Maija Vuorinen

TIPAS ULVONTA - TAPAHTUMAN SUUNNITTELU JA TOTEUTUS

Opinnäytetyö
Kajaanin ammattikorkeakoulu
Matkailu-, ravitsemis- ja talousala
Matkailun koulutusohjelma
Syksy 2006

Kajaanin ammattikorkeakoulu

OPINNÄYTETYÖ
TIIVISTELMÄ

Koulutusala Matkailu-, ravitsemis- ja talousala	Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma
Tekijä(t) Maija Vuorinen	
Työn nimi Tipas Ulvonta - tapahtuman suunnittelu ja toteutus	
Vaihtoehtoiset ammattiopinnot	Ohjaaja(t) Mikko Keränen
	Toimeksiantaja Tipasojan kyläyhdistys
Aika Syksy 2006	Sivumäärä ja liitteet 61 + 10

Opinnäytetyöni tavoitteena oli selvittää, mitä kaikkia osa-alueita tapahtuman järjestämisprosessiin kuuluu. Keskeisiksi tekijöiksi nousivat etukäteissuunnittelu, tapahtumaprosessissa aikataulun mukaan eteneminen sekä erilaiset luvat ja ilmoitukset. Teoriaosiossa on käsitelty tapahtumamatkailua ja sen vaikutusta lähialueeseen. Teoriaosassa kerrotaan, millä eri tavoilla tapahtumia voi jaotella. Olen myös tarkastellut tyypillisiä tapahtumia Itä-Suomessa. Lisäksi kerroin seikkaperäisemmin tapahtuman johtamisesta ja talkootyövoiman käytöstä.

Esimerkkinä tapahtuman järjestämisprosessista käytin Tipas Ulvonta -tapahtumaa. Tipas Ulvonta oli Tipasojan kyläyhdistyksen ja Hiiden Torppa Ay:n järjestämä suden ulvonta -joukkuekilpailun ympärille muodostettu kesätapahtuma Sotkamossa Hiidenportin kansallispuistossa heinäkuussa 2006. Opinnäytetyössäni on myös kuvaus Tipas Ulvonta -tapahtuman toteutuksesta ja ohjelman kulusta sekä jälkimarkkinoinnista. Olin itse mukana tapahtuman suunnittelu- ja toteutusryhmässä.

Osana opinnäytetyötä tein tyytyväisyyskyselyn Tipas Ulvonta -tapahtuman talkooryhmälle tapahtuman jälkeen. Käytin tutkimustyyppinä kvantitatiivista menetelmää. Kyselylomakkeella tiedusteltiin talkooryhmän jäseniltä, miten tyytyväisiä he olivat muun muassa tapahtuman ohjelmaan, omaan ja muiden työpanokseen sekä miten he kehittäisivät Tipas Ulvonta -tapahtumaa ja sen ohjelmaa tulevana vuonna. Kyselyn vastausprosentiksi saatiin 50 %. Vastauksista kävi ilmi, että kaiken kaikkiaan tapahtumaan oltiin hyvin tyytyväisiä ja kaikki vastaajat olivat sen kannalla, että tulevina vuosina tapahtuma kannattaa järjestää uudelleen. Kaikki vastaajat olisivat myös valmiita tulemaan seuraavinakin vuosina järjestämään tapahtumaa. Tutkimustuloksia ei voida pitää kovin luotettavina, koska vastaajien määrä jäi niin pieneksi eikä kyselylomake ollut paras mahdollinen menetelmä saada talkooryhmältä tarvittava tieto selville.

Opinnäytetyöstäni on hyötyä tulevina vuosina Tipasojan kyläyhdistykselle, kun he jatkavat Tipas Ulvonta -tapahtuman järjestämistä. Opinnäytteen teoriaosiosta on hyötyä myös muille tapahtumia järjestäville tahoille.

Kieli	suomi
Asiasanat	Tapahtuman järjestäminen, tapahtumamatkailu, Sotkamo
Säilytyspaikka	☒ Kajaanin ammattikorkeakoulun Kaktus-tietokanta ☒ Kajaanin ammattikorkeakoulun kirjasto

THESIS
ABSTRACT

School Tourism	Degree Programme Tourism
Author(s) Maija Vuorinen	
Title Tipas Ulvonta - Event Planning and Implementation	
Optional Professional Studies	Instructor(s) Mikko Keränen
	Commissioned by Tipasoja Village Association
Date Autumn 2006	Total Number of Pages and Appendices 61 + 10

The main target of the thesis was to find out what should be included in an event organising process.

The theoretical part of the paper discussed event tourism and its effects on the area and how events are classified. Event organising process – related literature raised pre-planning, scheduled timetables and permits as central factors. The events typical of Western-Finland, event management and the share of voluntary work were also considered.

Tipas Ulvonta was taken as an example of event organising process. The event was organised in July 2006 in Sotkamo Hiidenportti Nationalpark by Tipasoja Village Association and Hiiden Torppa Ay. The main idea of the event was a team howling competition. As a practical part of the thesis, a quantitative study was carried out among six volunteers of Tipas Ulvonta to find out how satisfied they had been with the program and their contribution and how they would develop the howling event Tipas Ulvonta next year. According to the results, the volunteer workers were very satisfied with the event and they were willing to organise it next year.

The results of the study are not reliable, because the number of the interviewees was small and the questionnaire was not the best way of getting information that was needed.

Tipasoja Village Association can benefit from the study project next year. The theoretical part is also useful for the other event organising quarters.

Language of Thesis	Finnish
Keywords	Organising event, event tourism, Sotkamo
Deposited at	☒ Kaktus Database at Kajaani University of Applied Sciences ☒ Library of Kajaani University of Applied Sciences

SISÄLLYS

1 JOHDANTO 1

2 TAPAHTUMAMATKAILU 3
2.1 Tapahtuman imago 4
2.2 Matkailutapahtumat Itä-Suomessa 5

3 TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN 7
3.1 Tapahtumakysymykset 8
3.1.1 Strateginen kolmio 8
3.1.2 Operatiivinen kolmio 9
3.1.3 Tapahtuman järjestäjän tähti 11
3.1.4 Tapahtuma-tiivistelmä 11
3.2 Tapahtumaprosessin kulku 12
3.2.1 Suunnittelu 12
3.2.2 Toteutus 15
3.2.3 Jälkimarkkinointi 17
3.3 Tapahtuman järjestämisen osa-alueet 18
3.3.1 Organisaatio 18
3.3.2 Aikataulutus 20
3.3.3 Markkinointi 23
3.3.4 Resurssit 27
3.4 Tapahtuman johtaminen 30
3.4.1 Johtajuus 30
3.5 Luvat, ilmoitukset ja turvallisuussuunnitelma 31
3.5.1 Luvat 32
3.5.2 Ilmoitukset 33
3.5.3 Turvallisuussuunnitelma 35

4 TIPAS ULVONTA 36
4.1 Tapahtuman kuvaus 36
4.2 Suunnittelu ja aikataulu 37
4.3 Toteutus 41
4.4 Markkinointi 43

4.5 Luvat, ilmoitukset, turvallisuussuunnitelma 44

5 TIPAS ULVONNAN JÄLKEEN SUORITETTU TYYTYVÄISYYSKYSELY JÄRJESTÄJILLE 45

5.1 Tutkimuksen tavoite 45

5.2 Tutkimusmenetelmä 46

5.3 Kyselylomake 47

5.4 Lomakekyselyn tulokset 48

5.4.1 Etukäteisinformaatio 48

5.4.2 Tapahtuman kävijämäärä 49

5.4.3 Opasteet 49

5.4.4 Työpanos 50

5.4.5 Ohjelma 51

5.4.6 Ulvonta -kilpailu 51

5.4.7 Juontajat 52

5.4.8 Rakenteet 52

5.4.9 Yleinen onnistuminen 53

5.4.10 Tapahtuman tulevaisuus 53

6 POHDINTA 55

LÄHTEET 60

LIITTEET

KUVIOT

Kuvio 1. Strateginen kolmio

Kuvio 2. Operatiivinen kolmio

Kuvio 3. Tapahtuman järjestäjän tähti

Kuvio 4. SWOT -analyysi

Kuvio 5. Aikasuunnitelmamenettelymalli

Kuvio 6. Tipas Ulvonta -tapahtuman SWOT -analyysi

Kuvio 7. Tyytyväisyys etukäteisinformaatioon omasta tehtävästä ja muuhun etukäteisinformaatioon

Kuvio 8. Tyytyväisyys kävijämäärään

Kuvio 9. Tyytyväisyys opasteisiin tapahtumapaikalle ja tapahtumapaikalla

Kuvio 10. Tyytyväisyys omaan ja talkooryhmän työpanokseen

Kuvio 11. Tyytyväisyys ohjelmaan sekä Hiisipeikon ja metsän väen esiintymiseen

Kuvio 12. Tyytyväisyys ulvonta -kilpailuun ja osallistujamäärään

Kuvio 13. Tyytyväisyys juontajiin

Kuvio 14. Tyytyväisyys rakenteisiin tapahtumapaikalla

Kuvio 15. Tyytyväisyys yleisesti tapahtuman onnistumiseen

1 JOHDANTO

Löysin opinnäytetyöni aiheen Sotkamon Tipasojalla sijaitsevan työharjoittelupaikkani Hiiden Torpan kautta. Työharjoitteluni ohjaajalla Niina Tervolla oli yhdessä Tipasojan kyläyhdistyksen puheenjohtajan Tarja Tervon kanssa syntynyt ajatus järjestää tapahtuma, jonka aihepiiri liikkuisi suden ulvonnan ympärillä. Niina kysyi minulta harjoitteluni aikana, että kiinnostaisiko minua lähteä mukaan suunnittelemaan ja toteuttamaan tapahtumaa. Siinä vaiheessa minulla ei vielä ollut tarkkaa kuvaa siitä, minkälaisen opinnäytetyön tekisin. Susi aiheena, eläimenä ja osana maamme luontoa on aina kiinnostanut minua monella tapaa ja opinnäytetyönäni halusin nimenomaan tehdä jotakin konkreettista ja toiminnallista. Tämän aiheen tiimoilta saisinkin olla konkreettisesti mukana sekä suunnittelemassa että toteuttamassa tapahtumaa.

Huhtikuussa 2006 päätettiin järjestää tapahtuma aiheeseen liittyen ja järjestävinä tahoina olisivat Hiiden Torppa ja Tipasojan kyläyhdistys. Tässä vaiheessa Niina ehdotti minulle, että haluaisinko tehdä opinnäytetyöni suden ulvonta-tapahtumasta, joka oli saanut nimekseen Tipas Ulvonta. Selvitin, voiko tällaisesta aiheesta tehdä opinnäytetyön ja miltä kannalta asiaa kannattaisi ruveta lähestymään ja käsittelemään. Vaikka en ollut tässä vaiheessa vielä varma, hyväksyttäisiinkö aihettani opinnäytetyön aiheeksi, olin jo ryhtynyt paneutumaan asiaan ja toiminut mukana Tipas Ulvonta-tapahtuman suunnitteluryhmässä. Vaikka opinnäytetyöni aihe ja tapahtuman suunnittelu kokivat alkutaipaleella monenlaista muutosta, sain kuitenkin tehdä opinnäytetyöni juuri tästä aiheesta.

Tipasojan kylässä ei ole järjestetty lähivuosina mitään tapahtumaa säännöllisesti. 1990-luvun alussa kyläyhdistys järjesti kuutena vuotena peräkkäin Tipas -tapahtumaa, joka parhaimmillaan keräsi yleisöä noin 200 henkeä. Kun Tipas -tapahtuma järjestettiin viimeisen kerran 10 vuotta sitten, ei sen jälkeen minkään tapahtuman osalta ole pidetty perinteitä yllä. (Tervo 2006). Tämän suhteen jokin kesätapahtuma olikin erittäin paikallaan järjestettäväksi. Tipasojan kyläyhdistys on aktiivinen yhdistys, mutta senkin voimavarat ovat riittämättömät suurehkon tapahtuman organisointiin ja toteutukseen, joten tarjoukseni tehdä aiheesta opinnäytetyö ja olla mukana suunnittelussa tuli juuri oikeaan aikaan ja oikeaan paikkaan. Kyläyhdistys on silloin tällöin järjestänyt kylätapahtumia, mutta mitään suurempia tapahtumia ei ole ollut eikä koskaan aiemmin ole tapahtumaa järjestetty mihinkään tiettyyn teemaan tukeutuen. Sekä Tipasojan kyläyhdistyksen että Hiiden Torpan kannalta työstäni on hyötyä ja sille on

käyttöarvoa myös tulevaisuutta ajatellen, sillä Tipas Ulvonta -tapahtumasta on ollut tarkoitus tehdä jokakesäinen.

Itseäni kiinnostaa monestakin eri syystä tapahtuman järjestäminen prosessina. Ensinnäkin sen tähden, että mielestäni on antoisaa luoda ihmisille jotakin viihdykettä jonkin teeman ympärille tukeutuen ja huomata, kuinka saa ihmiset liikkeelle osallistumaan. Olen myös jostain syystä kiinnostunut asioiden organisoinnista ja uskonkin sen minulta luonnistuvan hyvin. Tässä tapahtumassa sain sekä suunnittelun että toteutuksen aikana käyttää organisointikykyjäni. Tapahtuman järjestämisprosessin huipennus on tietysti aina itse tapahtuma. Kun sen saa onnistuneesti toimimaan ja sekä yleisön että järjestäjät tyytyväiseksi, voi tuntea suurta onnistumisen iloa.

Opinnäytetyöni keskeisenä tavoitteena oli ottaa teoriassa selvää siitä, miten tapahtuma ylipäätään suunnitellaan ja järjestetään, sekä kertoa siitä, miten tapahtuman suunnittelu ja toteutus Tipas Ulvonnan kohdalla eteni. Tavoitteena oli myös se, että Tipas Ulvonta -tapahtuman talkooryhmälle tehdyn tyytyväisyyskyselyn pohjalta voitaisiin tulevina vuosina kehittää tapahtumaa parempaan suuntaan. Pyrin siihen, että sekä kyläyhdistys että Hiiden Torppa hyötyvät työstäni niin, että he voivat järjestää Tipas Ulvonnan tulevina kesinä paremmin. Tyytyväisyyskyselyn tulosten pohjalta he voivat kehittää ja parantaa tapahtuman järjestelyjä ja toteutusta. Tavoitteenani oli myös selvittää sitä, mitkä ovat tapahtuman järjestämiseen kuuluvia osa-alueita.

Käsittelen työssäni ensin tapahtumamatkailua käsitteenä. Sitten kerron tapahtumien luokittelusta ja matkailutapahtumista Itä-Suomessa. Kerron tapahtumaprosessin kulun sekä tapahtuman järjestämisen osa-alueet sisältäen organisaation, aikataulutuksen, resurssit ja markkinoinnin. Omana kohtanaan olen tuonut esille myös tärkeimmät luvat ja ilmoitukset, jotka tapahtuman järjestäjän on otettava huomioon sekä turvallisuussuunnitelman. Teoreettisen tapahtuman järjestämisen osion jälkeen on kuvaus Tipas Ulvonta -tapahtumasta. Tapahtuman jälkeen Tipas Ulvonnan talkooryhmälle tehty kvantitatiivinen lomakekysely tyytyväisyydestä tapahtumaan on esitelty tuloksineen opinnäytetyössäni ennen viimeistä pohdinnan osiota.

2 TAPAHTUMAMATKAILU

Kun puhutaan tapahtumamatkailusta, kannattaa ensin määritellä tapahtuma-käsite. Wattin (1998, 2) määritelmän mukaan tapahtuma on jotakin, mikä tapahtuu, eikä vain ole olemassa. Wattin mielestä jonkun tai joidenkin täytyy saada tämä jokin tapahtumaan, saada asioita tehdyksi. Jokainen pienikin asia, jonka täytyy tapahtua, täytyy tulla tehdyksi jonkin tietoisesta ja tarkoituksenmukaisesta toiminnasta.

Hemmi, Lehtinen ja Vuoristo (1987, 7) määrittelevät matkailun matkustamiseksi ja viipymiseksi vakinaisen asuinpaikkakunnan ulkopuolella lomanvieton, virkistyksen, levon ja harrastusten vuoksi. Työ, opiskelu, terveydenhoito tai kokous voivat olla matkan aiheena. Matkailukäsitteen ulkopuolelle jäävät säännöllisesti asuntonsa ja työpaikkansa väliä kulkevien henkilöiden matkat, vieraalla paikkakunnalla työmaa-asuntoloissa asuminen, diplomaattien asuminen asemamaassa, maahanmuuttajien matkat sekä paimentolaisten vaeltaminen.

Matkailijaksi voidaan luokitella henkilö, joka matkustaa tilapäisesti vapaa-aikanaan tai ammatillisista syistä oman kotipaikkakuntansa ulkopuolelle, mutta ei ole säännöllisellä työ- tai opiskelumatkalla. Matkailijoita ovat näin ollen tilapäiskävijät, jotka viipyvät vähintään 24 tuntia ja joiden tarkoituksena on vapaa-ajan vietto, liiketoiminta, perheasioiden hoito, jokin tehtävä tai kokoukseen osallistuminen sekä päiväkävijät, jotka viipyvät vähemmän kuin 24 tuntia. Myös maakunnan oma väestö on luokiteltavissa matkailijaksi. (Hemmi & Vuoristo 1993, 126.)

Suomi on tapahtumien luvattu maa. Lyhyt kesämme houkuttelee lukuisia tapahtumanjärjestäjiä toimimaan. Talvisin tapahtumissa urheillaan, kuntoillaan ja tarjotaan monipuolisia kulttuurielämyksiä. Tapahtumat tarjoavat viihdettä, sosiaalisuutta ja jännitystä. Tapahtumat ovat myös vapaaehtoistyön näyteikkuna, sillä suurin osa suomalaisista tapahtumista järjestetään talkoovoimin. Tekijöitä ovat muun muassa urheiluseurat, kulttuuriyhdistykset ja lukuisat muut yhdistykset. (Iiskola-Kesonen 2004, 3.)

Hollowayn (1998, 10) mukaan tapahtuma matkailuattraktiona on luonteeltaan tilapäinen ja se järjestetään, jotta turisteja saataisiin houkuteltua johonkin tiettyyn kohteeseen. Tapahtuma voi hänen mukaansa vaihdella kestoltaan päivästä useisiin päiviin tai jopa kuukausiin. Tapahtuman järjestämisen takana voi olla joko matkailullisen vetovoiman tuottaminen jollekin paikkakunnalle tai sitten sillä yritetään jatkaa tai tasoittaa matkailusesonkia. Tällaista tapah-

tumaa kutsutaan primaariseksi matkailutapahtumaksi. Sekundaarisella matkailutapahtumalla tarkoitetaan puolestaan tapahtumaa, joka on ensisijaisesti tarkoitettu paikallisille asukkaille, mutta jossa vierailee myös matkailijoita. (Hemmi, Lehtinen & Vuoristo 1987, 9–10.)

Tapahtumia on luokiteltu myös sen perusteella, mistä tapahtuman yleisö tai osallistujat ovat lähtöisin. Sen perusteella on päädytty seuraavanlaiseen jaotteluun: paikallinen, maakunnallinen, valtakunnallinen ja kansainvälinen tapahtuma. Tyni (2005, 6, 39) on luokitellut itäsuomalaiset tapahtumat niiden eri teemojen perusteella seuraavasti: musiikki, kylä- ja perinne, teatteri- ja sanataide, liikunta ja urheilu, markkinat ja messut sekä metsästys ja kalastus.

2.1 Tapahtuman imago

Imagolla tarkoitetaan ulkopuolisen tai tapahtumaorganisaation palveluksessa olevan henkilön tapahtumaan, sen tuotteisiin tai palveluihin liittyvien mielikuvien muodostamaa kokonaisuutta. Käytännössä mielikuva usein ajatellaan tiedoksi tai luuloksi, johon liittyy myönteinen, neutraali tai kielteinen asenne. Kun mielikuvat liittyvät itse tapahtumaan, on kyse tapahtumakuvasta. Mielikuvat voivat liittyä myös tapahtuman edustajiin, jolloin puhutaan johtajakuvasta. Jos mielikuvat liittyvät tapahtuman tuotteisiin ja palveluihin, on kyseessä tuote- tai palvelukuva. (Åberg 2000, 114.)

Tapahtuman imago antaa kuvan tapahtumasta. Imagot syntyvät itsenäisesti, eivätkä tapahtuman järjestäjät pysty täysin sanelemaan etukäteen sitä, millainen tapahtuman imago loppujen lopuksi tulee olemaan. Tapahtuman imago syntyy riippumatta tapahtuman järjestäjien omista ohjaavista toimenpiteistä. Tapahtumalle muodostuu monenlaisia imagoita ulkopuolisten ja tapahtumaorganisaatioon kuuluvien henkilöiden silmissä. Jotta tapahtuman imago saataisiin lähelle sitä tapahtumakuvaa, jonka järjestävä taho itse haluaa sen olevan, on tapahtumaan luotava ennalta selvä oma tahtotila eli on muodostettava imago. Muuten tapahtuman imago toteutuu täysin sattumanvaraisesti eikä todennäköisesti vastaa tapahtuman järjestäjien toivomuksia. (Rainisto 2004, 62–63.)

Tapahtumat ovat voimakkaita tapahtuman lähialueen imagon luojia. Suotuisa ja tunnettu imago on voimavara mille tahansa tapahtumalle. Tapahtuman myönteinen imago vaikuttaa koko paikkakunnan imagoon suotuisasti. Hyvästä imagosta tulee suoja tapahtumalle ja sen myötä koko kunnalle. Silloin pienet ongelmat annetaan helposti anteeksi. Tämä on kuitenkin

vain tilapäistä, koska jos ongelmia sattuu usein, suojan vaikutus lakkaa ja imago on muuttunut. Epäsuotuisa imago saa ihmiset tyytymättömiksi ja vihaisemmiksi kuin he muuten olisivat. Neutraali imago puolestaan ei vahingoita, muttei suojaakaan. (Grönroos 1998, 225–226.)

Paikkakunnan tai alueen imagon rakentaminen on pitkäjänteinen, laajavaikutteinen prosessi osana aluesuunnittelua ja -kehittämistä. Siinä vaaditaan systemaattisuutta, taustatutkimuksia, resursseja, poliittista yhdenmukaisuutta ja kaikkien toimijoiden sitoutumista. Monesti jollekin kunnalle yritetään luoda tietynlaista imagoa iskulausein tai ulkoisin tunnuksin, mutta tärkeää olisi valita pitemmän aikavälin systemaattinen suunnitelma. Erilaiset tapahtumat imagoineen ovat oivia apuvälineitä kunnan imagon rakentamisessa kohti haluttua tavoitetta. (Rainisto 2004, 16–19.)

2.2 Matkailutapahtumat Itä-Suomessa

Savonia -ammattikorkeakoulu on julkaissut vuonna 2005 tutkimusraportin Itäsuomalaisten tapahtumien ominaispiirteitä, jossa tarkastellaan Itä-Suomessa (Kainuu, Pohjois-Savo ja Pohjois-Karjala) järjestettäviä tapahtumia, lukuun ottamatta paikallisia ja kertaluonteisia tapahtumia. Tutkimuksen pohjalta tehtyjen tarkastelujen perusteella osoitettiin, että tapahtumat ovat hyvin moniaineksisia ja toisistaan poikkeavia. Tästä syystä varsinainen matkailutapahtuman määrittely on hyvin vaikea tehtävä. (Tyni 2005, 5–6, 33.)

Itäsuomalaisten tapahtumien ominaispiirteitä -tutkimuksessa matkailutapahtuman määrittely aloitettiin siitä, että poistettiin aineistosta ne tapahtumat, jotka järjestäjä oli itse luokitellut paikalliseksi kävijöiden lähtöalueen perusteella. Maakunnalliseksi luokitellut tapahtumat voidaan luokitella matkailun piiriin kuuluviksi, koska maakunnan oma väestö on luokiteltavissa matkailijoiksi. (Tyni 2005, 33.)

Tapahtuman teema suhteessa tapahtuman kävijöiden lähtöalueeseen osoitti selkeästi, että kylä- ja perinnejuhlat olivat luonteeltaan paikallisia tapahtumia. Markkinat ja messut olivat selkeästi maakunnallisia tapahtumia. Musiikkitapahtumista yhtäkään ei luokiteltu paikalliseksi tapahtumaksi, vaan ne luokiteltiin lähes yhtä tasaisesti maakunnalliseksi, valtakunnalliseksi tai kansainväliseksi tapahtumaksi. Liikunta- ja urheilutapahtumat olivat hyvin heterogeenisia, vaikkakin suurin osa tapahtumista luokiteltiin joko maakunnallisiksi tai valtakunnallisiksi tapahtumiksi. Teatteri- ja sanataidetapahtumat olivat kaikki tämän perusteella matkailutapah-

tumia. Metsästykseen ja kalastukseen liittyvät tapahtumat voidaan tutkimuksen perusteella luokitella myös matkailutapahtumiksi. (Tyni 2005, 33–34.)

Itäsuomalaisten tapahtumien ominaispiirteitä -tutkimuksen mukaan tapahtumien kävijämäärät ovat huomattavan vaihtelevia matkailutapahtumiksi luokiteltujen tapahtumien välillä. Matkailutapahtumilla ei ole kovin paljoa yhteistä kävijämäärissä tai kävijöiden lähtöalueissa, eikä myöskään siinä, että tapahtumat olisivat ensisijaisesti kohdistettu matkailijoille. (Tyni 2005, 36.)

3 TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN

Tapahtumia on hyvin erilaisia. Niitä voidaan järjestää moniin eri tarkoituksiin ja monilla eri tavoin. Koska Suomessa on tapahtuman järjestäjiä ja valinnan varaa erilaisten tapahtumien välillä paljon, on järjestäjän osattava poimia joukosta juuri oikeat, tietylle asiakasryhmälle sopivat tapahtumat. (Vallo & Häyrinen 2003, 67–68.) Vallon ja Häyrisen mukaan ollaan onnistuttu järjestämään yleisöön vetoava tapahtuma, jos ollaan järjestetty tavoitteellinen, elämyksellinen ja juuri kohderyhmälle räätälöity tapahtuma.

Kun tapahtumaa aletaan työstää suunnittelutasolla, on pohdittava tarkasti, mitä ollaan järjestämässä. Tapahtuman toteuttamiseen mahdollisuudet ovat monet. Tapahtuma voidaan järjestää itse tai apua voidaan pyytää ulkopuoliselta tapahtumatoimistolta. Ulkopuolisen apua voidaan käyttää joko osassa tapahtumaa tai koko tapahtuman suunnittelussa ja toteutuksessa. Se, millaista järjestävää organisaatiota käytetään, riippuu usein paljon käytössä olevista resursseista, aikataulusta, kohderyhmästä ja tavoitteesta. (Vallo & Häyrinen 2003, 68.) Kun tapahtumakokonaisuus pilkotaan pienempiin osiin, on helpompi jakaa vastuuta useammalle taholle, olivatpa ne sitten ulkopuolisia tai omia tahoja (Iiskola-Kesonen 2004, 16).

Wattin (1998, 2) mukaan tapahtuma on jotakin mikä tapahtuu eikä vain ole olemassa, ja tärkeintä on se, että joku on pannut sen tapahtumaan. Kaikki pienimmätkin asiat, joiden täytyy tapahtua, on tehtävä jonkun toimesta. Tärkeää olisi yksilöidä kaikki tehtävät, joita tapahtuman aikaansaamiseksi edellytetään ja joiden hoitamisesta ja toteuttamisesta tulee huolehtia, jotta tapahtuma onnistuisi. Hyvin järjestettyinä tapahtumat voivat olla mahtavia elämyksiä, mutta huonosti järjestettyinä ne saattavat olla jopa epämukavia kokemuksia kaikille tapahtuman osapuolille.

Aina kun tapahtumaa suunnitellaan, pitää muistaa, että tapahtumaa voi ja pitää johtaa, kehittää ja hallita. Itsekseen sitä ei saisi jättää kehittymään. Järjestäjän on osattava hahmottaa kaikki tapahtuman osa-alueet ja myös se, miten ja missä kohtaa ne nivoutuvat toisiinsa ja miten niihin vaikutetaan. Kun tapahtuma on onnistunut, kaikki nämä osa-alueet kuuluvat yhteen saumattomasti. (Iiskola-Kesonen 2004, 16.)

Tapahtuman suunnittelun alkuvaiheilla on tärkeää selvittää tapahtuman ydin eli se, miksi tapahtuma on olemassa ja mistä sen luonne koostuu. Esimerkiksi kilpaurheilutapahtumassa tapahtuman ydin on urheilulaji ja kilpailu siitä, kuka on lajissa paras. Rockfestivaaleilla puo-

lestaan tapahtuman ydin on musiikki. Jotta tapahtuma onnistuisi, ydinpalvelu vaatii tukipalveluja ja toimintoja ympärilleen. Tukipalvelua on esimerkiksi pääsymaksullisissa tapahtumissa lipunmyynti. Usein tapahtumaan lisätään myös muita erilaisia toimintoja, joita kutsutaan lisäpalveluiksi. Niiden odotetaan antavan tapahtumalle lisäarvoa. Lisäpalveluita ovat esimerkiksi kahvilapalvelut. (Iiskola-Kesonen 2004, 17.)

Kun tapahtumaa suunnitellaan, on alussa päätettävä myös siitä, mikä on tapahtuman pohjimmainen tavoite. Sen miettimiseen käytetään usein aivan liian vähän aikaa. Kannattaa pohtia sitä, onko tapahtumaa järkevä järjestää, jos se on esimerkiksi ollut vain aina perinteenä tai tapana järjestää tai koska kaikki muutkin järjestävät tapahtumia. Lopputuloksena saattaa näissä tapauksissa olla epämääräisiä tapahtumia, joiden onnistumista arvioidaan ainoastaan järjestäjien omien mielipiteiden perusteella. Vaikka tapahtuma olisikin perinne, sen järjestämistä ensi kertaa suunniteltaessa on tapahtumalla ollut jokin tavoite. Jos perinne on jatkunut kauan, olisi viisasta miettiä, onko tavoite kenties muuttunut ja tulisiko sitä jollain tavoin täsmentää. (Vallo & Häyrinen 2003, 130.)

3.1 Tapahtumakysymykset

”Onnistuneessa tapahtumassa on sekä tunne että ajatus kohdallaan”, toteavat Vallo ja Häyrinen (2003, 119–120). Onnistunut tapahtuma voidaan kuvata kahdessa erilaisessa kolmiossa; strategisessa ja operatiivisessa kolmiossa. Molempiin kolmioihin sisältyy kolme merkittävää kysymystä, joihin tulisi olla vastaus ennen kuin tapahtumaa suunnittelee.

3.1.1 Strateginen kolmio

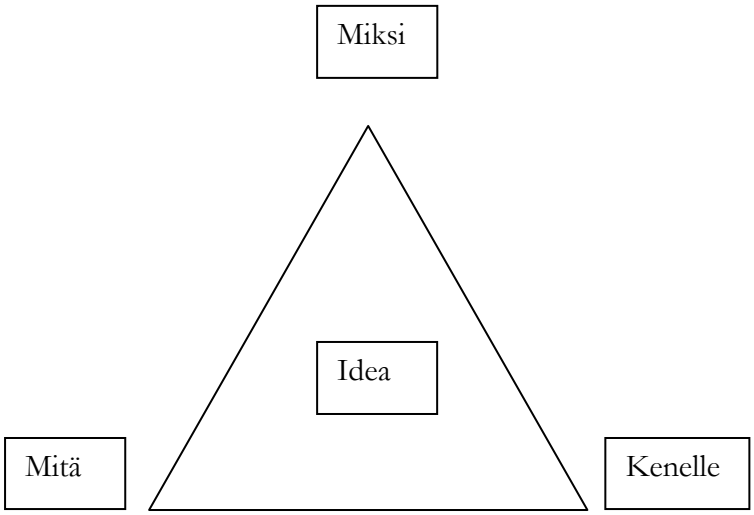
Strategisen kolmion kysymyksiin vastauksien on löydyttävä järjestävän organisaation johdosta tai niiltä tahoilta, jotka haluavat järjestää tapahtumaa. Strategisen kolmion kysymykset ovat miksi, kenelle ja mitä. Niistä löytyy vastaus siihen, mikä on tapahtuman idea. (Vallo & Häyrinen 2003, 120.) Kun puhutaan tapahtuman ideoinnista ja niiden tuottamisesta tapahtumaan, kannattaa ensin kerätä mahdollisimman paljon ideoita, joista sitten myöhemmin lähdetään karsimaan. Ideoinnissa kannattaa käyttää muutamaa eri menetelmää, joiden avulla ideointia

voidaan vauhdittaa. Ideointimenetelmistä esimerkkeinä ovat aivoriihi ja mind mapping. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 35.)

On pohdittava tarkasti, miksi tapahtumaa järjestetään ja mitä tapahtumalla halutaan viestiä. Kun miksi -kysymykseen löytyy vastaus, on tapahtuman tavoite selvä. (Vallo & Häyrinen 2003, 120.) Miksi on luultavasti tärkein kysymys, joka tulee esittää, sillä siihen vastaamalla selviää syy, miksi tuhlata voimavaroja, aikaa, rahaa ja energiaa järjestelyihin (Watt 1998, 5).

Toinen peruskysymys järjestettäessä jotakin tapahtumaa, on kenelle. On oltava selvillä millaisia ihmisiä, millaista yleisöä tapahtumaan tavoitellaan. Kenelle tapahtuma on suunnattu, mikä on siis kohderyhmä? (Vallo & Häyrinen 2003, 121.)

Tapahtuman luonne ja virallisuusaste selviävät siitä, kun vastataan kysymykseen mitä. Mitä siis oikeastaan ollaan järjestämässä? On otettava huomioon se, millainen ohjelma on oikea halutulle kohderyhmälle ja asetetulle tavoitteelle. (Vallo & Häyrinen 2003, 121.)



Kuvio 1. Strateginen kolmio (Vallo & Häyrinen 2003, 120.)

3.1.2 Operatiivinen kolmio

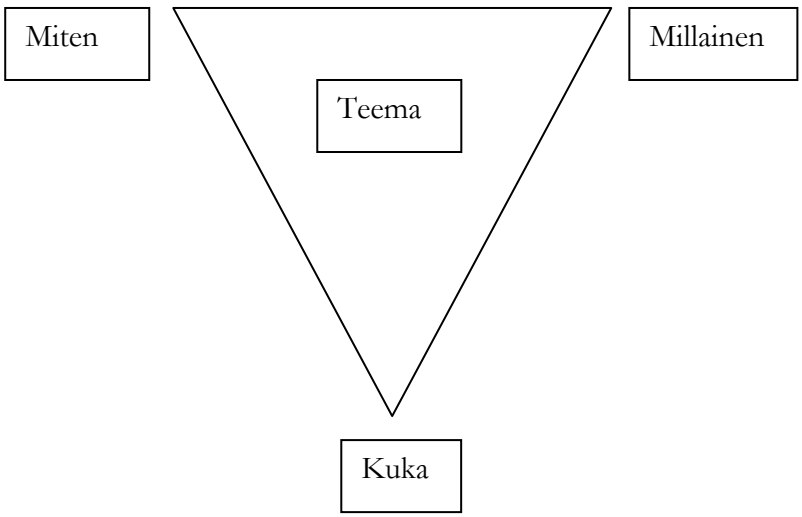
Operatiivinen kolmio on tapahtuman toteuttamista, ja vastuussa siitä ovat projektipäällikkö sekä projektiryhmä, joka saattaa olla myös tapahtumatoimiston edustaja. Operatiivisen kol-

mion kolme kysymystä ovat: miten, millainen ja kuka. Näistä kysymyksistä löytyy vastaus siihen, mikä on tapahtuman teema. (Vallo & Häyrinen 2003, 124.)

Miten tapahtuma järjestetään, on operatiivisen kolmion ensimmäinen kysymys. Se on ajatus siitä, miten tapahtuma toteutetaan ja resurssoidaan ja miten tapahtuman idea ja teema saadaan säilymään koko tapahtuman ajan. Pohdittava on myös sitä, käytetäänkö omaa työpanosta vai organisaation ulkopuolisia palveluja. (Vallo & Häyrinen 2003, 122.) Kuten Kauhanen, Juurakko ja Kauhanen (2002, 35) toteavat, miten kysymykseen vastaamalla saadaan selville järjestävän organisaation tapa toimia.

Kun tapahtuman sisältöä suunnitellaan, tulee ennen kaikkea ottaa huomioon kohderyhmä ja sen tarpeet. Järjestäjän onkin tunnettava katsojajoukko, ettei ohjelma olisi väärin mitoitettua kohderyhmän toiveisiin ja odotuksiin nähden. Millainen tapahtuman sisältö siis on, tulee miettiä tarkoin. Tapahtuman ohjelma ja sisältö riippuvat tavoitteista, viesteistä, joita halutaan lähettää ja kohderyhmästä. Halutaanko paikalle esimerkiksi jokin julkisuudenhenkilö vai riittääkö vetonaulaksi joku omasta järjestävästä organisaatiosta? (Vallo & Häyrinen 2003, 123.)

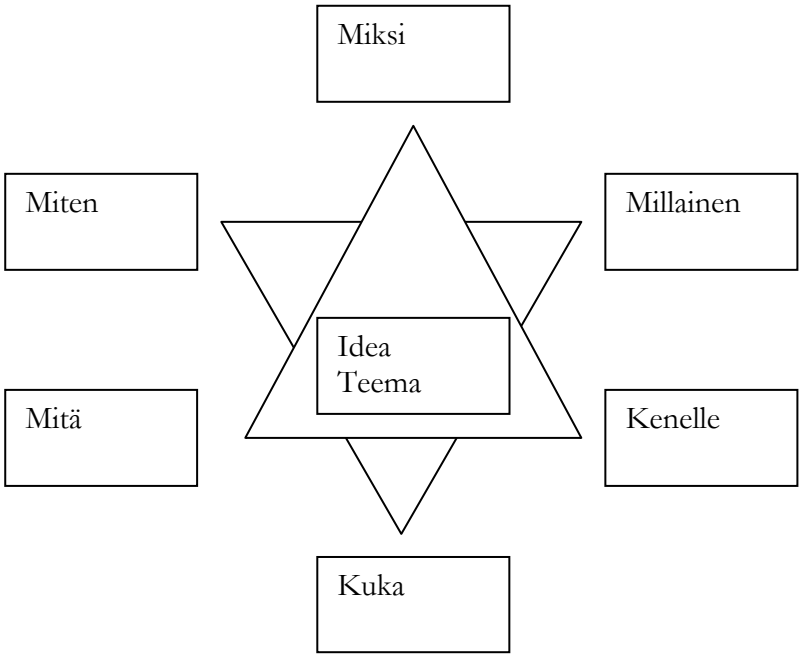
Niillä, jotka organisoivat tapahtumaa ja vastaavat sen järjestelyistä, on aina valtava vastuu. Jonkun pitää toimia isäntänä tapahtumassa ja näin ollen kantaa vastuu sen onnistumisesta. Isäntänä oleminen on rankkaa työtä ja siinä roolissa oleminen on kaikista tapahtuman tehtävistä tärkein. (Vallo & Häyrinen 2003, 124.)



Kuvio 2. Operatiivinen kolmio (Vallo & Häyrinen 2003, 122.)

3.1.3 Tapahtuman järjestäjän tähti

Strategisen ja operatiivisen kolmion kysymykset yhdessä muodostavat kaksi kolmiota ja kolmiot puolestaan päällekkäin asetettuna muodostavat tähden, jossa jokaisen kulman on oltava keskenään samankokoinen ja tasapainossa toistensa kanssa. Kun tämä tähti on tasapainoinen ja sen jokaisen kulman kysymykselle on vastaus ennen tapahtumaa, sen suunnitteluvaiheessa, on onnistuneen tapahtuman edellytykset kohdallaan. (Vallo & Häyrinen 2003, 124–125.)



Kuvio 3. Tapahtuman järjestäjän tähti (Vallo & Häyrinen 2003, 125.)

3.1.4 Tapahtuma-tiivistelmä

Tapahtuman järjestäjän tähden sijasta voidaan käyttää tapahtuma-tiivistelmää (tapahtuma-brief). Se on yksinkertaisuudessaan joukko vastauksia seuraaviin kysymyksiin; miksi ja kenelle tapahtuma järjestetään, mitä järjestetään, miten tapahtuma toteutetaan, millainen tapahtuma on, mikä on tapahtuman sisältö, ketkä toimivat isäntinä ja millaista tunnelmaa tapahtumalla tavoitellaan. Tapahtumatiivistelmä kerää yhteen ne reunaehdot, jotka ovat tiedossa, kun tapahtumaa lähdetään suunnittelemaan. Se on myös asiakirja, joka voidaan antaa toimeksian-

tona tapahtumatoimistolle tai ottaa omassa organisaatiossa käyttöön. (Vallo & Häyrinen 2003, 180–182.)

Tapahtumatiivistelmän ohella on tapahtumalla oltava käsikirjoitus. Se on kuin minkä tahansa näytelmän tai muun sellaisen käsikirjoitus ja se alkaa siitä hetkestä, kun ensimmäiset vieraat tai asiakkaat saapuvat tapahtumaan ja loppuu siihen hetkeen, kun viimeinenkin vieras tai asiakas on poistunut. (Vallo & Häyrinen 2003, 180–182.)

3.2 Tapahtumaprosessin kulku

Kun tapahtumaan liittyvät peruskysymykset on kysytty ja niihin on löydetty positiiviset vastaukset, on aika siirtyä yksityiskohtaisempaan tapahtuman suunnitteluun. Suunnittelussa on kyse siitä, mitä tulee tehdä ja millä tavoin. Kultaisena perussääntönä voidaan pitää sitä, että jokainen tapahtuma on etukäteen suunniteltava. Toteutettava tapahtuma on oltava huolellisen suunnittelun tulosta. (Watt 1998, 8.)

Tapahtumaprosessiin kuuluvat suunnittelu-, toteutus- ja jälkimarkkinointivaihe. Vallo ja Häyrinen (2003, 177) ovat käyttäneet esimerkkinä kaksi kuukautta pitkää tapahtumaprosessia. Heidän mukaansa suunnitteluvaihe on prosessista 75 %. Tapahtuman toteutusvaihe on 10 % ja jälkimarkkinointivaihe 15 % prosessiin käytetystä kahdesta kuukaudesta.

3.2.1 Suunnittelu

”Hyvin suunniteltu on puoliksi tehty” -sanonta pätee tapahtuman järjestämiseenkin. Huolellinen suunnittelu auttaa arvioimaan, ovatko tapahtuman tavoitteet selkeästi määriteltyjä ja ovatko tavoitteet realistisia. Kun tapahtumalla on suunnitteluvaiheessa selkeät tavoitteet, se kertoo ensinnäkin siitä, että järjestäjillä on ammattitaitoa, mutta selkeät tavoitteet helpottavat huomattavasti myös markkinointia. Perusteellinen suunnittelu helpottaa niiden keinojen löytämistä, joilla pyritään saavuttamaan tapahtumalle asetetut tavoitteet. Hyvä suunnitelma parantaa myös toiminnan tehokkuutta ja näin ollen aikaa säästyy, kun asiat saadaan tehokkaasti tehtyä noudattamalla suunnitelmaa. (Iiskola-Kesonen 2004, 9.)

Suunnittelun yhteydessä olisi hyvä miettiä tapahtuman riskejä ja uhkia. SWOT-analyysi on hyvä tapa summata tapahtuman vahvuudet, heikkoudet, uhat ja mahdollisuudet. Esille tulevat mahdollisuudet tulee hyödyntää ja niitä on kehitettävä eteenpäin ja vahvuudet tulee käyttää hyväksi. Mahdolliset heikkoudet on korjattava tai niitä tulee kehittää parempaan suuntaan. Tapahtuman uhkatekijöihin pitää varautua ja ne pitää ennakoida. Jos mahdollista, uhkatekijät on vältettävä ja torjuttava. (Iiskola-Kesonen 2004, 9–10.)

SWOT -analyysi on apumenetelmä, jonka tuloksia voidaan hyödyntää esimerkiksi tapahtumaa suunniteltaessa ja kehitettäessä. SWOT on lyhenne seuraavien englanninkielisten sanojen alkukirjaimista: S sanasta strength (vahvuus), W sanasta weakness (heikkous), O sanasta opportunity (mahdollisuus) ja T sanasta threat (uhka). Analyysi kuvataan usein ruudukkomallina, jossa ylhäällä ovat vahvuudet ja heikkoudet, jotka kertovat tämän hetkisestä tilanteesta. Alhaalla olevat mahdollisuudet ja uhat kertovat tulevaisuuden tilasta.

VAHVUUDET (Strenghts)	HEIKKOUDET (Weaknesses)
hyödynnä	kehitä, korjaa
MAHDOLLISUUDET (Opportunities)	UHAT (Threaths)
varaudu, ennakoi	kehitä, korjaa

Kuvio 4. SWOT -analyysi

Huolellisella etukäteissuunnittelulla on suuri merkitys onnistuneen tapahtuman luomisessa eikä sen merkitystä tulisi aliarvioida. Kun tapahtuman käytännön toimia suunnitellaan, kannattaa mielipiteitä kysellä muilta projektin jäseniltä. Sen sijaan toteutusvaiheessa on tärkeää, että jokaisella tehtävällä on yksi vastuullinen henkilö. Kenenkään mielikuvitus ei varmastikaan ole riittävä ottamaan huomioon kaikkia eteen tulevia kysymyksiä riittävän monesta näkökulmasta suunnittelun aikana. Siksi kaikki ehdotukset ja ideat kannattaa suunnitteluvaiheessa ottaa huomioon. Joltakin ulkopuoliselta henkilöltä voi tulla uusi ratkaisu johonkin asiaan tai se voi entisestään vahvistaa vanhaa ideaa. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 48.)

Riskit

Riskianalyysissä pitäisi ottaa huomioon ainakin seuraavat asiat: mitä ja kenelle voi tapahtua ja mitkä seikat tai tahot voivat aiheuttaa vaaratilanteita. Huomioon on otettava myös se, milloin vaaratilanteita voi sattua (Rautiainen & Siiskonen 2002, 138.) Jo tapahtuman suunnittelun yhteydessä on syytä miettiä riskejä. Riskienhallinnan yhteydessä puhutaan ABC-ajattelusta, jolla tarkoitetaan seuraavia vaiheita:

A Tiedosta riskit = riskien kartoitus

B Luokittele riskit niiden todennäköisyyden ja merkittävyyden suhteen = riskien arviointi

C Tee tarpeelliset suunnitelmat ja päätökset riskien siirtämiseksi muille ja riskien minimoimiseksi tai eliminoimiseksi = riskien hallinta (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 54.)

Riskien kartoitus

Yleisötapahtuman riskit voidaan jakaa monella eri tapaa. Yksi tapa on jakaa ne ajoituksen mukaan tapahtumaa edeltäviin, tapahtuman aikaisiin ja tapahtuman jälkeisiin riskeihin. Tämä jaottelu on monessa suhteessa käyttökelpoinen. Toinen tapa on jakaa riskit asiaryhmittäin, esimerkiksi asiakasriskit, aikatauluriskit ja turvallisuusriskit. Joskus on syytä käyttää näitä molempia jaotteluja samanaikaisesti ja havainnollistaa kaikki mahdolliset riskit ja niiden mahdollinen ajankohta. Jo tapahtuman suunnitteluvaiheessa on syytä läpi käydä riskiryhmät ja jaotella ne. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 54.)

Riskien arviointi

Kun kaikki mahdolliset riskit on kartoitettu, on seuraava vaihe riskien arviointi. Kaksi keskeisintä kriteeriä on riskien todennäköisyys ja riskien taloudellinen merkittävyys. Riskit voidaan arvioida siten, että jokainen suunnitteluryhmän jäsen tekee ensin koko arvioinnin yksin ja sen jälkeen ryhmässä muodostetaan yhteinen kanta. Tätä ei kuitenkaan saa tehdä niin, että lasketaan suoraan kaikkien arviointien keskiarvo, vaan kukin perustelee omat näkökantansa

ensin ja sen jälkeen ryhmässä pyritään yhteiseen näkemykseen. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 56.)

Riskien hallinta

Riskien hallinta tarkoittaa edellä mainitun kartoituksen ja arviointien jälkeen tehtäviä asioita. Jos jonkin riskin mahdollisuus on hyvin suuri, voidaan toteuttamissuunnitelmaa muuttaa niin, että riskin toteutumisen mahdollisuus pienenee oleellisesti. Keinoja saattaa olla hyvin monta. Asian suuruusluokkaa voidaan pienentää, toiminta voidaan ulkoistaa ja siten riski siirretään muille, joissain tapauksissa riski voidaan vakuuttaa (esimerkiksi sadevakuutus). Osa riskeistä voidaan minimoida tai poistaa omalla suunnittelulla ja toteuttamisella ilman merkittäviä lisäkustannuksia. Joskus riskin pienentäminen sen sijaan maksaa tai ainakin pienentää tuottoa. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 56.)

Vakuutusyhtiöt ja etenkin niiden riskienhallinnan asiantuntijat auttavat mielellään tapahtuman järjestäjiä riskien kartoituksessa, arvioinnissa ja hallinnassa sekä luonnollisestikin vakuutusasioissa. Viimeksi mainitut seikat on myös syytä selvittää hyvissä ajoin suunnitteluprosessin edetessä. Oleellista riskien hallinnassa on myös se, että miten suuria taloudellisia vastoinkäymisiä yleisötapahtuman järjestäjä todellisuudessa kestää. Jos rahaa ja takauksia on olemassa, voidaan pelata suuremmilla omavastuilla ja riskeillä. Jos taas rahat ovat vähäiset ja maksajia vähän, riskit pitää hallita. Paitsi etukäteen myös tapahtuman aikana on erittäin tärkeää hallita riskit. Tietyt riskit voivat toteutuakin vasta varsinaisen tapahtuman aikana, kuten suurin osa turvallisuusriskeistä. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 57.)

3.2.2 Toteutus

Itse tapahtuman toteutus on se hetki, joka tekee kaikista suunnitelmista toden. Kun toteutus alkaa, on jokaisen tapahtumaorganisaatiossa mukana olevan ymmärrettävä oma roolinsa ja osuutensa suuressa organisaatiossa. Jotta tapahtuma onnistuu, vaaditaan kaikilta tahoilta saumatonta yhteistyötä. (Vallo & Häyrinen 2003, 184.) Tapahtuman toteutus on moniulotteista. Kaiken sen aikaan saamiseksi, minkä yleisö, media ja osallistujat näkevät ja kokevat, on vaadittu valtava määrä työtä.

Pientä viitseliäisyyttä ja luovuutta tarvitaan, jos tapahtumasta halutaan tehdä yllätyksellinen. Yllätyksellisyys onkin tärkeää, koska tapahtumasta halutaan tehdä yleisölle elämys. Yllätyksellisyys tuo tapahtumaan tietynlaista piristystä ja elävyyttä. Yllätykset voidaan luoda pienillä seikoilla, kuten että, valaistusta himmennetään yhtäkkiä tai kahvin sijasta tarjoillaankin tauoilla esimerkiksi jäätelöä tai paikalle saapuu yllätysesiintyjä. Yllätyksellisyyttä kannattaa suunnitella ennen tapahtumaa huolellisesti ja aivan systemaattisesti eikä suunnitteluvaiheessa mikään idea ole poissuljettu. Tapahtuman sisältöä hiottaessa parhaimmat ja toteuttamiskelpoisimmat ideat jäävät jäljelle. (Vallo & Häyrinen 2003, 188–189.)

Tapahtumapaikan löytymisen pitää olla tapahtumaan saapuville helppoa. Teiden varsilla ja erityisesti risteyksissä tulee olla riittävästi kylttejä ja opasteita kohti tapahtumapaikkaa. Jos tapahtumapaikalle tullaan pääsääntöisesti omilla kulkuneuvoilla, täytyy parkkipaikka-alueille olla opasteet ja mielellään tietyt henkilöt, jotka ohjaavat autoja parkkipaikalla. Hyvä on huomioida myös se, että parkkipaikkoja on riittävästi, eivätkä ne ole liian pitkän matkan päässä tapahtuma-alueesta. (Vallo & Häyrinen 2003, 197–198.)

Toisinaan tapahtumapaikan sijainnin tai muun syyn takia järjestetään tapahtumapaikalle yhteiskuljetus. Tapahtuman järjestäjä voi solmia yhteistyösopimuksen esimerkiksi linja-auto-, taksi- ja lentoyhtiöiden kanssa. Varsinkin suurempien tapahtumien kohdalla on syytä miettiä kulkuyhteydet ennen tapahtumaa, tapahtuman aikana ja sen jälkeen. Ilmoitukset kuljetuksista ja niiden aikatauluista kannattaa laittaa näkyville tapahtumapaikalle sekä hotelleihin, joissa vieraat mahdollisesti yöpyvät. (Rautiainen & Siiskonen 2002, 128.) Tapahtuman hyvästä organisoinnista kertoo se, että kyydityksetoimivat ja ovat helposti tavoitettavissa. Kuljetuksille vaihtoehtona on tietysti yöpyminen paikan päällä, johon vaikuttavat sekä tapahtuman luonne ja kesto sekä budjetti. (Vallo & Häyrinen 2003, 197–198.)

Tapahtumapaikalla pitää kylttien ja opasteiden olla selkeät ja näkyvät, että paikalla olijat tietävät, missä olla milloinkin ja mihin mennä. Tärkeää on muistaa tehdä kylttejä myös muilla kielillä, jos paikalle on kutsuttu ulkomaalaisia tai todennäköistä on, että paikalle saapuu ulkomaalaisia. Tapahtumapaikan houkuttelevuutta voidaan lisätä monin tavoin. Esimerkiksi näkyvät koristeet houkuttelevat uteliasta väkeä paikan päälle. Positiivista ilmettä tapahtumaan tuo myös opastava henkilö tai ovimikko heti tapahtuman portilla tai ovella, joka toivottaa ihmiset tervetulleiksi ja opastaa heidät eteenpäin. Jos tapahtumassa on ilmoittautuminen, täytyy ilmoittautumispisteen olla helposti löydettävissä ja vieraslistaa käytettäessä tulee nimien olla aakkosjärjestyksessä. (Vallo & Häyrinen 2003, 194–195.)

Tapahtuman toteutukseen voidaan katsoa kuuluvaksi myös tapahtuma päättäminen. Toisinaan se katsotaan kuuluvaksi kuitenkin jo jälkimarkkinointivaiheeseen. Siihen kuuluu kaikki se työ, mitä tapahtumapaikalla tehdään välittömästi sen jälkeen, kun asiakkaat tai kutsutut henkilöt ovat sieltä lähteneet ja tapahtuma on kellonajallisesti loppunut. Vastuuhenkilöiden on tärkeä muistaa, että tähän päätökseenkin löytyy vielä voimia kaiken uurastuksen jälkeen. On tärkeää, että purkaminen, siivoaminen ja lopputyöt on organisoitu jo etukäteen hyvin, jotta ne pääsevät heti tapahtuman jälkeen käyntiin. (Iiskola-Kesonen 2004, 12.)

3.2.3 Jälkimarkkinointi

Kun tapahtuma on ohi, alkaa jälkimarkkinointi. Aivan yksinkertaisimmillaan se on materiaalien toimitusta ja kiitoskorttien lähettämistä osallistujille. Näillä eleillä järjestäjät osoittavat, että osallistujien paikallaolo on ollut tärkeää. Tapahtuman aikana on saattanut myös syntyä keskusteluja, jotka poikivat tapahtuman jälkeen mahdollisia liikesuhteita. Jälkimarkkinointi onkin yhteydenottojen aikaa ja silloin voi tehdä niin sanotusti tikustakin asiaa ja jatkaa tapahtumassa ikään kuin keskeneräiseksi jääneitä keskusteluja. (Vallo & Häyrinen 2003, 200, 208.)

Myös palautteen kerääminen tapahtuman jälkeen sekä järjestäjiltä että osallistujilta on osa jälkimarkkinointia. Kun palaute on kerätty, kokoaa tapahtumanjärjestäjät tai joku muu nimetty taho palautteista yhteenvedon. Yhteenvetoa analysoidaan ja siitä otetaan opiksi. Seuraavan kerran tapahtumaa suunniteltaessa ja järjestettäessä osataan asiat tehdä hiukan paremmin ja palautteesta saatuja uusia oivalluksia voidaan hyödyntää. Tapahtumaprosessi on jatkuva oppimisprosessi järjestävälle organisaatiolle. (Vallo & Häyrinen 2003, 200.)

Jälkimarkkinointiin kuuluvat myös kiitokset puhujille ja muille tapahtuman esiintyjille. Kiitoksia tapahtuman henkilökunnalle ja isännille ei saa myöskään unohtaa, vaan ne ovat ensiarvoisen tärkeitä. Kiitokset tapahtuman työntekijöille saavat hyvän mielen lisäksi aikaan sen, että seuraavillakin kerroilla on henkilökuntaa helppo saada mukaan järjestelyihin ja toteutukseen. Kiitosten ansiosta henkilökunta ja muut mukana olleet järjestäjät kokevat työpanoksensa tärkeäksi ja hyödylliseksi. (Vallo & Häyrinen 2003, 200.)

Jälkimarkkinointi on hyvä hoitaa noin kaksi viikkoa tapahtuman jälkeen ihan senkin takia, että kaikilla mukana olleilla ovat tapahtuman aikaiset hetket vielä tuoreessa muistissa (Vallo & Häyrinen 2003, 209). Tapahtumasta olisi hyvä dokumentoida kaikki tarvittava tieto vastai-

suuden varalle. Tehdyt suunnitelmat ja tulokset töistä on laitettava talteen, vaikka tapahtuman jälkeen ovat järjestäjät usein uupuneita tekemään tätä huolella. Jos tapahtuma on kertaluontoinen, työ on valmis arkistoinnin ja kiittämisten sekä materiaalien toimitusten jälkeen. Jos tavoitteena on järjestää tapahtuma uudestaan, on päättämisen ja jälkimarkkinointivaiheen aikana mietittävä seuraavaa tapahtuman järjestyskertaa. Tehdyt dokumentoinnit ja palautteet sekä yhteenveto niistä ovat silloin todella hyödyllistä materiaalia. (Iiskola-Kesonen 2004, 13.)

3.3 Tapahtuman järjestämisen osa-alueet

Tapahtuman järjestämisen osa-alueet voidaan jakaa neljään osaan: organisaatio, aikataulutus, markkinointi ja resurssit. Organisaation muodostavat tapahtumaa järjestävät henkilöt. Jotta tapahtuma onnistuisi, on suunniteltua aikataulua noudatettava. Markkinoinnilla pyritään siihen, että tapahtuma menee kaupaksi. Resursseja ovat kaikki ne henkiset ja aineelliset voimavarat, joita tapahtuma toteutuakseen tarvitsee.

3.3.1 Organisaatio

Hyvin toimiva järjestelyorganisaatio, jossa on selvä työnjako eri vastuuhenkilöiden kesken, on tapahtuman onnistumisen paras tae. Olipa kyseessä sitten oman väen voimin tai yhdessä tapahtumanjärjestämisammattilaisten kanssa järjestetystä tapahtumasta, selvä työnjako toimeksiantajan ja toimeenpanevan ryhmän välillä sekä toisaalta järjestelytoimikunnan jäsenten kesken on kaiken toiminnan perusta. Järjestelyjen sujumisen kannalta pahin tilanne on silloin, kun esimerkiksi järjestelytoimikunnan puheenjohtaja elättelee harhaa, että vain hän osaa organisoida ja vain hän tietää kaiken tapahtuman järjestelyistä. (Aarrejärvi 1994, 31.)

Järjestelyorganisaatio muodostetaan heti, kun päätös tapahtuman järjestämisestä on tehty. Ensin selvitetään toimivan organisaation perusteet. Perusorganisaatio päättää tapahtuman järjestämisestä ja antaa riittävät valtuudet organisaatiolle, joka vastaa käytännön järjestelyistä. Perusorganisaatiolla on lopullinen vastuu tapahtumajärjestelyistä. Toisinaan tapahtumaorganisaatio toimii liiankin itsenäisesti ja unohtaa sovitut valtuudet sekä riittävän raportoinnin muille. (Iiskola-Kesonen 2004, 30.)

Johtoryhmä

Perusorganisaation avuksi on suositeltavaa nimetä johtoryhmä, joka tukee ja valvoo tapahtumajärjestelyjä sekä välittää tietoa perusorganisaatiolle. Johtoryhmän jäsenten ei tarvitse olla mukana tapahtuman käytännön järjestelyissä, mutta heillä on hyvä olla vastuualueensa, jota he seuraavat tarkemmin. Erityisen tärkeää on, että he sitoutuvat tapahtumaan ja ovat kiinnostuneita sen onnistumisesta. Johtoryhmä ei saa olla mikään turha byrokratian väline, vaan todellinen tuki käytännön toimijoille. Mikäli koko organisaatio keskittyy tapahtumanjärjestelyihin, ei johtoryhmän tarvitse olla siihen kuulumaton ryhmittymä. Tällöin onkin vain luontevaa, että siihen kuuluu eri osa-alueiden vastuuhenkilöitä. Usein johtoryhmä muotoutuu lähes itsestään, kun tärkeimmistä toimintasektoreista vastaavat henkilöt kokoontuvat muita useammin. (Iiskola-Kesonen 2004, 31.)

Tapahtumapäällikkö

Tapahtuman onnistumisen mitta on kiitettävästi toimiva tapahtumapäällikkö. Hän johtaa tapahtumajärjestelyjä ja niistä vastaavaa organisaatiota. Hänen tärkein tehtävänsä on valvoa, että kaikki suunnitelmat etenevät suunnitelmien mukaan, mutta hänen ei kuitenkaan tarvitse olla kaikkien osa-alueiden asiantuntija. (Iiskola-Kesonen 2004, 31.) Tapahtumapäälliköllä pitää olla valtaa tapahtumaan liittyvään päätöksentekoon. Hänen pitää olla sataprosenttisesti sitoutunut tehtäväänsä. Tapahtumapäälliköllä tapahtuman vetäjänä on keskeisin rooli koko tapahtumaprosessissa. Hän johtaa koko prosessia, vastaa suunnitelman syntymisestä, budjetoinnista, tuotannosta, alihankkijoista, toteutuksesta ja seurannasta. Hänellä pitää olla kyky delegoida, johtaa ja päättää projektiin liittyvistä asioista ja henkilöistä. Erityisen tärkeää on, että tapahtumanvetäjän pitää pysytä erottamaan omat mieltymyksenä ja halunsa tapahtuman tavoitteista. Tapahtuman vetäjän tärkeimmät tehtävät ovat varmistaminen ja koordinointi. Ja varmistaminen nimenomaan siksi, että kun kyseessä on teemasta toteutukseen -tapahtuma ja jossa on liikkuvia osia, ihmisiä ja välineitä, niin riski inhimillisille unohduksille kasvaa. On myös muistettava kysyä oikeita kysymyksiä ja kuunnella tarkkaavaisesti saatuja vastauksia. (Vallo & Häyrinen 2003, 249–251.)

Tapahtuman suunnitteluryhmä

Tapahtuman suunnitteluryhmä, jota usein kutsutaan myös nimellä projektiryhmä tai järjestelytoimikunta, koostuu eri osa-alueiden vastuuhenkilöistä. Hyvin toimiva järjestelytoimikunta on täynnä innostuneita asiantuntijoita, jotka suunnittelevat, toteuttavat, valvovat ja kehittävät oman vastuualueensa toimintaa. He myös rekrytoivat oman henkilökuntansa ja sen toiminnan. (Iiskola-Kesonen 2004, 31.) Suunnitteluryhmä toimii tapahtumapäällikön alaisuudessa ja se voi koostua hyvinkin monen eri tahon edustajista. Siinä voi olla esimerkiksi ihmisiä omasta organisaatiosta, yhteistyökumppaneista tai tapahtumatoimistosta. (Vallo & Häyrinen 2003, 253.)

Järjestävä organisaatio on vastuussa tapahtumasta. Jos organisaatio järjestää esimerkiksi messut tai muun tapahtuman, on se järjestävänä tahona vastuussa siitä kokonaisuudesta ja vaikutelmasta, joka osallistujille jää mukana olostaan. Millainen elämys tapahtuman osallistujille jäisikään, jos jokainen järjestäjä yrittäisi vain vetää niin sanotusti omaan pussiinsa, huolimatta siitä ajatuksesta, että kyseessä on yksi yhtenäinen, yhteinen tapahtuma! (Vallo & Häyrinen 2003, 245–246.)

Tapahtumaorganisaatiolla on oltava siis aina yksi yhteinen tavoite: onnistunut tapahtuma. Tämä tavoite ei muutu missään vaiheessa, vaikka olosuhteet tapahtuman ympärillä muuttuisivatkin. Tapahtumaorganisaatio ei milloinkaan ole pysyvä, vaan se koostuu jäsentensä taidoista, kyvyistä ja luonteen piirteistä. Näin jokainen tapahtumaprosessi on ainutlaatuinen. (Iiskola-Kesonen 2004, 34.)

3.3.2 Aikataulutus

Tapahtuman onnistumisen hoitamiseen kuuluvat seuraavat tehtävät:

- tehtävien listaamien
- tehtävien sijoittaminen tapahtumakalenteriin tai muuhun laadittuun aikatauluun
- aikatauluseuranta.

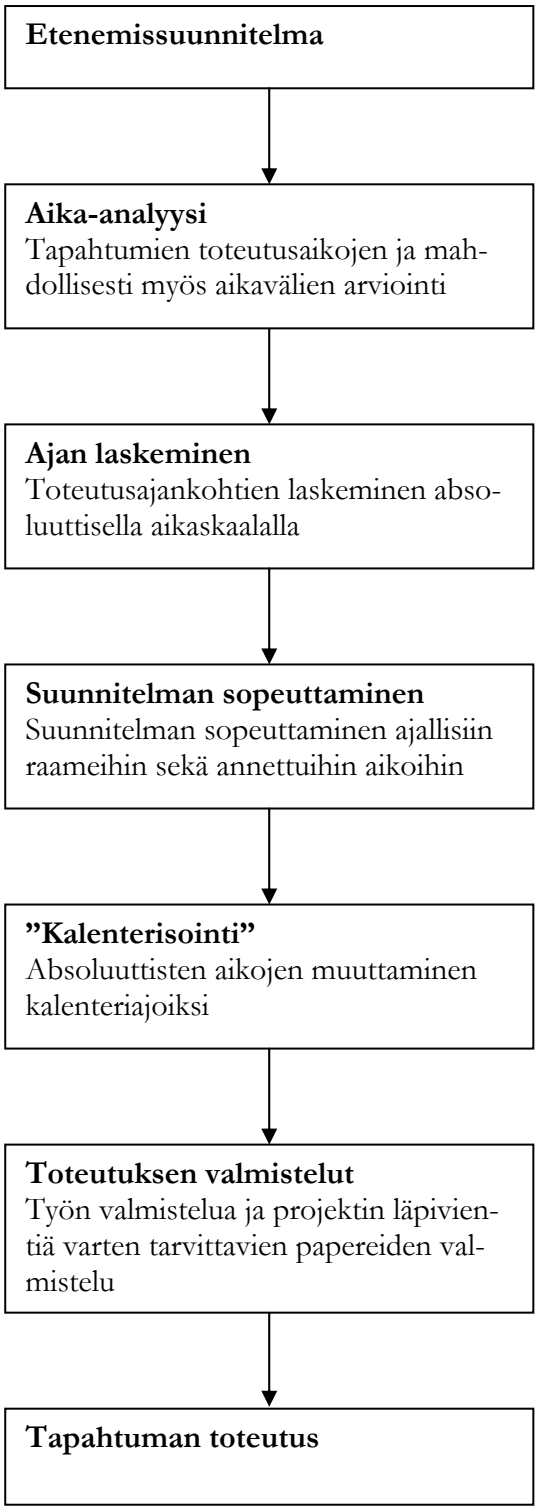
Tapahtuman onnistumisen kannalta on tärkeää laatia tarkka työskentelyaikataulu. Aikatauluun voi listata kaikki tiedossa olevat tehtävät. Suunnittelussa kannattaa lähteä tapahtuma-ajankohdasta taaksepäin ja arvioida montako päivää, viikkoa, kuukautta ja vuotta aikaisemmin kunkin tehtävän on oltava valmiina. Kalenterin laatiminen ja seuranta auttavat pysymään aikataulussa. Aikataulun mukaan tehdään myös tarkempi markkinointi- ja tiedotussuunnitelma. (Rautiainen & Siiskonen 2002, 111.)

Ajanhallinta

Kaikki tulevaisuuteen suunnatut aikataulut on käsiteltävä varauksella. Alustavasti asetetut ajat ovat lopullisen toteutuksen kannalta vain arviointeja. Siksi usein käy niin, että tapahtuman suunnittelu saadaan suhteellisen harvoin suunnitellussa ajassa saatetuksi loppuun. (Jaworski 2004.)

Aikasuunnitelma sisältää kaikki tärkeät tiedot tapahtuman suunnittelun ajallisesta kulusta. Se ei kuitenkaan välttämättä sovi pohjaksi järjestelyille, koska yksittäiset työntekijät eivät välttämättä tarvitse koko tapahtumaprosessin aikataulua. Useimmiten on tarpeellista tehdä osasuunnitelmia tai yksittäisiä listoja kyseisille työntekijöille. Aikasuunnitelman absoluuttiset ajat ovat vaikeita toteuttaa ja ne onkin järkevää muuttaa kalenteriajoiksi. Absoluuttisella ajalla tarkoitetaan aikaa itsessään. Absoluuttinen aika lasketaan tapahtuman alkamispisteestä päättymispisteeseen. Kalenteri on päivien, kuukausien tai vuosien sarja ja kalenteriajalla tarkoitetaan kalenterin mukaista aikaa. (Jaworski 2004.)

Tapahtuman johdon kannalta on aikasuunnitelma paras mahdollinen tapa esittää ajan suunnittelu, vaikka usein käytetään niin sanottua normaalia kalenteria, joka määrittää vuoden pituuden ja jaon. Kun tapahtumalle laaditaan aikasuunnitelmaa, voidaan perusajatuksena pitää sitä, että suunnitteluryhmän täytyy määrittää, milloin tapahtuman suunnittelun pitää aikaisintaan ja viimeistään alkaa ja milloin sen pitää aikaisintaan ja viimeistään loppua. Seuraavassa on esitetty aikasuunnitelman menettelymalli. (Jaworski 2004.)



Kuvio 5. Aikasuunnitelmamenettelymalli (Jaworski 2004.)

3.3.3 Markkinointi

Onnistuakseen yleisötapahtuma edellyttää kaikkien osien ja elementtien onnistumista. Markkinoinnin tavoitteena on saada tapahtuma kaupaksi. Hyvä ja korkeatasoinenkaan tilaisuus ei todennäköisesti onnistu, jos paikalle ei saada riittävästi yleisöä ja osallistujia. Siinä tapauksessa myös tapahtuman taloudellinen puoli epäonnistuu ja tapahtuma tuottaa järjestäjilleen tappiota. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 113.) Kauhasen, Juurakon ja Kauhasen mukaan (2002, 113) tapahtuman markkinoinnin kannalta on keskeistä huomioida seuraavat asiat:

- kohderyhmä
- tapahtuman imago ja sisältö
- myyntikanava
- pääsylipun hinta
- kilpailevat asiat
- ajankohta.

Tapahtuma pitäisi osata markkinoida oikealle kohderyhmälle, oikealla imagolla, oikeaan hintaan ja oikeaan aikaan huomioon ottaen kilpailevat seikat. Tämä tuntuu hyvin loogiselta ja järkeen käyvältä, mutta käytännössä se ei sitä läheskään aina ole. Jo pelkästään oikean kohderyhmän määrittely, segmentointi, saattaa olla vaikeaa. Varsinkin nykyään yleisön iästä, tulotasosta tai asuinpaikan sijainnista ei välttämättä pysty päättelemään heidän musiikkimakuaan, taidemakuaan tai kiinnostuksen kohteitaan. Kun oikea kohderyhmä on mietitty, tieto tapahtumasta pitää jollakin keinolla toimittaa heille ja luoda heille edellytykset hankkia tapahtumaan oikeuttava pääsylippu mahdollisimman helposti tai luoda muuten helposti tavoitettavat tapahtumaolosuhteet. Tässä on nimenomaan kyse markkinoinnista ja myynnistä. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 113.)

Tapahtuman markkinoinnin tavoitteet olisi hyvä määritellä selkeästi. Ne voivat olla mm. imagollisia, laadullisia tai taloudellisia. Markkinointi ei kuitenkaan saa olla itsetarkoitus, vaan ainoastaan keino saavuttaa tapahtuman tavoitteet. Vaikka kaikki tiedot kohderyhmästä ja

heidän tarpeistaan ovat hyödyllistä tietoa tapahtuman kehittämisessä, ovat ne vasta osa tapahtuman markkinointia. Tapahtuman markkinointiin kuuluvat myös sisäinen ja ulkoinen markkinointi sekä vuorovaikutusmarkkinointi. (Iiskola-Kesonen 2004, 56.)

Sisäinen markkinointi

Iiskola-Kesonen (2004, 56) kuvaa sisäisen markkinoinnin olevan sitä, kuinka tapahtuma ja sille asetetut tavoitteet markkinoidaan itse tapahtuman tekijöille, sisäinen markkinointi luo yhteen kuuluvuuden tunnetta ja sitouttaa henkilöstöä. Tapahtumassa, jonka tekijät ovat vapaaehtoisia, sisäinen markkinointi on erityisen tärkeää. Kun se on onnistunut, talkoolaiset puhuvat tapahtumasta myönteisesti jo ennen tapahtumaa. Sen avulla luodaan tapahtumaan myös hyvää ilmapiiriä, joka parantaa talkoolaisten viihtymistä. Sisäinen markkinointi on enemmän kuin tapahtuman markkinointia. Se on johtamistapa, jonka tavoitteena on, että tapahtuman koko henkilökunta osaa palvella asiakkaita hyvin. Sen avulla perehdytetään henkilökuntaa tapahtuman tavoitteisiin ja toimintatapoihin. (Iiskola-Kesonen 2004, 56, 58.)

Ulkoinen markkinointi

Ulkoinen markkinointi on näkyvintä ja sen toimenpiteet keskittyvät usein myyntiin ja myynnin edistämiseen. Siinä käytetään hyväksi myös mainontaa ja suhdetoimintaa. Ulkoinen markkinointi luo odotuksia tulevaa tapahtumaa kohtaan. (Iiskola-Kesonen 2004, 56.)

Vuorovaikutusmarkkinointi

Ihmisten välinen kanssakäyminen on vuorovaikutusmarkkinointia. Asiakaspalvelutehtävissä oleva henkilö markkinoi aina tapahtumaa omalla käytöksellään ja olemuksellaan. Myös erilaiset palautejärjestelmät ovat hyviä apukeinoja vuorovaikutusmarkkinoinnissa. (Iiskola-Kesonen 2004, 57.)

Markkinointi mix

Markkinointi mix eli niin kutsuttu 4P-malli kuvaa niitä neljää olennaista tekijää, jotka on otettava huomioon, kun jotakin tapahtumaa markkinoidaan. Neljä P:tä ovat Product (tuote), Pri-

ce (hinta), Place (paikka/saatavuus) ja Promotion (viestintä). Hyvä tapahtuman järjestäjä pitää tasapainossa nämä kaikki osa-alueet.

- Tuote

Tuote on tapahtumien markkinoinnissa lopputulos eli itse tapahtuma, seminaari, esitys tai muu sellainen. Tuotteeseen sisältyvät myös välilliset, tapahtumaa tukevat elementit, kuten ohjelmat ja esitelmät. Tapahtuman tuotteet ja tuoteratkaisut muodostavat sen tarjonnan, jonka avulla vieraiden ja osallistujien tarpeet pyritään tyydyttämään.

- Hinta

Hinnalla tarkoitetaan sitä rahasummaa, jonka vieraat maksavat sisäänpääsystään tai osallistumisestaan tapahtumaan.

- Saatavuus / Jakelu

Hyvin ja tehokkaasti hoidettu saatavuus tarkoittaa sitä, että tapahtuma on saatavilla oikeassa paikassa, oikeaan aikaan, kohtuullisella hinnalla ja mahdollisimman helposti. Saatavuus tapahtuman markkinoinnissa käsittää monta eri osa-aluetta, kuten kuljetus, kartat, parkkipaikat, alue ja majoitus.

- Markkinointiviestintä

Markkinointiviestintä käsittää tapahtuma markkinoinnissa muun muassa suhteet mediaan, logon ja mainonnan. Markkinointiviestinnän tarkoituksena on informoida asiakasta siitä, mitä tuotteita tapahtuma tarjoaa, millä hinnalla ja miten ne voi hankkia. Se sisältää myyntityötä, mainontaa ja suhdetoimintaa. (Watt 1998, 66.)

Tapahtumamarkkinointi

Markkinoinnin välineet jaetaan Vallon ja Häyrisen (2003, 31) mukaan perinteisesti neljään kategoriaan:

1. mainonta
2. henkilökohtainen myyntityö (personal selling, PS)

3. menekinedistäminen (sales promotions, SP)

4. suhde- ja tiedotustoiminta (public relations PR and publicity).

Tapahtumamarkkinointi on uusi markkointiviestinnän väline, joka usein sekoitetaan tapahtuman markkinointiin tai sponsorointiyhteistyöhön. Tapahtumamarkkinointi voi kylläkin sisältyä niihin molempiin, mutta ne ovat eri markkinointivälineitä. Tapahtumamarkkinointi tarkoittaa tapahtuman ja markkinoinnin yhdistämistä. Tapahtumamarkkinointiin kuuluvat ne kaikki tapahtumat, joissa yritys markkinoi tai edistää tuotteidensa myyntiä. Hyvästä tapahtumasta löytyy myös monipuoliset mahdollisuudet tapahtumamarkkinointiin. Usein tapahtumamarkkinoinnin keinot voivat olla ravintolapalveluita, VIP-palveluita tai pääsylippuja. (Iiskola-Kesonen 2004, 60.)

Perinteisesti ajateltuna tapahtumamarkkinointi mielletään kuuluvaksi suhde- ja tiedotustoimintaan. Osa organisaatioista mieltää tapahtumat edelleenkin osaksi suhdetoimintaa. Sen vuoksi niille ei ole asetettu selkeämpiä tavoitteita. Nykyaikaisessa tapahtumamarkkinoinnissa lähestytään asiaan monimuotoisemmin. Tapahtuma on parhaimmillaan ihmisen syvimpään tunteeseen vaikuttamista. Tapahtumamarkkinointi on myös yhä enemmän osa henkilökohtaista myyntityötä, mutta sen lisäksi menekin edistämistä sekä suhde- ja tiedotustoimintaa. (Vallo & Häyrinen 2003, 31–32.)

Tapahtuma personoi järjestävän organisaation ja sen edustajat. Tässä piileekin tapahtumamarkkinoinnin vaara ja viehätys. Onnistuessaan tapahtuma luo organisaatiosta ja työntekijöistä miellyttävän kuva. Jos tapahtuma tavalla tai toisella epäonnistuu, tapahtumasta jää negatiivinen mielikuva, joka heijastuu jälkeenpäin koko järjestävän organisaation toimintaan, tuotteisiin, palveluihin ja henkilöstöön. Jokaisessa tapahtumassa on aina kyseessä siis myös järjestävän organisaation maineesta. Yrityksessä tapahtumamarkkinoinnin tavoitteena on tehdä tapahtumamarkkinoinnista kilpailukeino, jolla erottaudutaan myönteisesti kilpailijoista. Yhdistyksessä tapahtumamarkkinoinnin tavoitteena on tehdä tunnetuksi järjestön toimintaa ja tuoda laadukkaasti esille toiminnan merkitystä suurelle yleisölle. (Vallo & Häyrinen 2003, 32–33.)

3.3.4 Resurssit

Resursseja ovat esimerkiksi raha, henkilöiden työpanokset, koneet, laitteet, tilat ja materiaalit. Resurssiohjauksella tarkoitetaan sitä, että tarvittavat voimavarat ovat käytettävissä silloin, kun niitä tarvitaan.

Onnistunut tapahtuma ei voi toteutua ilman riittävää rahallista tukea. Suurin ja ehkä jopa yleisin virhe, mitä voi tapahtuman järjestämisessä tehdä, on se, ettei turvata heti suunnittelun alkumetreillä tarvittavien resurssien määrää. Jos suunnitelmat on jo alun perin tehty ylittäen käytettävissä olevat resurssit, saattaa tapahtumasta tulla epäonnistunut ja heikkotasoinen. Järjestäjien olisi hyvä muistaa tämän takia kaksi asiaa. Ensinnäkin saattaa olla parempi luopua koko tapahtuman järjestämisestä jo alkumetreillä, jos näyttää siltä, että vähäisten resurssien takia on tapahtumasta tulossa epäonnistunut. Toiseksi on kuitenkin muistettava se, että kaikki tapahtumat, varsinkin paikallisella tasolla, eivät välttämättä tarvitse kovin suuria resursseja toteutuakseen. (Watt 1998, 44.)

Rahoitus

Resurssienohjauksesta hyvänä esimerkkinä on mahdollisten rahavirtojen ohjailu. Yleensä tapahtuman tulot muodostuvat pääsylipputuloista, oheistuotteiden myynnistä, julkisista tuista ja sponsorituloista. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 104.) Tapahtumaan käytettävissä oleva raha on hyvä määritellä edes suurin piirtein jo tapahtuman järjestämistä harkittaessa, sillä tapahtumiin saadaan kulumaan rahaa aina niin paljon kuin sitä on käytettävissä. Halvimmillaan tapahtuma toteutetaan mahdollisimman pitkälle oman henkilökunnan voimin, ja jos rahaa on käytössä hieman enemmän, jo tilaisuuden suunnitteluvaiheessa voidaan turvautua erityisen tapahtumatoimiston apuun. Tapahtuman budjettia laadittaessa on hyödyllistä tarkastella aikaisempia vastaavia projekteja, jotta saadaan realistinen pohja omalle budjetoinnille. Hyvän tunnelman luominen ja esimerkiksi maistuvan tarjoilun aikaansaaminen ei kuitenkaan välttämättä ole kiinni suuresta rahapussista. Tulee kuitenkin aina muistaa, että pieni budjetti pitää ottaa suurena haasteena. (Vallo & Häyrinen 2003, 165–167.)

Henkilöresurssit

Yleensä henkilöresurssit koostuvat tapahtumissa palkatuista työntekijöistä sekä talkooväestä. Palkattujen ja talkooväen välille tulee tehdä selkeä ero, sillä jos talkoilla työskentelevät alkavat kuvitella, että jotkut heistä saavat palkkaa työstään, heiltä katoaa työmotivaatio. Palkatut työntekijät myyvät työtään, mutta talkooväen motivaatio lähtee innostuksesta ja kiinnostuksesta tapahtuman sisältöön. Toisaalta talkooväkikin olisi hyvä palkita tavalla tai toisella. Pienikin palkkio, esimerkiksi henkilöstön juhlat, voivat motivoida talkoolaisia työskentelemään entistä innokkaammin ja motivoituneemmin tapahtuman hyväksi. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 105.)

Talkoilla työskentelevät toimivat tapahtuman hyväksi omasta tahdostaan, vapaaehtoisesti. Vapaaehtoistyön perustana on toimiminen palkatta jonkin asian puolesta. Sen taustaajatuksena on vapaaehtoistoiminnan hyödyllisyys yhteisölle, ei materiaalisen tai taloudellisen hyödyn tavoittelu. Vapaaehtoistyössä painotetaan yksilön toimintaa. Yksilö tekee ratkaisun ryhtyä vapaaehtoiseksi, vaikka hän kuitenkin toimii laajemmassa organisaatiossa. Vapaaehtoistoiminta tarjoaa yksilöille mahdollisuuksia osallistua laajemman organisaation toimintaan. (Suomen Punainen Risti ym. 2005, 7.)

Vapaaehtoisesti työskentelevien motivointiin, koulutukseen ja jaksamiseen täytyy kiinnittää huomiota siinä missä palkattujenkin työntekijöiden. Vapaaehtoisesti töihin lähdetään monista eri syistä, mutta usein kuitenkin odotetaan mielekästä, organisoitua toimintaa. Kun vapaaehtoisten odotukset täyttyvät, he sitoutuvat toimintaan. Vapaaehtoisilla on erilaisia motiiveja lähteä tekemään töitä talkoilla. Joillekin pelkkä tekemisen kaipuu saattaa olla riittävä syy, toisilla syynä on kokeilunhalu tai omiin kiinnostuksen kohteisiin liittyvät motiivit. (Suomen Punainen Risti ym. 2005, 9–10.)

Kun samassa organisaatiossa on vapaaehtoistyöläisiä ja palkkatyöläisiä rinnakkain, on tärkeää tehdä koko organisaatiolle selväksi, että siinä toimii monenlaisia ihmisiä, jotta epäselvyyksiltä vältyttäisiin. Rinnakkain palkkatyötä tekevien ja vapaaehtoisten oikeudet ja vastuut täytyy myös määritellä tarkasti. Palkkatyötä ja vapaaehtoistyötä ei tule kuitenkaan nähdä keskenään kilpailevina, vaan toisiaan täydentävinä. (Suomen Punainen Risti ym. 2005, 16.)

Vapaaehtoisia pitäisi hankkia vain silloin, kun tekemistä on jo valmiiksi tarjolla. Näin ei tukahduteta ihmisten kiinnostusta. Vapaaehtoisten rekrytointi kannattaa aloittaa tarvekartoi-

tuksella. Rekrytoinnissa voidaan käyttää yleistä hakua paikoissa, joissa ihmiset paljon liikkuvat tai kohdennettua hakua, joka on usein henkilökohtainen kontakti. Olennaista vapaaehtoisten hankinnassa on, että potentiaalisen vapaaehtoisen pitää tuntea, että hänen työpanoksensa on tärkeä ja juuri häntä tarvitaan. Tapahtumia järjestettäessä kuitenkin kaikki vapaaehtoinen talkootyövoima on lähes poikkeuksetta tarpeen, joten tarvekartoituksiin on turha silloin ryhtyä. (Suomen Punainen Risti ym. 2005, 32–39.)

Vapaaehtoisten huoltamiseen tulisi kiinnittää huomiota, heidät saadaan näin huomaamaan oman läsnäolonsa tärkeys. Jos vapaaehtoinen kokee annetut tehtävät vähäarvoisiksi tai muut organisaation toimijat eivät arvosta niitä, innostus työtä kohtaan hiipuu. Vapaaehtoistoiminnan haasteena onkin löytää eri ihmisille sopivan kokoisia tehtäviä, joista he pystyvät suoriutumaan, mutta jotka eivät kuitenkaan osoittaudu liian helpoiksi ja vähäarvoisiksi. (Suomen Punainen Risti ym. 2005, 44–45.)

Vuonna 2005 on verohallintolaissa säädetty talkootyönverotuksesta niin, että se oikeastaan koituu talkootöitä käyttävien tapahtumanjärjestäjien hyväksi. Perinteisen talkootyön käyttö on lain perusteella verotonta, jos se vain on tilapäistä ja selvästi rajatun tehtävän suorittamista. Talkootyöllä tarkoitetaan yleensä toisen lukuun korvauksetta tehtävää työtä. Talkoilla tehtävä työ on ”jokamiehentyötä”, joka ei edellytä erityistä ammattitaitoa tai pätevyyttä. Talkootyö ei siten vaativuudellaan rajoita kenenkään osallistumista talkoisiin. (Verohallinto 2006.)

Henkilöstöresurssien ohjaamiseen kuuluu se, että oikeanlaisia henkilöitä on riittävästi paikalla oikeaan aikaan. Ellei väkeä ole tarpeeksi käytettävissä juuri oikeana ajankohtana, työt kasaantuvat ja osa henkilöstöstä joutuu tekemään ylitöitä. Ylityöt aiheuttavat taas puolestaan lisäkustannuksia. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 105.) Töiden kasaantumisesta aiheutuu myös turhaa kiirettä ja talkootyöläisten kohdalla liialliset ylityöt saattavat aiheuttaa uupumusta ja motivaation katoamista työtä kohtaan.

Henkilöstöresursseissa tulee huomioida riittävän työvoiman määrän lisäksi myös työn laatu. Kaikkien ei tarvitse tietää kaikkea, mutta kaikkien on tiedettävä, mistä lisätietoa saa. Yleisön palvelu on ensi sijainen tehtävä eikä yleisölle saa antaa missään vaiheessa sellaista kuvaa, ettei heistä huolehdittaisi riittävän hyvin. Kaikkien asiakaspalvelussa olevien tapahtuman järjestäjien on oltava oikealla asenteella mukana, sillä heidän asenteensa vaikuttaa yleisön mielialaan ja myös mielikuvaan itse tapahtumasta. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 105.)

Muut resurssit

Muita tapahtumassa tarvittavia resursseja ovat muun muassa koneet, laitteet, tilat ja materiaalit. Niiden hankintoja mietittäessä kannattaisi olla selvillä se, aiotaanko tapahtumaa jatkaa useamman kerran vai onko kyseessä vain kertaluontoinen tapahtuma. Jos tähtäimessä on useampikertainen tai useampivuotinen tapahtuma, voidaan miettiä, ostetaan vai vuokrataanko koneet ja laitteet. Useampivuotisessa käytössä saattavat joidenkin laitteiden, koneiden tai materiaalien hankinnat tulla edullisemmiksi kuin vuokraaminen. Kustannukset jakaantuvat tällöin useammalle vuodelle, vaikkakin hankintakulut tulevat vain ensimmäiselle vuodelle. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 106–107.)

3.4 Tapahtuman johtaminen

Tapahtuman toteutus mittaa organisaation johtajan ammattitaidon. Hänen vastuullaan on, että kaikki sujuu suunnitelmien mukaan, ja että aikataulu pitää. Koko tekijäjoukolle ja kaikille talkoolaisille on tärkeää luoda miellyttävä ilmapiiri ja tunnelma, joka innostaa heitä viihtymään työtehtävissään tarvittavan ajan. Tapahtuman pyörähtäessä käyntiin on kaiken oltava valmista ja jos jonkinlaisia ongelmatilanteita tulee, on työntekijöiden etukäteiskoulutuksen ja perehdyttämisen oltava niin perusteellista, että he selviävät näistä ongelmatilanteista pääsääntöisesti itse. (Iiskola-Kesonen 2004, 11.)

Tapahtuman johtaja ei saisi kiinnittää itseään mihinkään kiinteään tehtävään tapahtuman ajaksi. Hänen tulisi pystyä tarkkailemaan koko tapahtuman ajan sen onnistumista ja samalla kannustaa työntekijöitä tehtävissään. Hänen tulee olla myös valmiustilassa ratkomaan ongelmatilanteita, jos työntekijät eivät niistä itse selviä. Johtajan on koko ajan säilytettävä rauhallisuutensa ja oltava esimerkkinä työntekijöille. Jos tapahtuman kulisseissa on kriisitilanteita, ne eivät saa näkyä yleisölle tai asiakkaille ja niiden ratkomisessa on tapahtuman johtajan oltava mukana. (Iiskola-Kesonen 2004, 11.)

3.4.1 Johtajuus

Johtajuus voidaan tiivistää kolmeen kohtaan:

1. toiminnan suuntaviivojen määrittäminen
2. kyky saada ihmiset mukaansa
3. kyky saada ihmiset tekemään työtä tavoitteiden saavuttamiseksi.

Johtajan tärkeimpänä tehtävänä on sopeuttaa, tehostaa ja muuttaa toimintaa koko ajan sen mukaisesti, mitä ympäristössä tapahtuu. Johtajan täytyy reagoida tapahtuman ympärillä tapahtuviin asioihin. Nykyään johtajuuden tärkeimpiin välineisiin kuuluu tehokas kommunikointi. On kuulosteltava ilmapiiriä ja eri tahojen näkemyksiä. Johtajan on oltava vakuuttava ja kyettävä antamaan hyvät perustelut tehdyille päätöksille ja toiminnan suuntaviivoille. (Karlöf 1999, 114.)

Strateginen johtaminen

Strategisella johtamisella tarkoitetaan kykyä tarkastella toimintaa pitkäjänteisesti ja kokonaisvaltaisesti. Monesti johtajuuden käsitteellä viitataan vain pehmeisiin muuttujiin eli kykyyn innostaa ihmisiä ja saada heidät mukaan. Siihen ei useinkaan sisällytetä strategista kyvykkyyttä, toisin sanoen kykyä arvioida liiketoiminnallisia tilanteita oikein ja tehdä menestyksekkäitä päätöksiä toiminnan tulevasta suunnasta. (Karlöf 1999, 114–116.)

3.5 Luvat, ilmoitukset ja turvallisuussuunnitelma

Olipa kyseessä sitten minkä kokoinen, pienelle tai suurelle yleisölle suunnattu tapahtuma, on järjestäjän ennen tapahtumaa otettava selville, mitä kaikkia lupia ja ilmoituksia hänen on tapahtumaan ja sen toteuttamiseen liittyen tehtävä. Tarvittaviin lupiin ja ilmoituksiin vaikuttavat muun muassa seuraavat seikat: tapahtuman koko ja kohderyhmä, onko tapahtumassa elintarvikkeiden tai alkoholin tarjoilua sekä tapahtumapaikka.

3.5.1 Luvat

Maanomistajat

Jollei tapahtumaa järjestetä tapahtumanjärjestäjän omistamilla mailla, on kaikkiin ulkoilmatapahtumiin saatava maanomistajan lupa. Yksityisillä alueilla on lupa saatava alueen omistajilta. Kaupunkien ja kuntien omistamiin alueisiin kuten kadut, torit ja puistot saadaan lupa yleensä ottamalla yhteyttä kyseisen kaupungin tai kunnan kiinteistövirastoon. (Vallo & Häyrinen 2003, 248.) Jos tapahtuma-alueella sijaitsevia rakennuksia käytetään, on lupa myös niiden käyttöön kysyttävä.

Anniskelulupa

Mikäli tapahtumassa aiotaan anniskella alkoholijuomia, on Lääninhallitukselta anottava siihen lupa. Tilapäinen anniskelulupa myönnetään tilaisuuksiin ja tapahtumiin enintään yhden kuukauden ajaksi. Vaatimukset hakijan ammattitaidosta, henkilökunnasta ja anniskelupaikan sijainnin asianmukaisuudesta ovat samat kuin toistaiseksi myönnettävissä luvissa. Lupahakemuksen käsittelyssä arvioidaan tilaisuuden luonne, paikan sopivuus sekä anniskelujärjestelyt. Tilapäisen tilaisuuden ohjelma tulee liittää hakemukseen, samoin piirros anniskelualueesta. Tapahtuman tilojen on todisteellisesti oltava järjestäjän hallinnassa tilaisuuden ajan. Järjestäjän tulee lisäksi osoittaa, että osallistujille on varattu riittävät saniteettitilat. Tilapäisestäkin tilaisuudesta tulee tehdä selvitys majoitus- ja ravitsemisliiketoiminnan aloittamisesta tapahtumapaikkakunnan kihlakunnan poliisilaitokselle ja ilmoitus kunnan terveydensuojeluviranomaiselle. Mikäli tilapäinen anniskelulupa myönnetään, tulee tapahtuman ostot tehdä tilapäisen luvan numerolla. Tilaisuuden anniskelutoiminnasta on raportoitava neljännesvuosi-ilmoituslomakkeella lääninhallitukselle kahden viikon kuluessa. Tilaisuudesta varastoon jääneet juomat voidaan joko myydä toiseen anniskelupaikkaan tai mahdollisuuksien mukaan palauttaa tukkumyyjälle. (Länsi-Suomen lääninhallitus 2006.)

Tienvarsimainonta

Tiehallinto ohjaa tiealueella ja sen läheisyydessä ulkopuolisia toimijoita lupapäätöksillä ja sopimuksilla. Tienvarsimainonta on kiellettyä nimenomaan tiealueella. Tiealue ulottuu maan-

tien sivuojan takaluiskan taakse kahden metrin päähän. Tiehallinnon lupapäätökset ovat pääsääntöisesti maksullisia ja niistä peritään liikenne- ja viestintäministeriön säätämä lupamaksu. Ulkomainontaa koskevat säännökset kuuluvat maantielakiin. Tarpeellisiksi katsotuille mainoksille voi Tiehallinto myöntää poikkeusluvan. Tiealueen ulkopuolellakin mainosten asettaminen edellyttää poikkeuslupaa. Harkituin perustein voidaan poikkeuslupa myöntää mainokselle, joka ei vaaranna liikenneturvallisuutta ja on ympäristön kanssa sopusoinnussa. Ulkomainontakielto ei koske kokous-, tiedotus- ja huvitilaisuuksia, vaaleja koskevaa ilmoittelua eikä myöskään rakennuksessa tai sen läheisyydessä tapahtuvaa ilmoittelua paikalla harjoitettavasta toiminnasta. Asemakaava-alueen ulkopuolella lupakäsittelystä vastaa Tiehallinto. Asemakaava-alueella lupaviranomainen on Tiehallinto tai kunta. Mainoslaitteen sijoittamiseen tarvitaan aina myös maanomistajan lupa. (Tiehallinto 2006.)

3.5.2 Ilmoitukset

Poliisi

Yleisötilaisuudella tarkoitetaan kokoontumislaissa yleisölle avoimia huvitilaisuuksia, kilpailuja näytöksiä ja muita niihin rinnastettavia tilaisuuksia, jotka eivät ole yleisiä kokouksia. Yleisötilaisuuden järjestämisestä on tehtävä kirjallinen ilmoitus järjestämispaikan poliisille. Poikkeuksen muodostavat yleisötilaisuudet, jotka osanottajien vähäisen määrän, tilaisuuden luonteen tai järjestämispaikan vuoksi eivät edellytä toimia järjestyksen ja turvallisuuden ylläpitämiseksi tai sivullisille ja ympäristölle aiheutuvan haitan estämiseksi tai erityisiä liikennejärjestelyjä. Poliisi voi tarvittaessa antaa ennakolta tai tilaisuuden aikana ohjeita tai määräyksiä kokoontumislaissa mainituista seikoista. Poliisi voi kokoontumislaissa säädetyin edellytyksin kieltää, estää, keskeyttää tai määrätä yleisötilaisuuden päättymään. (Iiskola-Kesonen 2004, 87.)

Ilmoitus yleisötilaisuudesta on tehtävä vähintään viisi vuorokautta ennen tilaisuuden alkamista. Yleisötilaisuudesta ilmoitettaessa on oltava mukana yleisellä paikalla järjestettävää yleistä kokousta koskeva ilmoitus täytettynä. Ilmoituksen tulee sisältää muun muassa järjestäjän tiedot, tilaisuuden tarkoitus, paikka ja alkamis- sekä päättymisaika, tilaisuuteen asetetut järjestyksen valvojat, tilaisuudessa käytetyt rakennelmat ja muut erityisvälineet, anniskelu ja musiikki sekä yhteyshenkilö ja hänen yhteystietonsa. (Iiskola-Kesonen 2004, 87.)

Gramex

Kun äänitemusiikkia esitetään yleisölle avoimissa tiloissa tai tilaisuuksissa, siitä maksetaan korvaus Gramexille. Soittotekniikalla eli sillä, soiko musiikki esimerkiksi äänilevyltä, tietokoneelta, nauhalta tai televisiosta, ei ole väliä. Gramexilla on omat hinnastonsa yleisötilaisuuksien järjestäjille ja niille, joilla soi musiikkia lähinnä liike-, asiakas- ja työtiloissa tai puhelinvaihteessa. Gramex-korvauksen suuruus määräytyy seuraavien seikkojen perusteella: onko äänitemusiikin käyttö pääasiallista (disko ynnä muut sellaiset tilaisuudet) vai käytetäänkö sitä väliaika- tai taustamusiikkina, peritäänkö tilaisuudesta pääsymaksu vai onko se maksuton ja mikä on tilan suurin sallittu henkilömäärä. Mikäli tilaisuus on avoin ulkotilaisuus, järjestäjän tulee itse arvioida osallistujamäärä. Tilaisuuksien järjestäjät jakaantuvat kahteen ryhmään: tilaisuuksia satunnaisesti järjestäviin ja tilaisuuksia säännöllisesti järjestäviin. Säännöllisesti järjestävälle sopii parhaiten musiikinkäyttösopimus ja satunnaisesti järjestävälle tilaisuuskohtainen hinta. (Gramex 2006.)

Teosto r.y.

Teosto r.y. on säveltäjien, sanoittajien, sovittajien ja musiikinkustantajien yhteinen tekijänoikeusjärjestö. Jos yleisötapahtumassa soitetaan tai esitetään musiikkia, täytyy Teostolle suorittaa siitä määrätty maksu. Teostolla on olemassa useita erilaisia lupavaihtoehtoja. Esimerkiksi pienlupa on siinä tapauksessa hyvä, jos tapahtuma järjestetään alle 10 kertaa vuodessa ja kunakin kertana tapahtumaan osallistuu alle 200 kävijää. Teosto myöntää edustamiensa tekijöiden ja kustantajien puolesta lupia musiikin käyttöön radio- ja televisioyhtiöille, konserttien ja muiden tapahtumien järjestäjille, ravintoloille, myymälöille sekä muille musiikkia käyttäville yrityksille ja yhteisöille. Teoston tehtävänä on kerätä musiikin esittämisestä ja tallentamisesta korvaukset, jotka ohjataan säveltäjille, sanoittajille, sovittajille ja musiikinkustantajille kotimaahan ja ulkomaille. (Teosto r.y. 2006.)

Elintarvikkeiden tilapäinen myynti ja tarjoilu

Jos elintarvikkeita myydään tilapäisesti tapahtuman aikana, tulee tilapäisestä myynnistä tehdä ilmoitus hyvissä ajoin (vähintään 1 viikko) ennen myyntitapahtumaa kunnan terveydensuojeluviranomaiselle. Ilmoitus tehdään lomakkeella, jota voi noutaa paikallisista terveysvalvontatoimistoista. Lomakkeiden palautus on yleensä samaan paikkaan tai lomakkeessa on erikseen

mainittu palautuspaikka. Elintarvikkeiden myyjillä on viime kädessä vastuu myymänsä elintarvikkeen laadusta. (Elintarviketurvallisuusvirasto 2006.)

Meluilmoitus

Missä on musiikkia, siellä on myös melua. Kuntien ja kaupunkien järjestyssäännöt asettavat rajoituksia melun tasolle ja ajankohdalle. Tapahtumassa tulee järjestää äänentoisto niin, että esiintyjille, järjestäjille tai yleisölle ei muodostu riskiä saada kuulovaurio. Melua aiheuttavasta tapahtumasta tulee tehdä meluilmoitus viimeistään 30 vuorokautta ennen tapahtumaa paikkakunnan ympäristönsuojeluviranomaisille. (Ympäristöministeriö 2006.)

3.5.3 Turvallisuussuunnitelma

Tapahtuman turvallisuudesta vastaa tapahtuman järjestäjä, jonka toimintaa säätelevät monet turvallisuutta koskevat lait. Kokoontumislaki ja laki järjestyksenvalvojista säätelevät tapahtuman järjestämistä. Pelastuslaki velvoittaa tapahtumanjärjestäjän ehkäisemään vaaratilanteita ja varautumaan vaaroihin sekä niiden vaatimiin pelastustoimenpiteisiin. Terveydensuojelulaki velvoittaa toimimaan elintarvikkeiden kanssa turvallisesti. Lisäksi laki kuluttajapalveluiden turvallisuudesta liittyy tapahtumajärjestämiseen. (Iiskola-Kesonen 2004, 87.)

Yleisötapahtuman turvallisuussuunnitelman olisi hyvä sisältää seuraavanlaiset asiat: tapahtuman kuvaus ja kartta alueesta, tapahtuman turvallisuudesta vastaavien tiedot, tapahtumapaikka ja ajo-ohjeet sinne, pelastustiet, riskien hallinta, pelastustoimen järjestelyt tapahtumassa, toimintaohjeet muissa onnettomuus- ja vahinkotilanteissa, rakennukset ja rakenteet tapahtumapaikalla, toiminta tapaturman tai onnettomuuden jälkeen ja ravinto- ja hygieniaohjeistus. (Mikkelin kihlakunnan poliisilaitos 2006.) Liikenteen sujuvuuden ja turvallisuuden kannalta, olisi turvallisuussuunnitelmaan oleellista sisällyttää myös suunnitelma liikenteen ohjauksesta.

4 TIPAS ULVONTA

Tipas Ulvonta -tapahtuma oli matkailuyritys Hiiden Torpan ja Tipasojan kyläyhdistyksen yhteisesti järjestämä kesätapahtuma paikallisille ja lähialueen asukkaille. Lähialueeseen laskettiin Sotkamon lisäksi Kuhmo, Valtimo, Nurmes ja Kajaani. Tapahtuma järjestettiin Hiidenportin kansallispuistossa Palolammen alueella, Palolammen kioskin ja opastuskatoksen ympäristössä. Tapahtumassa oli myynnissä kyläyhdistyksen valmistamia Tipas Ulvonta -tuotteita: lakkeja, tulentekoväline-pusseja ja kärpäslätkiä sekä Tipasoja -paitoja. Kyläyhdistys myi myös kahvia, pullaa ja makkaraa. Hiiden Torppa myi Palolammen kioskissa virvokkeita, makeisia, Petola -tuotteita, Hiidenportti -t-paitoja ja muita matkamuistoja.

4.1 Tapahtuman kuvaus

Tapahtuman pääohjelmanumerona oli suden ulvonta -kilpailu 3–5 hengen joukkueissa, lasten ja aikuisten sarjoissa. Joukkueiden tehtävänä oli antaa vuorotellen mahdollisimman aidon kuuloinen minuutin mittainen suden ulvonta -näyte, jonka tuomarit arvostelivat. Tapahtuman juonsi metsäläispariskunta Miina ja Taavetti, jotka olivat kyläyhdistyksen Tarja Tervon ja Terho Pääkkösen esittämät hahmot. Tapahtumassa esitettiin myös ”Ketsi ässällä” eli Miinan ja Taavetin tähdittämä sketsi.

Lisäksi ohjelmassa oli yhteislaulua ja Lea Niskanen lausui Louhi-loitsun. Tapahtumapaikalla oli Petolasta lainattu kiertävä suurpetonäyttely, johon paikallaolijat saivat tutustua. Miina ja Taavetti haastattelivat lisäksi minua sekä kilpailun tuomaristossa istuneita Kari Tikkusta, joka on paikallinen petoasiantuntija, sekä Mervi Laaksonen, joka on Suomen Luontoliiton susiryhmän puheenjohtaja. Koko tapahtuman ajan Palolammen alueella saattoi yleisö seurata Korpioopperaa eli Hiisipeikkoa ja metsän väkeä, kuten karhua, jänistä ja susia sekä heidän touhujaan. Peikon ja metsänväen esittäjät oli Niina Tervo saanut paikalle tuttavapiiristään. ”Työnimeä” Korpiooppera käytimme kuitenkin vain suunnittelijoiden keskuudessa väärinkäsitysten välttämiseksi.

4.2 Suunnittelu ja aikataulu

Tapahtuman idea, suden ulvonta -kilpailu, syntyi vuoden 2005 loppu puolella Hiiden Torpan Niina Tervon ja Tipasojan kyläyhdistyksen Tarja Tervon kahvipöytäkeskustelussa ja itse ideaa ruvettiin kehittelemään eteenpäin huhtikuussa 2006. Toukokuun 2006 alussa pidetyssä Tipasojan kyläyhdistyksen kokouksessa muodostettiin suunnitteluryhmä, joka alkoi suunnitella ja työstää itse tapahtumaa idean ympärille. Suunnitteluryhmään kuuluivat kyläyhdistyksen puheenjohtaja Tarja Tervo, kyläyhdistyksen jäsen Ritva Korhonen, Hiiden Torpan edustaja Niina Tervo ja minä Maija Vuorinen Hiiden Torpan ja opinnäytetyöni puolesta.

Ensimmäinen varsinainen tapahtuman suunnittelupalaveri pidettiin 16.5.2006 Hiiden Torpalla. Palaverissa päätettiin tapahtuman ohjelman perusrunko ja sisältö sekä vastuualueet, tapahtuman päivämäärä ja kellonaika, mietittiin mahdollisia yhteistyökumppaneita, pohdittiin kilpailijoiden värväyskeinoja ja päätettiin markkinointi- ja mainontakeinot ja -kanavat sekä päätettiin, kuka markkinoinnin hoitaa. Ensimmäisessä palaverissa ehdimme jo edetä niin pitkälle, että mietimme tapahtumassa myytävät tuotteet ja teimme jaon, mitä kyläyhdistys myy ja mitä Hiiden Torppa myy. Suunnittelimme myös alustavasti Tipas Ulvonta -tuotteita ja niiden materiaalihankintoja. Halusimme myös tapahtumalle logon, jonka suunnittelun laitoimme alulle. Ideoimme lisäksi voittajille jaettavat palkinnot ja mitalit.

Suunnitteluryhmän keskuudessa ja markkinointia mietittäessä nousi vahvasti esille se, että koska susi-asiat yleisesti ottaen ovat tulenarka aihe Kainuussa, on meidän onnistuttava luomaan tapahtumasta markkinoiden ja muuten sitä esille tuoden kuva, että kyseessä on hauska kesätapahtuma ikään kuin susien kustannuksella. Emme siis suinkaan olisi taistelemassa susien puolesta tai niitä vastaan, vaan pyrimme luomaan suden ulvonnan ympärille mielenkiintoisen tapahtuman, jossa saadaan halukkaille jaettua myös suurpetotietoutta. Pääsääntönä pidimme, että liikkeellä ollaan koko ajan pieni pilke silmäkulmassa.

16.5. päätettiin, että tapahtuma olisi 22. heinäkuuta kuluvaa vuotta 2006 ja se pidettäisiin kello 12.00 – 15.00. Tapahtuma-ajankohdan valintaan vaikuttivat muun muassa muut siinä vaiheessa samalla alueella järjestettävät tapahtumat sekä maataloustyöt, joita ei sinä ajankohtana kriittisesti olisi. Järjestämiskellonaikaan vaikuttivat lähinnä se, että tapahtuma oli suunnattu kaiken ikäisille eikä se sekoittaisi maataloustöiden päivärytmiä. Tapahtumapaikka, Hiidenportin kansallispuiston Palolammen alue, oli jo idean syntymisestä asti ollut selvä. Ensimmäises-

sä palaverissa päätettiin, että suunnitteluryhmä kokoontuisi noin kahden viikon välein ja seuraavaksi tapaamiskerraksi sovittiin 30.5.2006.

Toisessa palaverissa suunnitteluryhmän jäsenet esittelivät ja kertoivat siihen mennessä selvittämistään asioista tapahtuman hyväksi. Jokaisella suunnittelijalla oli ollut jokin vastuualue hoidettavanaan. Minä olin ottanut selville eri mediat, joihin mainos tapahtumastamme laitettaisiin ja millä aikataululla. Yhdessä sovimme mainosten sisällön pääkohdat. Kävimme myös läpi luvat ja ilmoitukset, jotka tapahtumaan liittyen tulisi hoitaa. Kilpailijoiden mukaan saamiseksi päätimme lähettää haasteena sähköposteja eri tahoille ja myös lehtijutuissa haastaa kilpailijoita mukaan. Suunnittelimme toisessa palaverissa myös itse ulvonta-kilpailun etenemisen, sen millaisissa kokoonpanoissa ulvonta tapahtuisi. Valitsimme suunnittelemistamme logoista parhaat, joita käytettäisiin julistemainoksiin, tienvarsikyltteihin ja Tipas Ulvonta-tuotteisiin painettaviksi.

Kolmanteen palaveriin 6. kesäkuuta mennessä olin suunnitellut mainokset lehtiin sekä kauppojen ja muiden vastaavien paikkojen ilmoitustauluille jaettaviksi. Päätimme yhdessä aikataulun ja paikat niiden jakamiseen. Palaverissa sovimme, että talkooväen rekrytointi-ilmoitus laitettaisiin Tipasojan kylällä ilmestyvään Tipaslehtiseen. Löimme lukkoon myös talkooajankohdan, jolloin tapahtumapaikka rakennettaisiin. 20.6. sovittiin pidettäväksi neljäs suunnittelupalaveri.

Neljänteen palaveriin mennessä olin hoitanut ensimmäiset mainokset tiedotusvälineisiin ja jakanut A4-kokoista julistemainosta kauppojen, huoltoasemien, majoitusliikkeiden ja matkatoimistojen ilmoitustauluille. Palaverissa annoin hankkimani materiaalit Tipas Ulvonta-tuotteita varten kyläyhdistyksen työstettäväksi. Palaverissa sovimme ajankohdan, jolloin tapahtuman tienvarsikyltit valmistettaisiin kyläyhdistyksen voimin. Tapahtuman juontajapariksi varmistui Tarja Tervo ja Terho Pääkkönen. Sovimme palaverissa tapahtuman juontajien ja talkooporukan asuista ja päätimme, että pukeutuminen olisi vanhan ajan tyyliin. Teimme myös tarkemman ohjelman kulun ja ohjelmanumeroiden järjestyksen tapahtumaan.

17.7. oli Palolammella viides palaverimme ja siellä kävimme läpi paikat, mikä mihinkin kohtaan tulee. Piirsimme alueesta kartan, jotta tapahtumaa edeltävänä päivänä on kaikki helppo ja nopea laittaa vain suunnitelluille paikoilleen. Kävimme myös mielikuva-harjoituksena läpi tapahtuman ja katsoimme, että kaikki paikat ovat alueella tapahtumaan soveltuvia kuvitel-

miemme mukaisesti. Saimme käyttöömme myös äänentoistolaitteiston, jonka käytön harjoittelimme tapahtumaa varten.

21.7. oli Hiidenportin Palolammella talkoot, joihin osallistui lähinnä Tipasojan kyläyhdistyksen väkeä. Alueella kasattiin penkit vieraille sekä pöydät myyntikojuiksi ja myös äänentoistolaitteisto pystytettiin valmiiksi. Palolammen kioskin viereen pysytettiin telttakatos, jonne seuraavana päivänä laitettaisiin Petolan suurpetonäyttely. Lisäksi opasteet tapahtumapaikalle ja tapahtumapaikalla aseteltiin oikeisiin paikkoihinsa. Viimeisissä valmistelutalkoissa teimme myös tarkan aikataulun tapahtuman ohjelman kululle.

Tipas Ulvontaa suunniteltaessa oli SWOT -analyysi käyttökelpoinen menetelmä saamaan selville niitä kaikki vahvuuksia ja heikkouksia, joita tapahtumalla sitä suunniteltaessa oli. Heikkouksia pyrittiin mahdollisuuksien mukaan korjaamaan ja vahvuuksia hyödyntämään tapahtuman hyväksi. Uhat ja mahdollisuudet on kartoitettu lähinnä tulevia tapahtuman järjestämiskertoja ajatellen.

VAHVUUDET (Strenghts)	HEIKKOUDET (Weaknesses)
• ainutlaatuisuus • positiivisesti erikoinen teema ja idea • ahkera, innostunut ja suuri talkooryhmä • paljon hyvää julkisuutta • minimaaliset kustannukset • monikäyttöinen tapahtumapaikka • ilmainen sisäänpääsy • suuri kohderyhmä	• tapahtumapaikan syrjäinen sijainti • lyhyt suunnitteluaika • ohjelman myöhäinen varmistuminen • ei rahaa käytettävissä • ulvonta–kilpailijoiden saanti mukaan vaikeaa • liian vähän yhteistyökumppaneita
MAHDOLLISUUDET (Opportunities)	UHAT (Treahts)
• tapahtuma tiettävästi ainoa laatuaan Suomessa • tarkoitus tehdä tapahtumasta perinne	• alueellisesti lähellä muita kesätapahtumia • ruuhkainen kesätapahtuma-aika

• ohjelman sisällön laajentaminen • ulvonta–kilpailun kehittäminen • uudet yhteistyötahot • tapahtuman keston pidentäminen	• talkooporukka pienenee tai väsyy • tapahtuma paisuu liian suureksi • ideoiden loppuminen • halukkaiden yhteistyökumppaneiden vähäinen määrä • huono julkisuus tai imago ”aran” aiheen takia • joku varastaa idean

Kuvio 6. Tipas Ulvonta -tapahtuman SWOT -analyysi

Tipas Ulvonta -tapahtuman teema ja idea ovat positiivisella tavalla erikoisia ja tästä johtuen tapahtuma herätti paljon mielenkiintoa. Tapahtuma poikkesi huomattavasti alueen muista kesätapahtumista, joilla ei varsinaisesti ollut mitään näin vahvaa ja mielenkiintoista teemaa. Vahvuus kesätapahtumana tuli esille myös siinä, että tapahtuman kohderyhmä oli suuri. Tapahtuman vahvuutena voitiin pitää sitä, että se on ollut tähän mennessä tiettävästi Suomessa ainoa laatuaan. Tapahtuman vahvuuksiin lukeutui myös talkooryhmä, joka oli aktiivisesti mukana tapahtumaprosessissa. Tipas Ulvonta sai sekä lehdistössä että radiossa paljon julkisuutta heti markkinoinnin alusta lähtien. Vahvuudet kustannusten kohdalla tulivat myös esille siinä määrin, että tapahtuma järjestettiin minimaalisin kustannuksin eikä näin ollen sisäänpääsymaksua tarvinnut periä. Monipuolisen ja monessa eri paikassa tapahtuvan ohjelman onnistumiseksi tapahtumapaikan vahvuutena oli sen monikäyttöisyys.

Tipas Ulvonnan suurin heikkous oli varmastikin paikan syrjäinen sijainti. Vaikka tapahtuma ei ollut kustannuksiltaan kallis, silti myös taloudellisten resurssien puute oli heikkous. Tapahtuman ohjelmaan liittyviä heikkouksia olivat lyhyt suunnitteluaika, ohjelman myöhäinen varmistuminen sekä osanottajien saamisen vaikeus ulvonta-kilpailuun. Monesti esiin tullut heikkous tapahtuman kohdalla oli, että tapahtumalle oli vaikea saada yhteistyökumppaneita.

Tärkein mahdollisuus tapahtuman tulevaisuudessa on, että tapahtumasta on alun perin ollut tarkoitus tehdä perinne, jokakesäinen tapahtuma. Mahdollisuuksia löytyy myös rajattomasti tapahtuman ohjelman kehittämisen ja ajallisesti pidentämisen kohdalla sekä itse ulvonta-kilpailuun on mahdollisuus panostaa tulevilla kerroilla huomattavasti enemmän. Tipas Ulvonnan teema on ainutlaatuinen ja sen luomat mahdollisuudet ovat tulevaisuudessa hyödyn-

nettävissä. Vaikka tapahtumaan yhteistyökumppaneiden saanti osoittautui vaikeaksi, on tulevaisuudessa, nyt kun tapahtumalla on jo tunnettuutta, yhteistyökumppaneita todennäköisesti helpompi saada. Tapahtumaan sopivia mahdollisia yhteistyötahoja on olemassa paljon. Mahdollisuutena voidaan pitää ehdottomasti myös sitä, että Tipas Ulvonta on tiettävästi ainoa laatuaan, aidoissa luonnon olosuhteissa järjestetty ulvonta-kilpailu. Ainoa vastaavanlainen Suden Ääni 2006 -tapahtuma on järjestetty Helsingin Kaapelitehtaalla tammi-helmikuussa 2006. Tähän tapahtumaan liittyi hyvin erilaista ohjelmaa, kuten oopperaa ja luentoja, kuin Tipas Ulvonta -tapahtumaan. Suden Ääni 2006 -tapahtumassa oli Suden Ulvonnan SM-karsinnat ja finaali, mutta tämä kaikki järjestettiin sisätiloissa yksilökilpailuna. (Suden Ääni 2006 tapahtuma, 2006.)

Suurimpana uhkana tapahtumalle on sen kova kilpailu muiden alueen kesätapahtumien kanssa. Tulevina vuosina Tipas Ulvonta ei ehkä kiinnostakaan yhtä paljon kuin ensimmäisenä vuonna, vaan muut tapahtumat houkuttelevat mahdollista yleisöä. Toisaalta uhkana voi olla myös se, että tapahtuma paisuu odottamattomasti yleisömäärältään liian suureksi, jolloin järjestäjien on vaikea pitää tapahtumaa koossa. Koska Tipas Ulvonta -tapahtuma järjestetään täysin talkoovoimin, saattaa uhkana olla, että talkooryhmä hiljalleen väsyy tai heiltä loppuvat ideat tapahtuman kehittämiseen. Tapahtuman järjestäjillä on mielenkiintoa ja halua tehdä yhteistyötä monen tahon kanssa, mutta uhkana on se, että näiltä tahoilta ei löydy yhteistyöhalukkuutta tapahtumaa kohtaan. Tapahtuman teemaan suteen ja suden ulvontaan liittyy monia uhkia. Teema on arka ja keskustelua herättävä aihe, joten liika negatiivinen julkinen keskustelu saattavat pilata tapahtuman imagon. Ikävimpänä uhkana on varmasti se, että joku varastaa tapahtuman idean ja ryhtyy itse järjestämään vastaavanlaista suden ulvonta-kilpailua.

4.3 Toteutus

Tipas Ulvonta -tapahtuman suunnitteluryhmään kuului neljä henkilöä: Niina Tervo, Tarja Tervo, Ritva Korhonen ja minä. Talkootyön tapahtumassa hoiti Tipasojan kyläyhdistys ja Tipasojan kyläläiset. Palolammen kioskin pidosta tapahtumassa vastasi Irma Tervo ja tapahtuman juonnosta ja muusta ohjelmasta vastasivat Niina Tervo, Tarja Tervo, Terho Pääkkönen ja minä. Koko tapahtuman organisaatio muodostui siis Tipasojan kyläyhdistyksen jäsenten ja Hiiden Torpan henkilökunnan edustajista.

Tipas ulvonta -tapahtuma oli lauantaina 22.7.2006. Kaikki talkoolaiset, esiintyjät ja tapahtuman toteutukseen jollain lailla liittyvät henkilöt saapuivat tapahtumapaikalle Palolammelle kello 10.30 ja 11.00 välillä. Jokaisella oli selvästi oma tehtävänsä tiedossa, joten kaikki toimivat oman työtehtävänsä ympärillä. Aamulla pystytettiin muun muassa Petolan kiertävä suurpetonäyttely, äänentoistolaitteisto laitettiin valmiiksi, makkaragrilli viritettiin paikoilleen ja myytävät tuotteet aseteltiin esille. Itse tapahtuma alkoi klo 12.00 ja ensimmäiset vieraat saapuivat 11.30.

Kun kello oli 12.00, tapahtuma alkoi juontajapari Miinan ja Taavetin näyttävällä paikalle saapumisella. Aivan alkuun Lea Niskanen lausui Louhi-loitsun, joka johdatteli yleisöä tapahtuman tunnelmaan. Loitsun lukemista seurasi minun haastatteluni koskien tapahtuman ideaa ja siihen liittyvää opinnäytetyötäni. Haastattelua seuranneen yhteislaulutuokion jälkeen oli kahvitauko. Ohjelma jatkui siitä sketsillä ja petoasiantuntijoiden haastatteluilla. Kello 13.30 ulvonta-kilpailuun osallistuminen päättyi ja kokoon oli saatu kahdeksan lasten joukkuetta ja neljä aikuisten joukkuetta. Joukkueisiin oli laskettu mukaan ennakkoon ilmoittautuneet kaksi lasten ja kaksi aikuisten joukkuetta.

Lopulta päästiinkin itse asiaan eli ulvonta-kilpailuun, jota koko yleisö oli odottanut muun ohjelman ajan eikä poistunut kesken paikalta. Kilpailijat johdatettiin Palolammen toiselle puolelle, josta ulvominen joukkueittain tapahtui lammen yli päätapahtumapaikan suuntaan arvotussa järjestyksessä. Näin ollen yleisö eikä tuomaristo voinut tietää, kuka milloinkin oli ulvontavuorossa, koska ulvojia ei selkeästi nähnyt lammen toiselta puolelta. Kilpailu itsessään kesti noin 25 minuuttia, ja kun tuomaristo oli tehnyt päätöksensä parhaista ulvojista, jaettiin tapahtuman lopuksi palkinnot ja kunniakirjat (liite 1) kaikille osallistujille. Tuomaristossa istuivat Mervi Laaksonen, Niina Tervo ja Kari Tikkunen. Aivan lopuksi laitettiin nauhalta soimaan oikeaa nauhoitettua suden ulvontaa, jota kuunnellessa yleisö poistui paikalta.

Heti vieraiden lähdettyä alkoi talkooporukalla tapahtumapaikan purku. Purkuvaiheeseen osallistui sama Tipasojan kyläyhdistyksen ryhmä, joka oli tapahtuman myös kasannut ja joka oli tapahtumassa ollut jotenkin mukana esimerkiksi kahvin ja makkaran myynnissä. Kaikki tiesivät jo etukäteen vastuualueensa. Purkaminen tapahtui erittäin ripeästi ja tapahtumapaikan tyhjentämiseen ja siivoamiseen meni noin kaksi tuntia aikaa.

Heti tapahtuman jälkeen 27.7. pidettiin talkooryhmän kesken palautepalaveri Tipas Ulvonta -tapahtuman onnistumisesta. Palaverin ajankohta oli lähellä tapahtuman ajankohtaa, jotta

kaikki asiat olivat vielä tuoreessa muistissa tapahtumaan liittyen. Palaverissa halukkaat tapahtuman suunnitteluun ja toteuttamiseen osallistuneet saivat täyttää opinnäytetyöhöni liittyvän tyytyväisyyskyselyn. Olin myös laatinut oman henkilökohtaisen palautteeni tapahtumasta kirjallisena, koska olin itse estynyt osallistumaan palaveriin. Antamani palaute oli vapaasti luettavissa palaverissa. Ensimmäiseen Tipas Ulvonta -tapahtumaan olivat kaikki tyytyväisiä ja se oli kaikin puolin onnistunut kesätapahtuma. Palaverissa varmistui päätös järjestää tapahtuma myös tulevana kesänä.

Viimeinen palaveri, jonka tapahtuman tiimoilta pidettiin, oli 18.8.2006. Paikalle kutsuimme Metsähallituksen, Pohjanmaan Luontopalveluiden edustajan Kerttu Härkösen, jolta alun perin saimme luvan Palolammen alueen käyttöön tapahtumamme ajaksi. Paikalla oli myös Hiiden Torpalta Niina, Tipasojan kyläyhdistyksen edustajia ja minä. Härkönen oli tyytyväinen tapahtumaan ja sen kävijämäärän. Hiidenportin kansallispuiston tunnettavuuden lisääminen on yksi Metsähallituksen tämän hetkisissä tavoitteista, joten Tipas Ulvonta oli oikein paikallaan puiston tunnettavuutta lisäämään ja sen myötä kävijämäärää kasvattamaan. Metsähallitus toivoo tapahtumalle ja jatkoa on valmis yhteistyöhön tulevinakin vuosina.

4.4 Markkinointi

Tapahtuman markkinointi aloitettiin kesäkuun 2006 alussa. Markkinoinnista vastasin lähinnä minä. Ensimmäiset tiedotteet mediaan lähetettiin sähköpostitse 9. kesäkuuta. Sähköpostia laitettiin Kainuun Sanomille, Koti-Kajaaniin, Ylä-Karjala-lehteen, Kuhmolaiseen, Sotkamo-lehteen, Radio Kajaukseen ja Kainuun radioon. Kesäkuun 16. päivä jaettiin A4-mainos (liite 2) Sotkamossa K-Marketin, S-Marketin, Maxi-Makasiinin, S-Market Vuokatin, Sotkamon DNA-kaupan, Katinkullan, Sotkamon Matkatoimiston sekä FinFun Vuokatti Infon ilmoitustauluille. Kajaanissa mainosta jaettiin ABC-aseman, Kajaani Infon, S-Marketin, Prisman ja Maxi-Makasiinin ilmoitustauluille. Seuraavan kerran tiedotusvälineisiin otettiin yhteyttä sähköpostitse 13.7. Tiedote lähetettiin samoihin lehtiin ja radioihin kuin ensimmäinenkin. Toinen tiedote oli yksityiskohtaisempi ja tarkemman tapahtuman ohjelman sisältävä kuin ensimmäinen tiedote. Sähköpostien lähettämisistä ei syntynyt minkäänlaisia kuluja ja sekä lehdet että radiot ilmoittelivat tapahtumasta ilmaiseksi, koska tapahtuman sisäänpääsy oli kaikille ilmainen.

Radioille lähetettyjen sähköpostien ansiosta ottivat sekä Kainuun Radio että Radio Kajaus yhteyttä minuun ja tekivät ennen tapahtumaa ja tapahtumapäivänä radiohaastatteluja. Radio Kajaukseen tehtiin puhelimitse haastattelut 13.6. ja 17.7. sekä 21.7. Osa haastatteluista tuli suorana radiosta ja osa lähetettiin nauhoitettuna. Kainuun Radio haastatteli minua 22.7. ja nauhoitus lähetettiin samana päivänä sekä kahtena seuraavana päivänä radiossa.

4.5 Luvat, ilmoitukset, turvallisuussuunnitelma

Koska tapahtuman arvioitu kävijämäärä oli pieni, ei poliisille tehty ilmoitusta. Elintarvikkeiden tilapäisestä myynnistä teimme ilmoituksen Sotkamon kunnan terveysviranomaisille (liite 3). Metsähallitukselta saimme luvan (liite 4) tapahtuma-alueen käyttöön. Tein selvityksen tapahtumasta ja sen sisällöstä Metsähallituksen edustajalle Kerttu Härköselle ja koska Hiiden Torpalla oli yhteistyösopimus Metsähallituksen kanssa alueen käytöstä ja kioskin vuokrasta, oli lupa-asia yksinkertainen hoitaa ja lupa helppo saada Metsähallitukselta.

Tein turvallisuussuunnitelman (liite 5) tapahtumalle, vaikka tapahtuman luonteen, ajankohdan, paikan ja kohderyhmän huomioon ottaen se ei olisi ollut välttämätöntä. Tapahtumahan sijoittui päiväsaikaan ja sen kohderyhmänä olivat lähinnä paikalliset kaiken ikäiset aiheesta kiinnostuneet. Paikallisiin kuuluu paljon lapsiperheitä ja vanhuksia. Tapahtumassa ei anniskeltu alkoholia, joten sen osalta tapahtuma olisi luonteeltaan rauhallinen. Järjestysmiehiä emme katsoneet tarpeellisiksi nimetä tapahtumaan juuri sen luonteen, ajankohdan ja kohderyhmän vuoksi. Turvallisuussuunnitelmaa tehdessä käytin mallina mukautetusti Mikkelin kihlakunnan poliisilaitoksen internet-sivuilta löytyvää turvallisuus- ja pelastussuunnitelmaa.

5 TIPAS ULVONNAN JÄLKEEN SUORITETTU TYYTYVÄISYYSKYSELY JÄRJESTÄJILLE

Tipas Ulvonta -tapahtuma järjestettiin ensimmäistä kertaa, joten aikaisempia kokemuksia ei tapahtumasta ollut järjestäjillä eikä yleisöllä. Pääsääntöisenä ajatuksena kuitenkin oli ollut, että tapahtuman järjestämistä jatkettaisiin tulevinakin vuosina. Päätin tehdä tyytyväisyyskyselyn tapahtuman onnistumisesta tapahtuman talkooryhmälle.

Rajasin talkooryhmään kuuluvaksi Tipasojan kyläyhdistyksen jäsenet ja Tipasojan kyläläiset sekä Hiiden Torpan edustajan. En laskenut talkooryhmään tässä tapauksessa kuuluvaksi eri ohjelmanumeroiden esittäjiä esimerkiksi loitsun lausujaa ja metsän eläinten sekä peikon esittäjiä, koska katsoin, että heidän talkoopanoksensa kohdistui ainoastaan heidän omaan roolisuoritukseensa eikä koko tapahtuman järjestämiseen. En myöskään ottanut talkooryhmään huomioon lapsia, joiden työtehtävät olivat kyllä tärkeitä organisaatiolle itse tapahtumassa, mutta jotka eivät välttämättä olisi osanneet hahmottaa kyselyn kannalta tapahtumaa riittävän laajasti. Talkooryhmään edellä mainituilla kriteereillä kuului 12 henkilöä.

Talkooryhmän omat mielipiteet onnistumisesta ovat hyödyllisiä ja käyttökelpoisia, kun tapahtumaa seuraavan kerran aletaan suunnitella ja toteuttaa. Mielipiteiden avulla voidaan tapahtumaa näin ollen viedä parempaan suuntaan. Tutkimus suoritettiin muutama päivä tapahtuman jälkeen, jotta vastaajilla oli tuoreessa muistissa tapahtumaan liittyvät asiat.

5.1 Tutkimuksen tavoite

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää sitä, miten tyytyväisiä talkooryhmäläiset olivat omaan työpanokseensa ja muiden talkoolaisten työpanoksiin. Tutkimuksella pyrittiin selvittämään myös talkooryhmäläisten tyytyväisyyttä tapahtuman järjestelyihin, toteutukseen ja ohjelman sisältöön.

Tarkoituksena oli saada selville talkooryhmän omia näkemyksiä siitä, tulisiko tapahtumaa järjestää tulevina vuosina uudestaan ja miten tapahtuman ohjelmasisältöä tulisi kehittää, jos tapahtuman järjestämistä jatketaan. Tutkimuksessa selvitettiin lisäksi talkooryhmän halukkuutta ottaa osaa tapahtuman järjestelyihin tulevana vuonna.

5.2 Tutkimusmenetelmä

Kvantitatiivinen, määrään pohjautuva tutkimus vastaa kysymyksiin miten moni, miten paljon, miten usein ja miten tärkeä jokin asia on. Se pohjautuu tarkkaan otantaan ja sen edellytyksenä on riittävän suuri otos. Otos on edustava pienoiskuva tutkimuksen kohteena olevasta perusjoukosta eli populaatiosta. Kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus puolestaan vastaa kysymyksiin miksi ja miten. Kvalitatiivisen tutkimuksen tarkoituksena on kertoa, miksi asiat ovat niin kuin ne ovat. (Lotti 1995, 42.)

Kvantitatiiviseen tutkimukseen tarvittavat tiedot voidaan hankkia erilaisista muiden keräämistä tilastoista, rekistereistä ja tietokannoista. Tiedot voidaan kerätä myös itse. Valmiit aineistot ovat harvoin sellaisessa muodossa, että niitä voidaan käyttää suoraan kvantitatiiviseen tutkimukseen. Oman aineiston kerääminen onkin siksi tavallista. Itse kerättävissä aineistoissa on tutkimusongelman avulla päätettävä, mikä on kohderyhmä ja mikä tiedonkeruumenetelmä soveltuu siinä tapauksessa parhaiten. (Heikkilä 2004, 18.)

Hyvän tutkimuksen perusvaatimuksiin kuuluu muun muassa, että tutkimus on pätevä, luotettava, puolueeton, tehokas ja taloudellinen. Pätevyydellä eli validiteetilla tarkoitetaan sitä, että tutkimuksen tulee mitata sitä, mitä oli tarkoituskin selvittää. Tutkimuksen tulokset eivät saa olla sattumanvaraisia. Reliabiliteetilla eli luotettavuudella tarkoitetaan juuri tulosten tarkkuutta. Kun tutkimuksen tekijä ei anna omien poliittisten tai moraalisten vakaumustensa vaikuttaa tutkimusprosessiin, on tutkimus objektiivinen eli puolueeton. Tutkimuksen taloudellisuudesta ja tehokkuudesta kertoo se, jos tutkimuksen hyöty ja kustannukset ovat oikeissa suhteissa. (Heikkilä 2004, 29–31.)

Kokonaistutkimuksessa tutkitaan jokainen perusjoukon jäsen. Se kannattaa tehdä, jos perusjoukko on pieni. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa se kannattaa tehdä aina, jos yksilöiden lukumäärä on alle 100. Otanta- eli osatutkimus tehdään, jos perusjoukko on hyvin suuri, taloudelliset resurssit eivät riitä koko perusjoukon tutkimiseen, tiedot halutaan nopeasti tai jos tutkiminen on monimutkaista. (Heikkilä 2004, 33.)

Tipas Ulvontaan liittyen suoritetun tutkimuksen tutkimusmenetelmäksi valitsin kvantitatiivisen eli tilastollisen tutkimuksen. Tutkimus on otantatutkimus, vaikka kokonaistutkimus olisi ollut tässä tapauksessa parempi. Pienen ja riittämättömän otoksen takia tekemääni tutkimusta ei voida kuitenkaan puhtaasti kutsua kvantitatiiviseksi.

5.3 Kyselylomake

Kyselylomake on kysely- ja haastattelututkimusten olennainen osatekijä. Kysymykset kannattaa suunnitella huolellisesti, sillä kysymysten muoto on yksi suurimmista virheiden aiheuttajista. Tutkimuksen tavoite on oltava täysin selvillä, kun kyselylomakkeen laatiminen aloitetaan. Tutkijan täytyy tietää, mihin kysymyksiin hän etsii vastausta. Tutkijan on varmistettava, että haluttu tieto saadaan tutkimuslomakkeen kysymysten avulla. Enää tiedonkeruun jälkeen kysymysten muuttaminen tai parantelu ei ole mahdollista. (Heikkilä 2004, 47.)

Kvalitatiivisissa tutkimuksissa käytetään pääasiallisesti avoimia kysymyksiä. Myös kysely- ja haastattelututkimuksissa on usein muutamia avoimia kysymyksiä. Avoimet kysymykset ovat tyypillisesti helppoja laatia, mutta niiden vastaukset työläitä käsitellä. Avoimiin kysymyksiin jätetään myös helposti vastaamatta. Avoimien kysymysten vastauksista saatetaan saada kuitenkin sellaisia näkökantoja ja parannusehdotuksia, joita ei etukäteen huomattukaan. (Heikkilä 2004, 49.)

Suljetuissa eli monivalintakysymyksissä on valmiit vastausvaihtoehdot, joista ympyröidään tai rastitetaan sopiva tai sopivat. Suljettuja kysymyksiä ei saisi olla liian paljon eikä mikään vaihtoehdoista saisi puuttua. Suljettuihin kysymyksiin vastaaminen on nopeaa ja niiden tilastollinen käsittely on helppoa. (Heikkilä 2004, 50.)

Tipas Ulvonta -tapahtuman talkooryhmälle tekemäni tutkimuksen tiedonkeruumenetelmäksi valitsin kyselylomakkeen (liite 6). Kyselylomake on puolistrukturoitu eli osa kysymyksistä on avoimia. Halusin jättää osan kysymyksistä avoimiksi, jotta talkoolaisten henkilökohtaiset mielipiteet ja ehdotukset saataisiin paremmin esille.

Avoimia kysymyksiä lomakkeessa on kaksi ja suljettuja kysymyksiä 14. Lisäksi kyselyssä oli kaksi mielipidekysymystä, joissa kysyttiin vastaajien kiinnostusta tulevana vuonna ottaa osaa tapahtuman järjestämiseen ja sitä, kannattaako tapahtumaa heidän mielestään jatkaa. Suljettuihin kysymyksiin oli vastaukset annettava asteikolla 1–5 niin, että 1 = erittäin tyytymätön, 2 = tyytymätön, 3 = ei tyytymätön ei tyytyväinen, 4 = tyytyväinen ja 5 = erittäin tyytyväinen.

5.4 Lomakekyselyn tulokset

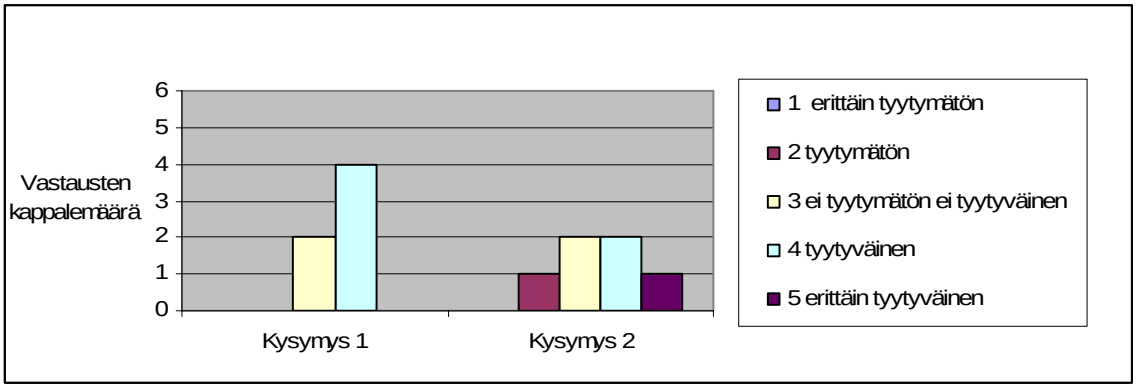
Kysely jaettiin palautepalaverissa pari päivää tapahtuman jälkeen. Mahdollisia kyselyyn vastanneita olisi ollut 12. Vastauksia sain kuusi kappaletta. Palaverissa täytettyjä vastauksia sain kolme ja palaverin jälkeen sain vielä kolme vastausta. Vastausprosentti oli 50,0 %. Kyselyyn vastattiin nimettömänä. En kysynyt lomakkeessa myöskään vastaajien demografisia tietoja, mutta kaikki vastaajat olivat täysi-ikäisiä, yli 18-vuotiaita.

Kysymyksiä ei ole käsitelty kyselylomakkeen mukaisessa järjestyksessä, vaan useampia samaan aihealueeseen liittyviä kysymyksiä on käsitelty samassa kohdassa. Taulukoiden avulla on kuvattu annettujen arvosanojen hajontaa.

5.4.1 Etukäteisinformaatio

Ensimmäisessä lomakkeen kysymyksessä kysyttiin tyytyväisyyttä etukäteisinformaatioon, jota vastaaja oli saanut omasta työtehtävästään ennen tapahtumaa. Yli puolet (66,7 % n=4) arvioi tätä arvosanalla 4. Kaksi vastaajaa arvioi tyytyväisyyttään arvosanalla 3. Vastausten keskiarvoksi tuli 3,67 eli vastausten perusteella talkootyöläiset olivat lähes tyytyväisiä etukäteisinformaatioon.

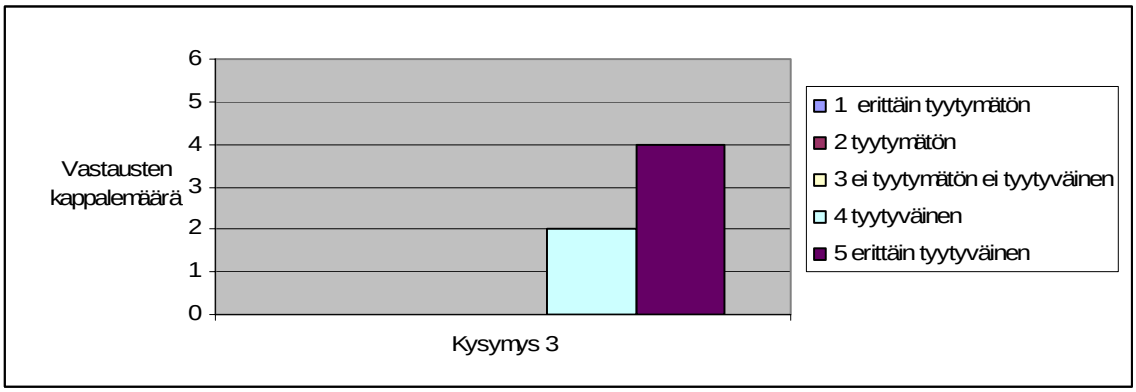
Toisessa kysymyksessä tiedusteltiin vastaajan tyytyväisyyttä muuhun etukäteisinformaatioon, jota hän oli saanut tapahtuman järjestelyistä. Yksi vastaaja (16,7 %) arvioi tätä arvosanalla 2, kaksi vastaajaa (33,3 %) arvosanalla 3, kaksi vastaajaa arvosanalla 4 ja yksi vastaaja arvosanalla 5. Keskiarvo muuhun etukäteisinformaatioon oli 3,50.



Kuvio 7. Tyytyväisyys etukäteisinformaatioon omasta tehtävästä ja muuhun etukäteisinformaatioon

5.4.2 Tapahtuman kävijämäärä

Tapahtuman kävijämäärään oltiin erittäin tyytyväisiä keskiarvolla 4,7. Vastaajista 66,7 % (n=4) oli kuvannut tyytyväisyyttään kävijämäärään arvosanalla 5 ja kaksi vastaajaa arvosanalla 4. Tyytyväisyyttä kävijämäärään kysyttiin kolmannessa kysymyksessä.

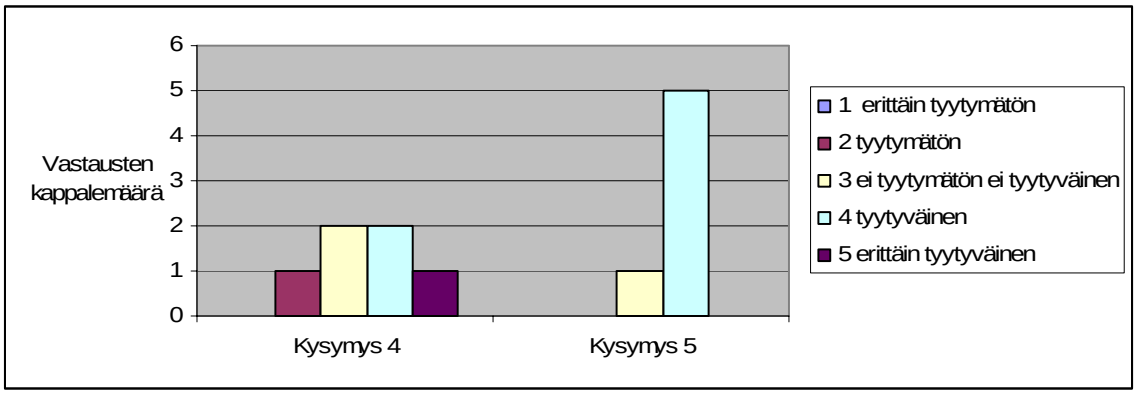


Kuvio 8. Tyytyväisyys kävijämäärään

5.4.3 Opasteet

Neljäs kysymys koski tapahtumapaikalle johdattavia opasteita. Niihin talkooryhmä oli tyytyväinen keskiarvolla 3,50. Yksi vastaaja arvioi tässä tyytyväisyyttään arvosanalla 2, kaksi vastaajaa arvosanalla 3, kaksi vastaajaa arvosanalla 4 ja yksi vastaaja arvosanalla 5.

Tapahtumapaikalla olleisiin opasteisiin ja kyltteihin oltiin tyytyväisempiä kuin tapahtumapaikalle johdattaviin opasteisiin keskiarvolla 3,83. Suurin osa vastaajista 83,3 % (n=5) arvioi tapahtumapaikan opasteita ja kylttejä arvosanalla 4 ja yksi vastaaja arvosanalla 3. Tapahtumapaikan opasteista kysyttiin kysymyksessä viisi.

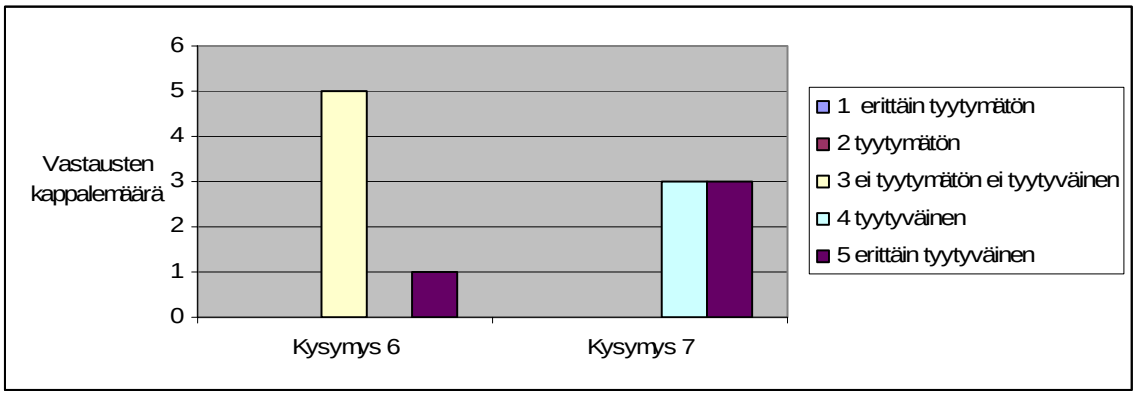


Kuvio 9. Tyytyväisyys opasteisiin tapahtumapaikalle ja tapahtumapaikalla

5.4.4 Työpanos

Omaa työpanosta arvioitiin kaikista kriittisimmin ja se sai kaikista kysymyksistä huonoimman keskiarvotuloksen 3,33. Vain yksi vastaaja oli erittäin tyytyväinen omaan työpanokseensa ja loput viisi vastaajaa arvioi tätä arvosanalla 3.

Koko talkooryhmän työpanosta arvioi puolet vastaajista arvosanalla 4 ja puolet vastaajista arvosanalla 5. Keskiarvo talkooryhmän työpanoksen tyytyväisyyteen oli 4,5. Talkooryhmän työpanokseen tyytyväisyydestä kysyttiin kysymyksessä numero kuusi ja omaan työpanokseen tyytyväisyyttä tiedusteltiin kysymyksessä seitsemän.

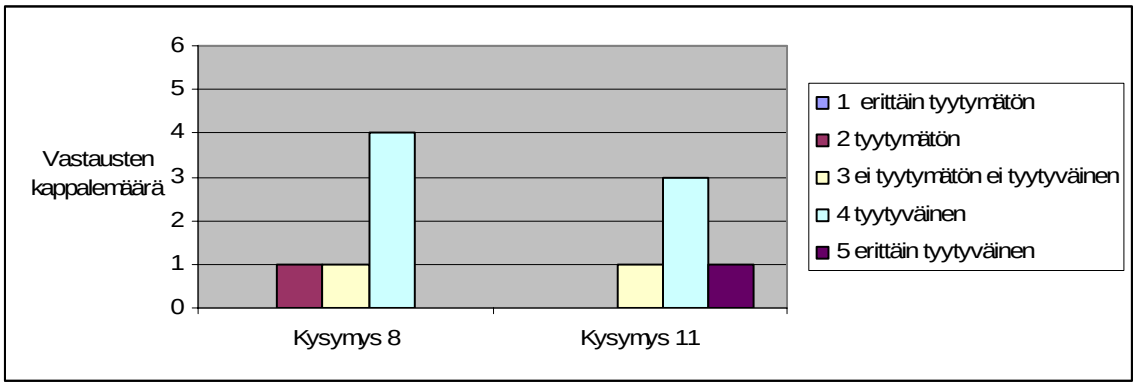


Kuvio 10. Tyytyväisyys omaan ja talkooryhmän työpanokseen

5.4.5 Ohjelma

Kahdeksannessa kysymyksessä kysyttiin tyytyväisyyttä tapahtuman ohjelman sisältöön. Yksi vastaaja oli ohjelmaan tyytymätön. Yksi vastaaja ei ollut tyytymätön eikä tyytyväinen ja loput neljä vastaajaa (66,7 %) eli suurin osa vastaajista oli tyytyväinen ohjelmaan. Keskiarvoksi ohjelmaan tyytyväisyyteen saatiin 3,5.

Osana ohjelmaa ollut Hiisipeikon ja metsän väen esiintyminen sai tyytyväisyydessä keskiarvon 4. Kolme vastaajista antoi arvosanan 4, yksi arvosanan 5 ja yksi arvosanan 3. Yksi vastaaja ei ollut lainkaan nähnyt Hiisipeikon ja metsän väen esiintymistä, joten hän ei antanut arvosanaa tästä lainkaan. Hiisipeikkoon ja metsän väkeen tyytyväisyyttä kysyttiin kysymyksessä numero 11.

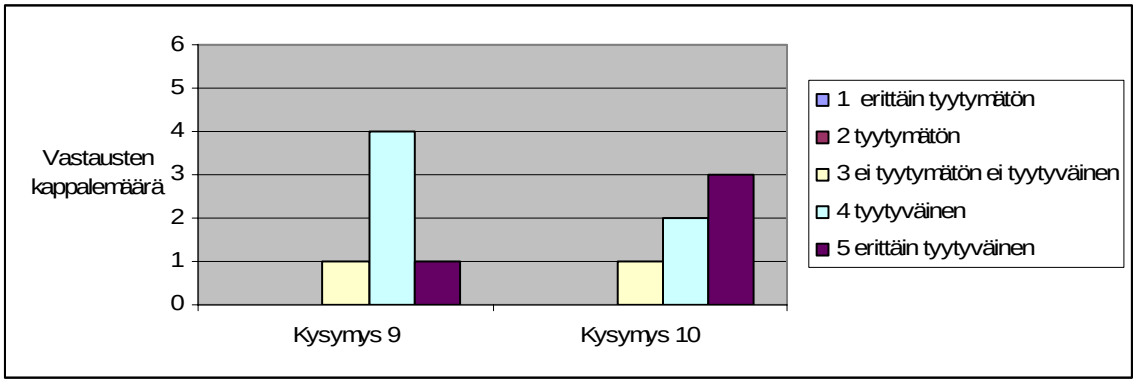


Kuvio 11. Tyytyväisyys ohjelmaan sekä Hiisipeikon ja metsän väen esiintymiseen

5.4.6 Ulvonta -kilpailu

Tyytyväisyys itse ulvonta -kilpailuun, jota kysyttiin kohdassa yhdeksän, sai keskiarvoksi 4. 66,7 % (n=4) vastaajista antoi arvosanaksi 4, yksi vastaaja 3 ja yksi vastaaja 5.

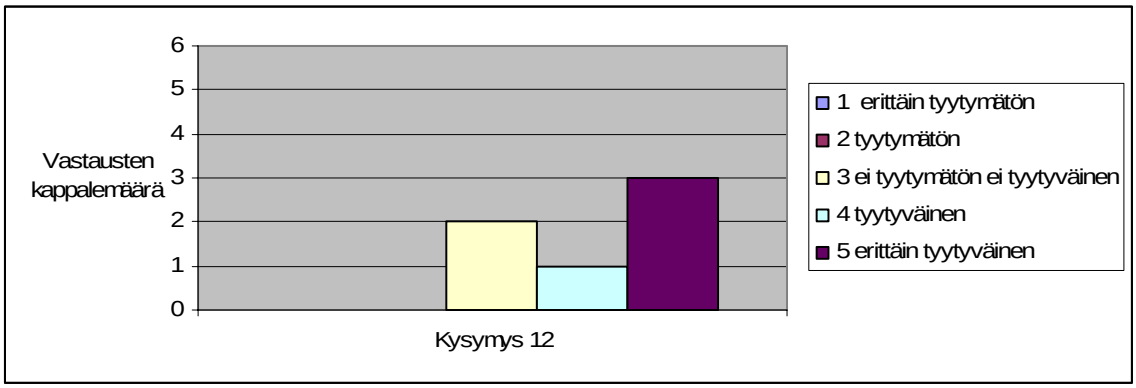
Kymmenennessä kysymyksessä kysyttiin tyytyväisyyttä osallistuneiden joukkueiden määrään. Puolet vastaajista (n=3) oli erittäin tyytyväisiä joukkueiden määrään, antaen arvosanan 5. Yksi vastaaja antoi arvosanan 3 ja kaksi vastaajaa arvosanan 4. Keskiarvoksi saatiin 4,33.



Kuvio 12. Tyytyväisyys ulvonta -kilpailuun ja osallistujamäärään

5.4.7 Juontajat

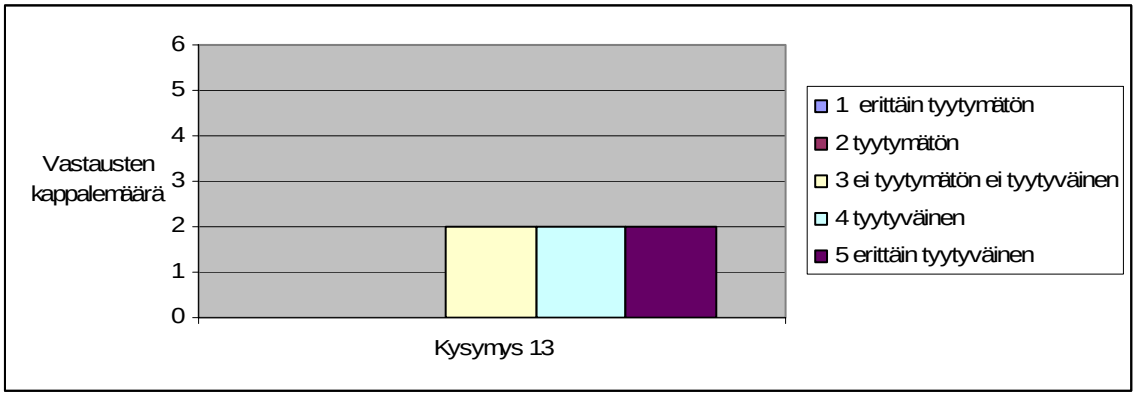
Kolme (50 %) vastanneista arvioivat tyytyväisyyttään arvosanalla 5. Yksi vastaaja antoi arvosanan 4 ja kaksi vastaajaa 3. Keskiarvoksi saatiin 4,17. Tapahtuman juontajiin tyytyväisyyttä tiedusteltiin lomakkeen kohdassa 12.



Kuvio 13. Tyytyväisyys juontajiin

5.4.8 Rakenteet

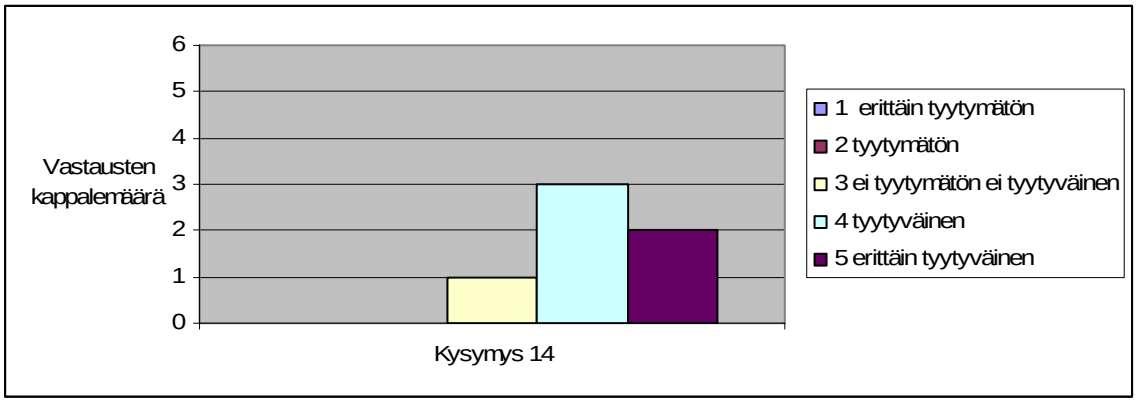
Kolmannessatoista kysymyksessä tiedusteltiin talkooryhmän tyytyväisyyttä tapahtumapaikan rakenteisiin. 33,3 % vastaajista antoi arvosanan 3, kolmas osa arvosanan 4 ja kolmas osa vastaajista arvosanan 5. Keskiarvona tapahtuman rakenteista annettiin arvosana 4.



Kuvio 14. Tyytyväisyys rakenteisiin tapahtumapaikalla

5.4.9 Yleinen onnistuminen

Lomakkeen viimeisessä suljetussa kysymyksessä numero 14 kysyttiin tyytyväisyyttä tapahtuman yleisestä onnistumisesta. Kolme vastaajaa arvioi tyytyväisyytensä tapahtumaan arvosanalla 4. Kaksi vastaajaa antoi arvosanan 5 ja yksi vastaaja arvosanan 3. Keskiarvo oli 4,17.



Kuvio 15. Tyytyväisyys yleisesti tapahtuman onnistumiseen

5.4.10 Tapahtuman tulevaisuus

Avoimet kysymykset

Avoimissa lomakkeen kysymyksissä kysyttiin, mitä vastaajat olisivat toivoneet lisää tapahtuman ohjelmaan ja miten tapahtumaa heidän mielestään tulisi kehittää. Yksi vastaajista toivoi lapsille omaa ohjelmanumeroa esimerkiksi tapahtumapolkua tai muuta osallistumista vaati-

vaa. Yksi vastaaja haluaisi muutaman lisäohjelmanumeron ja eräs vastaaja puolestaan sanoi, että ei enempää ohjelmaa. Hän oli myös sitä mieltä, että ohjelma (kolme tuntia) oli liian pitkä. Tämän vastaajan mielestä suden ulvontaan tulisi panostaa enemmän ja hän olisi toivonut kuulevansa ulvonta -kilpailun tuomariston tuomarin Kari Tikkusen tai muun ”ammattilaisen” ulvontanäytteen. Tämä vastaaja toivoisi myös lisää susitietoutta tapahtumaan ja ilmaisi tyytyväisyytensä Luontoliiton Susiryhmän puheenjohtajan haastatteluun.

Kaksi vastaajaa toivoisi elävää musiikkia ohjelmaan ja yksi vastaajista olisi halunnut yhteislauluun säestäjän. Yksi vastaaja oli sitä mieltä, että tapahtuman ohjelmassa voisi olla monipuolisemmin sketsejä.

Kysyttäessä tapahtuman kehittämisestä, halusi vastaaja, joka toivoi suden ulvontaan keskittymistä ohjelmassa, keskittyä itse ulvontaan. Hänen mielestään tapahtuma oli tällä kertaa sekasotku, joka rönsyili liikaa. Tämä vastaaja haluaisi juontajaksi jonkun ammattilaisen ja joukkueita kilpailuun osallistumaan lisää. Paikkaan, jossa ulvonta konkreettisesti tapahtui, hän oli tyytyväinen. Vastaaja ehdotti tapahtumasta tehtäväksi kaksiosainen; päivällä teatteria ynnä muuta ohjelmaa ja illalla itse ulvonta -kilpailu. Hän oli ottanut myös huomioon tulevan kesän 2007, jolloin Tipasojalla järjestetään Kainuun rastiviikko 2007. Vastaaja ehdotti ensi vuoden Tipas Ulvonnan ajankohdaksi Rastiviikkojen ajankohtaa.

Yksi vastaajista haluaisi tapahtuman kehittämisessä panostaa kävijämäärän lisäämiseen. Vastaaja toivoi myös monipuolisempaa ohjelmaa. Yhden vastaajan mielestä tapahtumaa tulisi kehittää niin, että sinne saataisiin elävää musiikkia. Yksi vastaajista toivoi, että tapahtuman valmistelu aloitettaisiin aiemmin ja kunnon varasuunnitelma tulisi myös olla olemassa. Vastaajan kehittämisehdotuksiin kuului myös se, ettei tapahtumassa esiintyisi kenenkään taholta niin sanotusti sooloilua.

Yksi vastaaja oli aika lailla samoilla linjoilla edellisen kanssa ja hän toivoi talkoolaisten parempaa järjestäytymistä ja tehtävien läpikäyntiä. Hän toivoi myös tapahtuman uudistumista tulevilla kerroilla ja jatkossakin persoonallisia ja kuvitteellisia henkilöitä ohjelmaan. Vastaaja toivoi Miinaa ja Taavettia pysyviksi hahmoiksi. Eräs vastaaja toivoi enemmän opasteita. Yhden vastaajan kehitysehdotuksina oli enemmän esiintyjiä tapahtumaan ja lisää keskustelua pedoista.

Kaikki kyselyyn vastanneet olisivat valmiita tulemaan ensi vuonna järjestämään Tipas Ulvontaa ja jokaisen kuuden vastaajan mielestä tapahtuman järjestämistä kannattaa jatkaa.

6 POHDINTA

Pohdinnan osiossa käyn läpi niitä kaikkia hyviä sekä huonoja kokemuksia ja asioita, jotta jäivät mieleeni Tipas Ulvonta -tapahtumasta, sekä suunnittelusta että toteutuksesta ja jälkimarkkinoinnista. Otan esiin myös niitä mieltäni askarruttavia seikkoja ja käsitteitä, jotka toisinaan opinnäytetyöni teoria-osaa kirjoittaessa osoittautuivat jopa kompastuskiviksi. Käsittelen lisäksi tekemääni kysely-tutkimusta, sen luotettavuutta ja onnistumista omasta mielestäni.

Käsittelin opinnäytetyöni teoria-osiossa tapahtumamatkailua. Oli äärimmäisen hankala tehtävä määritellä käsitteet tapahtumamatkailu ja matkailutapahtumat. Toisaalta niiden erot oli helppo ymmärtää ja sisäistää, mutta niiden kuvaileminen ja määrittäminen on hankalaa. Ne ovat käsitteinä niin uusia, että teoria-aineistoa ja kirjallisuutta näistä termeistä oli vaikea löytää. Tapahtumamatkailun määrittämisen helpottamiseksi jaoin käsitteen kahteen kolmeen osaan: tapahtumaan, matkailuun ja matkailijaan. Wattin (1998), Hemmin, Lehtisen ja Vuoriston (1987) Hemmin ja Vuoriston (1993) määritelmiä apuna käyttäen pääsin mahdollisimman lähellä haluttua lopputulosta. En kuitenkaan löytänyt mistään suoranaista selitystä tai määritelmää tapahtumamatkailu-sanalle, mikä osaltaan jäi vaivaamaan minua.

Matkailutapahtumien määrittämisessä käytin hyväkseni Tynin (2005) tutkimusta Itäsuomalaisten tapahtumien ominaispiirteitä. Tutkimukseen oli rajattu tapahtumia, joissa vierailee paikallisten asukkaiden lisäksi myös matkailijoita. Tutkimuksesta kävi ilmi, ettei matkailutapahtumilla ole kovin paljon yhteistä kävijämäärissä tai kävijöiden lähtöalueissa. Tipas Ulvonta -tapahtuma oli alun perin suunniteltu olevan paikallinen, siis lähinnä sotkamolaisille suunnattu ja Tynin määritelmän mukaan se ei siis näin ollen olisi ollut matkailutapahtuma. Tapahtuman aikana ja sen jälkeen Tipas Ulvonta kuitenkin ikään kuin muuttui matkailutapahtumaksi, sillä se houkutteli paikalle paikallisen väestön lisäksi matkailijoita. Tipas Ulvonta voidaan luokitella näin ollen sekundaariseksi matkailutapahtumaksi.

Tehdessäni opinnäytetyöni teoria-osaa, nimenomaan tapahtuman järjestämisestä, jäin usein pohtimaan projektin ja tapahtuman eroja ja yhtäläisyyksiä. Tapahtumalla ja projektilla on joidenkin teosten mukaan suurikin ero, toisaalla taas selvää viivaa niiden välille ei ole vedetty. Näitä sanoja käytetään usein vain etuliitteinä ja monesti sekaisin samassa yhteydessä. Onko oikein siis sekoittaa nämä kaksi käsitettä? Onko virheellistä puhua samassa yhteydessä projektipäälliköstä ja järjestelytoimikunnasta tai tapahtumapäälliköstä ja projektiorganisaatiosta?

Tapahtuman ja projektin erona voidaan pitää sitä, että projekti ajatellaan usein työskentelytapana. Vaikkakin sekä tapahtumaorganisaatio ja projektiorganisaatio tähtäävät johonkin tiettyyn pisteeseen, on projektilla selkeä elinkaari. Projektilla on selkeä alkamis- ja loppumisaika ja se tähtää aina johonkin tiettyyn lopputulokseen, huipentumaan. Voidaan ajatella niin, että se huipentuma, lopputulos on juuri tapahtuma. Tapahtuma ja projekti sanojen sekaisin käyttö tuskin muuttaa projektiorganisaation tai tapahtumaorganisaation toimintatapoja, mutta selkeyden vuoksi olisi järkevämpää käyttää tapauskohtaisesti jompaakumpaa termiä.

Mielestäni Tipas Ulvonta -tapahtuman idea jo sinällään oli mainio. Suomessa ei tiettävästi ole järjestetty vastaavaa tapahtumaa nimenomaan aidoissa luonnon olosuhteissa. Halusin olla ehdottomasti mukana Tipas Ulvonnassa suunnittelemassa ja toteuttamassa tätä uutta, merkillistä suomalaista kesätapahtumaa. Suomihan on tunnettu myös monista muista kummallisista kansanhuveistaan, kuten suopotkupallosta, hyttysentaposta, löylykilpailusta, umpihankijalkapallosta ja joukkuemarjanpoiminnasta.

Olin hyvin tyytyväinen Tipasojan kyläyhdistyksen talkooväen aktiiviseen osallistumiseen ja mukanaoloon sekä positiiviseen asenteeseen tapahtumaa kohtaan. Se auttoi merkittävästi suunnittelussa ja toteutuksessa, sillä käytännön tehtäviä pystyi jakamaan. Eniten hankaluuksia tuotti petoasiantuntijan paikalle saaminen tapahtumaan. Otin yhteyttä noin kymmeneen eri henkilöön ja useista eri syistä heitä oli hyvin vaikea saada paikalle. Muutamaan kertaan meillä oli jo lupautunut henkilö kertomaan petoasioista ja tuomaroimaan ulvonta -kilpailua, mutta valitettavasti he aina ilmoittivat muutamien päivien kuluttua olevansa estyneitä tulemaan. Vielä päivä ennen tapahtumaa kamppailin tämän asian kanssa ja lopulta saimme suostuteltua Mervi Laaksosen Luontoliitosta haastateltavaksi ja tuomariksi. Muuten esiintyjät ja eri tehtävistä vastaavat saatiin hyvin helposti kasaan talkoohengellä.

Meitä suosi kaikeksi onneksi myös sää. Ilma oli kirkas ja melko lämmin koko päivän - paras mahdollinen keli tapahtumapäivälle. Tapahtuman suunnitteluvaiheessa olimme koko ajan luottaneet siihen, että tapahtumapäivänä sää olisi kaunis. Vaikka koko alkukesä olikin ollut lämmin ja aurinkoinen, olisi jonkinlainen varasuunnitelma sateen varalle ollut järkevää tehdä. Tapahtumapaikalla katoksia, joiden alle yleisö olisi sateen sattuessa voinut mennä, oli vain arviolta noin 50 hengelle. Yli puolet tapahtuman kävijöistä olisivat siis sateella todennäköisesti lähteneet kesken kokonaan pois tai ainakin menneet sateen ajaksi autoihinsa istumaan parkkipaikalle, josta tapahtumapaikalle ei ollut näköyhteyttä.

Pari päivää tapahtuman jälkeen pidetyssä palautepalaverissa kävi ilmi, että sekä Tipasojan kyläyhdistys että Hiiden Torppa olivat pääsääntöisesti erittäin tyytyväisiä tapahtumaan ja sen kävijämäärään. Itse en valitettavasti päässyt tähän palaveriin paikalle, mutta olin laatinut palaveriin kirjallisena oman palautteeni tapahtumasta, joka oli kaikkien vapaasti luettavissa. Tässä palaverissa talkooryhmäläiset saivat myös vastata tekemääni lomakekyselyyn. Lomakekyselyn avoimista kysymyksistä kävi ilmi, että talkooryhmä oli pitkälti samaa mieltä tapahtuman epäkohdista ja onnistumisista kuin minä.

Tapahtuman etukäteissuunnittelu aloitettiin mielestäni melko hyvissä ajoin ja oli hyvä, että tapahtumalle kasattiin oma aktiivinen suunnitteluryhmänsä. Kaiken kaikkiaan etukäteissuunnittelut sujuivat odotetusti ja aikataulun mukaan, mikä on paljolti sen ansiota, että suunnitteluryhmä oli varsinkin kyläyhdistyksen puolelta aktiivinen. Itselleni jäi kylläkin luomaan epävarmuutta aivan suunnittelun loppuun eli tapahtuman alkuun asti se, että tuleeko kaikki tehtävät ja asiat, jotka oli luvattu hoitaa, hoidettua määräaikaan mennessä ja riittävän tunnollisesti. Koska en entuudestaan tuntenut kaikkia talkoolaisia eli kyläyhdistyksen jäseniä, on pakko myöntää, että jännitin aivan tapahtuman alkuminuuteille saakka, sujuvatko järjestelyt niin kuin pitää. Itselläni oli kyllä tiedossa, että jokaiseen hommaan (esimerkiksi liikenteen ohjaus, kahvin keitto, makkaran paisto, penkkien kasaaminen) on tekijänsä, mutta olisin halunnut myös nähdä tekijät tai kuulla ainakin nimet etukäteen. Tämä oli tietysti paljon myös omasta aktiivisuudestani kiinni, etten ottanut nimiä tarkemmin selville. Onneksi kaikki osoittautuivat enemmän kuin luottamuksen arvoisiksi. Olen kuitenkin sitä mieltä, että jos tapahtuma tästä laajenee tai sitä ainakin jatketaan, on koko talkooporukan hyvä tavata kerran ennen tapahtumaa, tai ainakin niin, että jokaisen vastuualueen vastuuhenkilö on mukana yhteisessä tapaamisessa.

Suunnitteluosuuteen kuului myös ulvonta -kilpailun oheisohjelman suunnittelu ja siihen kannattaakin tulevana vuonna kiinnittää kovasti huomiota. Harmittavaa oli, että kaksi paikalle lupautunutta henkilöä: sketsin esittäjä, joka olisi samalla laulattanut yleisöä ja Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitoksen edustaja peruivat tulonsa. Ainahan voi sattua ja sattuukin tällaisia perumisia, mutta mielestäni seuraavina vuosina kaikki ohjelma ja paikalle tulevat julkisuudenhenkilöt ja muut ohjelman sisällön kannalta merkittävät henkilöt on saatava varmistettua jo siinä vaiheessa, kun ensimmäiset mainokset lähtevät julkiseen levitykseen. Kun tämän vuoden Tipas Ulvonnan ensimmäiset mainokset lähtivät julkiseen levitykseen, oli ohjelman sisältö vielä melko lailla avoinna.

Ohjelman toteutukseen olisin myös toivonut täsmällisyyttä, sillä vaikka ohjelman runko oli selvillä, aikataulua ja ohjelmanumeroiden järjestystä muuteltiin vielä 15 minuuttia ennen H-hetkeä. Tapahtuman kulku ja eteneminen ohjelmanumeroineen olisi pitänyt olla valmiina kaikkien esiintyjien ja juontajien tiedossa lopullisessa muodossaan viimeistään tapahtumaa edeltävänä päivänä. Se, että ohjelmaa piti muutella ja ohjelmanumeroiden paikkaa muutella moneen kertaan johtui monestakin syystä, mutta mielestäni lähinnä siitä, että ohjelmaa ei oltu yhdessä käyty kaikkien esiintyvien osapuolien eikä juontajien kanssa kokonaan lävitse niin sanottuna mielikuvaharjoituksena.

Vaikka minuuttiaikataulut eivät yleensä pidä, kannattaa kunnollinen aikataulu tehdä hyvissä ajoin. Siitä saa koko tapahtuman toteutumisen ajan osviittaa, missä milloinkin mennään. Aikataulu vastuualueineen kannattaa jakaa jokaiselle, jota se vähänkin koskee viimeistään tapahtumaa edeltävänä päivänä. Näin kaikki järjestäjät saavat samanlaisen ohjelman ja tämän pohjalta voisi tapahtumaan tehdä käsiohjelman tai ainakin aikataulun kaikkien näkösälle esimerkiksi puun kylkeen kiinnitettäväksi. Pääasia kuitenkin oli se, ettei yleisölle heijastunut järjestäjien viime hetkillä tekemät muutokset. Tapahtumia melko paljon järjestäneenä voin sanoa, että muutoksia ja sähläilyä tulee aina myös aivan viime hetkillä. Tipas Ulvonnassa kuitenkin osoitimme osaamista ja saimme koko tapahtuman sekä ohjelmat läpi ammattimaisesti.

Mielestäni Tipas Ulvonnassa oli oheisohjelmaa juuri sopivasti ja kolmen tunnin tapahtuma oli sopivan pituinen siinä suhteessa, että ihmisten mielenkiinto pysyi koko ajan tapahtumassa ja sen ohjelmassa. Myös oheisohjelman monipuolisuus on tärkeä muistaa tulevinakin vuosina, tänä vuonna monipuolisuudessa oli onnistuttu hyvin. Lapsia kiinnosti Hiisipeikko ja metsän väki, Taavetin ja Miinan huumori puri erityisesti aikuisiin. Taukoja oli myös sopivasti ja oikeissa paikoissa tapahtuman aikana ja nekin olivat sopivan pituisia tarjoilujen nautiskeluun ja seurusteluun. Tipas Ulvonta-tuotteet olivat persoonallisia ja niiden tekemisessä oli käytetty ihailtavaa mielikuvitusta. Harmittavaa sinänsä oli se, etteivät ne kaikki menneet kaupaksi. Ensi vuodeksi kannattaa taas kehittää jotakin uutta ja toivottavasti tuotteiden tekijöitä löytyy muutamia enemmän kuin ensimmäisenä vuonna.

Olen hyvin tyytyväinen Tipas Ulvonnan kävijämäärään, arvioiden mukaan paikalla oli noin 130 henkeä. Lukuun on arvioitu mukaan koko yleisö, ulvontaan osallistujat sekä järjestäjät ja talkoolaiset. Alkuperäinen kävijätavoite oli 100 henkeä, joten tavoitteemme ylittyi. Kävijöitä oli laajemmalta alueelta kuin olimme osanneet odottaa, eivätkä he siis olleet ainoastaan paikallisia. Yleisön kanssa jutellessani, sain selville, että muun muassa Oulusta asti oli kävijöitä.

Osallistuneita joukkueitakin oli 12: kahdeksan lasten sarjassa ja neljä aikuisten sarjassa. Myös seuraavina vuosina olisi hyvä saada paikalle persoonallisia ulvojia, kuten tänä vuonna esimerkiksi Matti Niskasen joukkue. Ne toimivat hyvinä vetonauloina ja saavat aikaan yleisössä hilpeyttä. Vaikka kaikkia joukkueitahan sitä voi jollain tavalla persoonallisiksi kutsua, sillä jokaisella joukkueella tuntui olevan täysin oma tyylinsä. Myös varsinaisen ulvonta -kilpailun kulkua pitäisi kehittää. Minun olisi pitänyt tehdä tarkempi ilmoittautumis-systeemi ja ottaa osallistujilta nimien lisäksi ylös kotipaikkakunnat ja puhelinnumerot, ihan vain lehdistöäkin varten. Ja myös lasten ulvonnan kuulumisesta lammen yli olisi kehitettävää. Tulisiko lasten ulvontapaikka siirtää yleisöä lähemmäksi vai olisiko äänentoistolaitteen käyttö parempi ajatus?

Tyytyväisyyskysely, jonka tein tapahtuman talkooryhmälle ei ollut aivan niin kattava kuin se olisi voinut olla. Nimenomaan avoimia kysymyksiä olisi saanut olla joitakin enemmän tai niiden olisi pitänyt olla tarkemmin rajattuja erityisesti tapahtuman ohjelmasisältöön liittyen. Valitettavasti kyselyyn ei vastannut riittävän moni talkoolainen, jotta tutkimuksen reliabiliteetti eli luotettavuus olisi ollut riittävä. Jotta näiltä ongelmilta olisi vältytty, olisi todennäköisesti parempi tutkimusmenetelmä ollut kvalitatiivinen tutkimus, esimerkiksi teemahaastattelu, jonka olisin suorittanut esimerkiksi juuri näille aktiivisille lomakkeeseen vastanneille.

Mielestäni kuitenkin tekemäni kysely tuloksineen antaa osviittaa siitä, miten tapahtuma onnistui ja millaiset tulevaisuuden näkymät sillä on. Uskoakseni se toimii myös hyvänä tukena opinnäytetyöni tapahtuman järjestämisen teoria-osuudelle, jota ainakin Tipasojan kyläyhdistys toivottavasti vastaisuudessa käyttää hyväkseen.

Tavoitteeni tutkimuksen otokseksi oli saada 8-10 vastausta. Tavoitteeni ei siis toteutunut, koska vastauksia tuli vain kuusi kappaletta. Vähäisen tutkittavan aineiston takia en tehnyt tilastollista osuutta kovin laajaksi, vaan se on ainoastaan tukena varsinaiselle Tipas Ulvonta -tapahtuman kuvauksen ja toteutuksen osuudelle. Tutkimukseni tuloksia ei siis voida pitää kovin luotettavina. Otoksen kokoa olisi suurentanut huomattavasti se, että olisin itse jakanut kyselylomakkeet kaikille talkoolaisille henkilökohtaisesti. Jätin kyselylomakkeiden jakelun kuitenkin talkooryhmän omalle vastuulle, joten se ei ehkä näin ollen herättänyt niin suurta mielenkiintoa ja tärkeyttä.

LÄHTEET

Aarrejärvi, L.1994. Kongressijärjestäjän käsikirja. Painatuskeskus Oy. Helsinki.

Elintarviketurvallisuusvirasto Evira. 2006. Koulutusaineistoa. http://www.evira.fi/attachments/elintarvikkeet/lainsaadanto/uudet_perussaadokset/maksullisuus_tilapainen_myyntipdf.pdf (Luettu 5.11.)

Gramex 2006. Esittävien taiteilijoiden ja äänitteiden tuottajien tekijänoikeusyhdistys. http://www.gramex.fi/index.php?mid=159 (Luettu 16.100.2006)

Grönroos, C. 1998. Nyt kilpaillaan palveluilla. WSOY. Porvoo.

Heikkilä, T. 2004. Tilastollinen tutkimus. Edita Prima Oy. Helsinki.

Hemmi, J. & Vuoristo, K-V. 1993. Matkailu. WSOY. Porvoo.

Hemmi, J., Lehtinen J. R. & Vuoristo K-V. 1987. Matkailu ja matkailijat. WSOY. Porvoo.

Holloway, J. C. 1998. The Business of Tourism. Addison Wesley Longman Singapore (Pte) Ltd. Singapore.

Iiskola-Kesonen, H. 2004. Mitä, miksi, kuinka? Käsikirja tapahtumajärjestäjille. Suomen Liikunta ja Urheilu ry. Suomen Graafiset Palvelut Ltd.

Jaworski, J. 2004. Projektmanagement in der Veranstaltungswirtschaft. Luentomateriaali kursilla Veranstaltungsmanagement. Fachhochschule Heilbronn. Saksa.

Karlöf, B. 1999. Johtamisen käsitteet ja mallit. WSOY. Porvoo.

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

Lotti, L. 1996. Markkinointitutkimuksen käsikirja. WSOY. Porvoo.

Länsi-Suomen lääninhallitus. 2006. Alkoholilupa ja -valvonta asiat. http://www.intermin.fi/lh/lansi/sto/home.nsf/pages/0F11F1D32E3CF7DEC2256BD70024AF0F?opendocument (Luettu 16.10.2006)

Mikkelin kihlakunnan poliisilaitos. 2006. Tapahtuman pelastus- ja turvallisuussuunnitelma. http://www.intermin.fi/poliisi/mikkeli/home.nsf/pages/B6DF3D6F5A9F88D2C225706F00334D90/$file/Yleisötapahtuman+pelastus-+ja+turvallisuussuunnitelma.doc (Luettu 15.7.2006)

Suomen Punainen Risti, Engel-Yhtymä, Net Effect, Opintotoiminnan Keskusliitto & Suomi-Somalia seura. 2004. Välittäjä. Vapaaehtoistoiminnan malli. Käsikirja nro 03/04 sarjasta Mahdollisuuksien työpaikka. F.G. Lönnberg. Helsinki.

Rainisto, S. 2004. Kunnasta brändi? Vammalan Kirjapaino Oy. Vammala.

Rautiainen, M. & Siiskonen, M. 2002. Kokous- ja kongressipalvelut. Tummavuoren Kirjapaino Oy. Vantaa.

Suden Ääni 2006 -tapahtuma. 2006. Suden Ääni 2006 -tapahtuma Helsingin Kaapelitehtaalla 27.1. - 14.2. http://www.sudenaani.org/ (Luettu 1.11.2006)

Tiehallinto. 2006. Tienvarsimainonta. http://www.tiehallinto.fi/servlet/page?_pageid=71&_dad=julia&_schema=PORTAL30&menu=6248&_pageid=71&kieli=fi&linkki=10066&julkaisu=3924 (Luettu 5.11.2006)

Teosto r.y. 2006. Säveltäjien, sanoittajien, sovittajien ja musiikinkustantajien tekijänoikeusjärjestö. http://www.teosto.fi/teosto/webpages.nsf (Luettu 16.10.2006)

Tervo, T. 2006. (Suullinen tiedonanto 5.12.2006)

Tyni, M. 2005. Itäsuomalaisten tapahtumien ominaispiirteitä. Savonia-ammattikorkeakoulu. KOPIJYVÄ. Kuopio.

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2003. Tapahtuma on tilaisuus. Opas onnistuneen tapahtuman järjestämiseen. Hakapaino. Helsinki.

Verohallinto. 2005. Talkootyön verotus. http://www.vero.fi/default.asp?article=4195&domain=VERO_MAIN&path=5,40,87&language=FIN (Luettu 16.10.2006)

Watt, D. C. 2001. Event Management in Leisure and Tourism. Addison Wesleys Longman Limited. New York.

Åberg, L. 2000. Viestinnän johtaminen. Otavan Kirjapaino Oy. Keuruu.

Ympäristöministeriö. 2006. Valtion Ympäristöhallinto. http://www.ymparisto.fi/default.asp?node=1437&lan=fi (Luettu 5.11.2006)

LIITTEET

LIITE 1: KUNNIAKIRJA JOUKKUE ULVONTA -KILPAILUUN OSALLISTUNEILLE

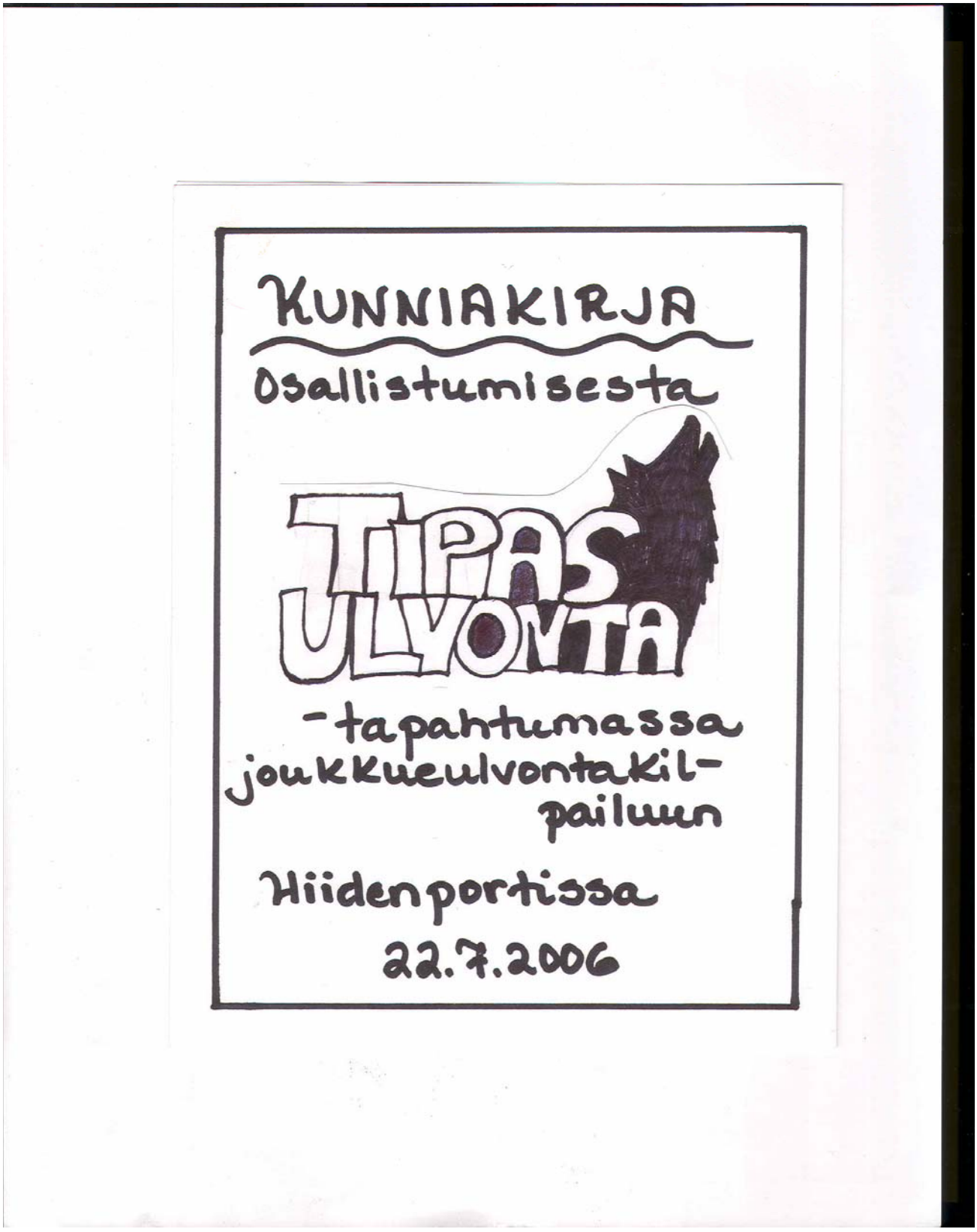
LIITE 2: TIPAS ULVONTA -TAPAHTUMAN A4-MAINOS

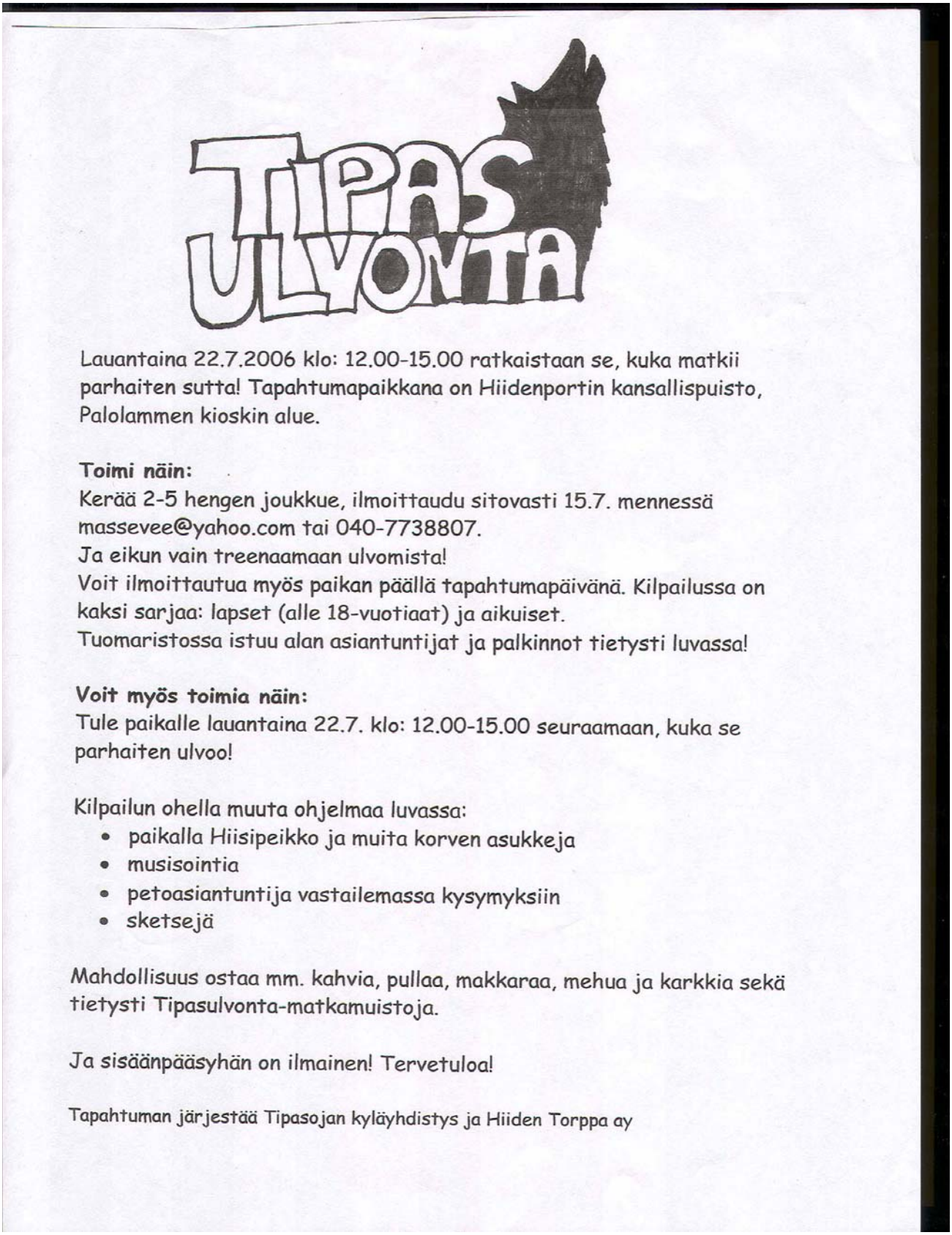
LIITE 3: ILMOITUS ELINTARVIKKEIDEN TILAPÄISESTÄ MYYNNISTÄ JA TARJOILUSTA TIPAS ULVONTA -TAPAHTUMASSA

LIITE 4: LUPA METSÄHALLITUKSELTA PALOLAMMEN ALUEEN KÄYTTÖÖN

LIITE 5: TURVALLISUUSSUUNNITELMA TIPAS ULVONTA -TAPAHTUMALLE

LIITE 6: TYYTYVÄISYYSKYSELYLOMAKE TIPAS ULVONNAN TALKOORYHMÄLLE


KUNNIAKIRJA
Osallistumisesta
TIPAS
ULVONTA
-tapahtumassa
joukkueulvontakil-
pailuun
Hiidenportissa
22.7.2006


TIPAS
ULVONTA
Lauantaina 22.7.2006 klo: 12.00-15.00 ratkaistaan se, kuka matkii parhaiten sutta! Tapahtumapaikkana on Hiidenportin kansallispuisto, Palolammen kioskin alue.
Toimi näin:
Kerää 2-5 hengen joukkue, ilmoittaudu sitovasti 15.7. mennessä massevee@yahoo.com tai 040-7738807.
Ja eikun vain treenaamaan ulvomista!
Voit ilmoittautua myös paikan päällä tapahtumapäivänä. Kilpailussa on kaksi sarjaa: lapset (alle 18-vuotiaat) ja aikuiset.
Tuomaristossa istuu alan asiantuntijat ja palkinnot tietysti luvassa!
Voit myös toimia näin:
Tule paikalle lauantaina 22.7. klo: 12.00-15.00 seuraamaan, kuka se parhaiten ulvoo!
Kilpailun ohella muuta ohjelmaa luvassa:
paikalla Hiisipeikko ja muita korven asukkeja
musisointia
petoasiantuntija vastailemassa kysymyksiin
sketsejä
Mahdollisuus ostaa mm. kahvia, pullaa, makkaraa, mehua ja karkkia sekä tietysti Tipasulvonta-matkamuistoja.
Ja sisäänpääsyhän on ilmainen! Tervetuloa!
Tapahtuman järjestää Tipasojan kyläyhdistys ja Hiiden Torppa ay

Kainuu

Kainuun maakunta –kuntayhtymä
Ympäristöterveydenhuolto

ILMOITUS ELINTARVIKKEIDEN TILAPÄISESTÄ MYYNNISTÄ JA TARJOILUSTA

Ilmoittajan nimi: HAIJA VUORINEN

Osoite: NIMISENKANKAANTIE 36 puh.: 040 - 7738807 fax: _____
88600 SOTKAMO

Toiminnasta vastaavan henkilön nimi, jos eri kuin ilmoittajan: TARJA TERTSUNEN

_____ puh.: 08667666

Myynti-/tarjoiluaika (pvm): 22.7.2006 KLO 12-15

Myynti-/tarjoilupaikka/tapahtuma: HIIDENPORTIN KANSALL. PUISTO, PALOLAHPI, TIPAS-ULVONTA TAPAHTUMA

Myyntipiste ja kalusteet (vaunu, katos, pöytä, yms.): KAKSI TELTTAKATOSTA

Onko myyntipisteen kalustosta tehty käyttöönottoilmoitus myyjän kotikunnassa tai muussa kunnassa ( )

Kunta: _____ Hyväksymispäivämäärä: _____

Luettelo myynnissä olevista helposti pilaantuvista elintarvikkeista: GRILLIMAKKARA

_____

Luettelo myynnissä olevista muista elintarvikkeista: KAHVI

_____

Jäähdytyslaitteet: _____

Kuumennuslaitteet: KAHVI KEITETÄÄN VALMIIKSI MUUALLA JA TUODAAN PAIKALLE MAKKARAT GRILLATAAN KAASUGRILLISSÄ

Säilytystilat ja -laitteet: MAKKARAT SÄILYTETÄÄN PAIKAN PÄÄLLÄ KYLMÄLAUKUISSA JA OSA MAKKAROISTA HIIDEN TORPALLA JÄÄKAAPISSA JA PAKASTEESSA

Elintarvikkeiden säilytys ja varastointi myyntiajan ulkopuolella: _____

13 KM:N PÄÄSSÄ PALOLAMMELTA

Helposti pilaantuvia elintarvikkeita käsittelevän todistus terveydentilasta: ( ) On (x) Ei _____

Elintarvikkeita käsittelevien henkilöiden lukumäärä: 2

Talousveden saanti: TALOUSVESI TUODAAN VESIKANISTEREILLA HIIDEN TORPALTA

Jätehuolto: JÄTTEET PISTETÄÄN KANNELLISEEN ROSKIKSEEN JA VIEDÄÄN TAPAHTUMAN JÄLKEEN MUUALLE ROSKAKSEEN

Selvitys käsien- ja kalusteiden pesumahdollisuudesta: _____

KÄSIENPESUVESI JA KÄSIPYYHEPAPERIT TUODAAN HIIDENTORPALTA

Selvitys WC:n käyttömahdollisuudesta: PAIKALLA ON KIINTEÄ WC-PUUCEE, JOKA ON VAIN KIOSKIN HENKILÖKUNNAN JA HUIDEN ELINTARVIKKEITA KÄSITTELEVIEN KÄYTÖSSÄ

Omavalvontasuunnitelma: ( ) On (x) Ei _____

Lisäselvityksiä: _____

Paikka ja aika: 20.6.2006 SOTKAMO

Ilmoittajan allekirjoitus: _____

LÄMPÖTILOJA, JOITA TULEE NOUDATTAA

Tuore kala 0 - 3 °C
Maito- ja maitotuotteet +8 °C tai alle
Jäätelö ja pakasteet –18 °C, myytäessä lämpötila saa kohota –15 °C
Täytettä sisältävät leipomo- ja konditoriatuotteet +8 °C tai alle
Muut kalatuotteet +8 °C tai alle
Tyhjiöpakattujen kalavalmisteiden turvallinen säilytyslämpötila on 0-3 °C botulismi- ja listeriariskin vuoksi
Liha- ja lihatuotteet +7 °C tai alle
Salaatit +8 °C
Kuumana myytävät tuotteet yli +60 °C

Hiiden Torppa Ky
Nimisenkankaantie 36
88600 Sotkamo
Y-tunnus 1464761-4

Yhdyshenkilöt:
Hiiden Torppa: Niina Tervo, puh. 050 353 9031
Tipasojan kyläyhdistys r.y.: Ritva Korhonen ja Tarja Tervo

Lupa Suden Ulvonta –tapahtumaan sekä Korpiooppera –esitykseen

Metsähallitus, Pohjanmaan luontopalvelut antaa Hiiden Torppa –yritykselle sekä Tipasojan kyläyhdistykselle luvan järjestää 22.7.2006 klo 11 – 16 Hiidenportin kansallispuiston Palolammen maastossa ja sen lähiympäristössä Suden Ulvonta –tapahtuman sekä Korpioopperan esityksen. Käytettävä alue: Palolammin opastuspaikka ja sen rakenteet, käymälät, pysäköintialueet sekä muutaman sadan metrin matka Hiidenportin polkua opastuspaikalta eteenpäin.

Tapahtuman yhteydessä on huomioitava seuraavaa:

- järjestäjät vastaavat tapahtuman ennakkomarkkinoinnista ja –ilmoittelusta. Palolammen ilmoitustaululle ja kioskille on toivottavaa pistää hyvissä tietoa tapahtumasta kansallispuiston kävijöiden tiedoksi.
- järjestäjät vastaavat tapahtuman pysäköintijärjestelyistä, siten että autoja ei pysäköidä maastoon vaan tarkoitukseen varatuille paikoille.
- järjestäjät vastaavat tapahtumaan siisteydestä. Jätteet kuljetetaan tapahtuman jälkeen pois alueelta ja alue siivotaan.
- järjestäjä vastaa tapahtuman järjestyksenpidosta.
- mahdollisista ”yllätyksistä” ja vahingoista on heti tapahtuman jälkeen ilmoitettava Metsähallituksen yhdyshenkilölle.

Tapahtuman jälkeen pidetään järjestäjien ja Metsähallituksen kesken palaveri, jossa kerätään kokemukset tapahtumasta ja kehitetään sitä edelleen.

Metsähallituksen yhdyshenkilöt ovat luontovalvoja Hannu Haverinen (huolto, rakenteet, puh. 0400 218 221); erikoissuunnittelija Eeva Pulkkinen (sisältö- ja rekvisiittayhteistyö, puh. 040 576 8603) sekä puistonjohtaja Kerttu Härkönen (yleiset lupa-asiat, puh. 040 743 5333).

Lupa on maksuton.

Suomussalmella 6.6.2006

KERTTU HÄRKÖNEN
Kerttu Härkönen
puistonjohtaja

TURVALLISUUSSUUNNITELMA

Tipas ulvonta-kesätapahtuma 22.7.2006
Sotkamossa, Hiidenportin kansallispuistossa, Palolammen alueella

Tapahtuma: Tipas ulvonta

Osallistujat: kaikenikäiset lähipaikkakuntalaiset sekä katsojina että ulvonta-kilpailuun osallistujina, arviolta yhteensä noin 120 henkilöä osallistujineen ja järjestäjineen

Ajankohta: lauantai 22. päivä heinäkuuta 2006 klo: 12.00-15.00

Tapahtumapaikka: Hiidenportin kansallispuisto Sotkamossa, Palolampi ja Palolammen kioski sekä opastuskatos ympäristöineen

Järjestäjä: Hiiden Torppa Ay ja Tipasojan kyläyhdistys

Vastuujohtaja, turvallisuusvastaava: Maija Vuorinen 040-773 8807

Muut järjestelijät: Tarja Tervo, Ritva Korhonen, Niina Tervo

Etukäteisohjeet osallistujille: osallistujille katsojina tai kilpailijoina ei ole annettu etukäteen erikoisohjeita, mainonnassa on kerrottu tapahtuman ohjelmasta

Tapahtuman ohjelma ja aikataulu:
klo: 12.00 ”mehtäläis pariskunnan” tervetulosanat ja grammarilla musiikkia (Tarja ja Terho)
klo: 12.15 yhteislaulua (vetäjänä?)
klo: 12.30 juontajat vaihtavat muutaman sanan petoasiantuntijan kanssa
klo: 12.40-13.10 sketsejä (esittäjänä?)
klo: 13.10-13.40 kahveetaako ja Hiisipeikko & kumppanit lähtevät liikkeelle
klo: 13.45 ulvonta kilpailu alkaa

- joukkueiden esittely
- tuomariston esittely

klo: 14.00-14.30 suoritetaan ulvontanäytteet
klo: 14.45 kilpailun tulokset ratkaistaan ja jaetaan palkinnot…oikeaa ulvontaa alkaa kuulua…
klo: 15.00 tapahtuma ohi

Riskien kartoitus

Jos ensin käsitellään ulvontaa itse lajina, ovat riskit siinä hyvin pienet, sillä ulvonta ei vaadi fyysisiä suorituksia, vaan ainoastaan äänen käyttöä. Ainoa riskinä voi olla se, että joku ulvojista pyörtyy kesken ulvonnan, joka saattaa johtua osittain myös jännityksestä tai sään ollessa aurinkoinen, liiasta kuumuudesta.

Tapahtumapaikan alueella riskinä voi olla vaihtelevan maaston takia se, että joku paikalla olijoista kaatuu kompastuessaan kiveen, kantoon tms. Jos tapahtuma ajankohtana on sateista tai muuten märkää sateen jäljiltä, voi liukas maasto kivineen ja kantoineen lisätä tätä riskiä. Tapahtumapaikka on hyvin lähellä lammen rantaa ja lampi syvä, joten riskinä voi olla, että joku putoaa laiturilta lampeen kurotellessaan veteen tai uidessaan lammessa meinaa hukkua.

Koska tapahtuma on luonnossa, voivat luonnon eläimet olla riskitekijä. Paikalle saattaa oikeasti ilmestyä susi ulvonnan kiinnostamana tai jokin muu peto voi myös osua paikalle. Alueella on myös tavattu kyykäärmeitä, jotka saattavat purra jotakuta paikallaolijaa.

Jos tapahtumapäivänä on oikein kuuma, helteinen ja aurinkoinen ilma, voi olla, että se aiheuttaa joissakin osallistujissa tai yleisössä huonovointisuutta tai heikotusta. Myös auringonpistokset ja pyörtymiset saattavat olla mahdollisia.

Riskien ehkäiseminen ja hallinta

Fyysisiä loukkaantumisia pyritään estämään sillä, että kaikki suorituspaikat, myyntikojut ja muut paikat, joihin yleisön tai osallistujien on mentävä, sijoitellaan niin, että kulku sinne on mahdollisimman helppoa ja kulkureitit kulkevat valmiita polkuja tai tasaista maastoa pitkin.

Liian kuuman ilman aiheuttamat riskit minimoidaan sillä, että tarjolla on juomia, joita yleisön ja osallistujien on mahdollisuus ostaa. Alueella on myös kaivo, josta voi vapaasti juoda. Alueelle sijoitellaan penkkejä ja muita istumapaikkoja myös varjoisille paikoille. Ulvontapaikka laitetaan hiukan syrjemmälle tapahtuman keskipisteestä Palolammen kioskin pihasta, joten näin ollen kilpailijoiden jännityskynnystä vähennetään ja paikka on suojaisa myös auringonpaisteelta.

Kyyt ja petoeläimet väistävät hyvin suurella todennäköisyydellä näinkin äänekästä porukkaa ja pysyttelevät metsän siimeksissä tapahtuman ajan.

Lammelle hommataan tapahtuman ajaksi pelastusrengas siltä varalta, että joku tippuu lampeen tai on sinne hukkuakseen syystä tai toisesta. Tapahtuman keskipisteet sijoitellaan niin, että ne ovat mahdollisimman kaukana lammen rannasta, joka taas vähentää ihmisten mielenkiintoa mennä lammen rantaan.

Onnettomuustilanteen sattuessa toimiminen
Jos jokin vakava, suurempia toimenpiteitä vaativa onnettomuus tapahtuu, toimitaan seuraavasti:

1. Arvioidaan tilanne
2. Estetään lisäonnettomuudet
3. Annetaan ensiapu
4. Hälytetään apua
    a. Soitto 112.
    b. Mitä on tapahtunut ja missä.
    c. Kerrotaan potilaan/potilaiden määrä ja tila.
    d. Hoidetaan tilannetta, kunnes apua on saatu paikalle.
    e. Kun tilanne on ohi, turvallisuusvastaava Maija Vuorinen vastaa mahdollisesta jälkipuinnista esim. lehdistölle

Jos joku paikalle olijoista pyörtyy tai voi huonosti kuumuuden takia tai muuten, hänet viedään kioskin sisälle varjoon sänkyyn lepäämään ja toipumaan. Nyrjähdysten, ruhjeiden ja

muiden pienten tapaturmien varalle kioskissa on ensiapuvälineet, jotka sisältävät myös kyy-pakkauksen mahdollisen kyyn pureman varalta.

Suunnitelman jakelu

Suunnitelmaa jaetaan 2 kpl Hiiden Torpalle ja 2 kpl Tipasojan kyläyhdistykselle.

Tyytyväisyyskysely Tipas Ulvonta-tapahtuman järjestäjille

Tämän kyselyn saa täyttää jokainen, joka osallistui 22.7.2006 järjestetyn Tipas Ulvonta-tapahtuman suunnitteluun, toteutukseen tai järjestelyihin jollain tavoin. Kyselyn vastauksista teen yhteenvedon osana opinnäytetyötäni. Kyselyn tulosten pohjalta tapahtumaa voi kehittää tulevana vuonna.

Vastaa kysymyksiin asteikolla 1-5. Laita numero kysymyksen perään.
1 erittäin tyytymätön, 2 tyytymätön, 3 ei tyytymätön ei tyytyväinen, 4 tyytyväinen, 5 erittäin tyytyväinen

1. Kuinka tyytyväinen olit etukäteisinformaatioon, jota sait työtehtävästäsi, joka sinulla olisi tapahtumassa?
2. Kuinka tyytyväinen olit muuhun etukäteisinformaatioon, jota sait tapahtuman järjestämisestä (esim. mihin aikaan on oltava paikalla, ketä muita tulee työtehtäviin jne)?
3. Kuinka tyytyväinen olit tapahtuman kävijämäärään (n. 130 hlöä)?
4. Kuinka tyytyväinen olit opasteisiin tapahtumapaikalle?
5. Kuinka tyytyväinen olit opasteisiin ja kyltteihin tapahtumapaikalla?
6. Kuinka tyytyväinen olit omaan työpanokseesi?
7. Kuinka tyytyväinen olit keskimääräisesti talkooryhmän työpanokseen?
8. Kuinka tyytyväinen olit ohjelman sisältöön?
9. Kuinka tyytyväinen olit ulvonta kilpailun onnistumiseen?
10. Kuinka tyytyväinen olit osallistuvien joukkueiden määrään (12 joukkuetta)?
11. Kuinka tyytyväinen olit Hiisipeikkoon ja metsän eläinten esiintymiseen?
12. Kuinka tyytyväinen olit ohjelman juontajiin?
13. Kuinka tyytyväinen olit tapahtumapaikan rakenteiden asetteluun (myyntikojut, katokset, penkkien asettelu yms)?
14. Kuinka tyytyväinen olit yleisesti tapahtuman onnistumiseen?

Anna lyhyt kirjallinen vastaus seuraaviin kysymyksiin.

15. Mitä olisit toivonut lisää tapahtuman ohjelmaan?

_____
_____
_____
_____
_____

16. Miten tapahtumaa tulisi mielestäsi kehittää?

_____
_____
_____
_____
_____

17. Olisitko valmis tulemaan ensi vuonna järjestämään tapahtumaa? kyllä ( ) ei ( )
18. Kannattaako mielestäsi Tipas Ulvonnan järjestämistä jatkaa? kyllä ( ) ei ( )

Palauta kysely täytettynä Maijalle Hiiden Torpalle elokuun loppuun mennessä tai ilmoita Maijalle (040-7738807 tai mmm3mmaijav@kajak.fi), mistä täytetyn lomakkeen voi tulla hakemaan!
Kiitos vastauksestasi!
Terveisin Maija