu_2012_01_2012-02-21_tie_001_fi.html.

Päivitetty 21.2.2012. Luettu 8.3.2012

Tupakkalaki 693/1976. WWW-dokumentti.

<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1976/19760693>. Päivitetty 13.05.2011. Luettu

12.11.2011.

Tyni, Markku 2005. Itäsuomalaisten tapahtumien ominaispiirteitä. Savonia-ammattikorkeakoulun julkaisusarja D 1/2005. Kuopio: Savonia-ammattikorkeakoulu, Savonia Business.

Vallo, Helena & Häyrinen, Eija 2003. Tapahtuma on tilaisuus. Helsinki: Tietosanoma Oy.

Vesterinen, Nina, Maaseutupolitiikka. WWW-dokumentti.

http://porvoo.imaginer.fi/porvoo/cms/files/vesterinen02052011hyvinvointimatkailuhan_dout_1_.pdf. Päivitetty 02.05.2011. Luettu 11.11.2011.

Watt, David C. 1998. Event Management in Leisure and Tourism. Malaysia: Addison Wesley Longman.

Worldometers. WWW -sivut. <http://www.worldometers.info/fi/>. Päivitetty 05.11.2011. Luettu 05.11.2011.