



Karelia-ammattikorkeakoulu
Restonomi (AMK)

Tapahtumakonseptin luominen Kirkkolahden alueelle

Rosalin Sallinen

Opinnäytetyö, marraskuu 2022

www.karelia.fi



OPINNÄYTETYÖ
Marraskuu 2022
Matkailu- ja palveluliiketoiminta

Tikkarinne 9
80200 JOENSUU
+358 13 260 600

Tekijä(t)
Rosalin Sallinen

Nimeke
Tapahtumakonseptin luominen Kirkkolahden alueelle

Toimeksiantaja
Liperin kehittämishanke

Tiivistelmä

Opinnäytetyön aiheena oli suunnitella tapahtumakonsepti Liperin Kirkkolahden alueelle. Toimeksiantaja oli Liperin kehittämishanke. Tapahtumakonseptin suunnittelun tavoitteena oli selvittää, minkälaista ohjelmaa ja yhteistyötä Kirkkolahden alueen sidosryhmien kanssa olisi mahdollista toteuttaa lapsiperheille suunnattuun tapahtumaan. Opinnäytetyössä selvitettiin lisäksi, onko sidosryhmillä kiinnostusta lähteä järjestämään yhdessä lapsiperheille suunnattua tapahtumaa.

Tässä tutkimuksellisessa opinnäytetyössä aineistokeruumenetelmänä käytettiin kyselyä, joka toteutettiin Webropol-alustalla. Kyselylinkki jaettiin Liperin yrittäjille ja yhteisöille. Lisäksi kyselylinkki jaettiin laajemmin esimerkiksi Liperin kunnan nettisivuilla ja sosiaalisen median kanavissa. Kyselyyn vastasi yhteensä kuusi yrityksen tai yhteisön edustajaa. Kyselyn lisäksi tehtiin teemahaastatteluita, joissa haastateltiin yhteensä neljä eri seuran ja yrityksen edustajaa. Haastatteluihin osallistuneet työskentelevät Liperissä, ja heillä oli kokemusta tapahtuman järjestämisestä.

Kyselyn ja haastatteluiden avulla saatiin tietoa Liperin Kirkkolahden alueen tapahtumatuotannosta. Vastausten perusteella Liperin Kirkkolahden alue koetaan hyvänä tapahtumapaikkana. Alue tarvitsee silti kehittämistä edelleen. Aineistoa hyödyntäen saatiin kaksi tapahtumakonsepti-idea Liperin Kirkkolahdelle. Lisäksi tässä opinnäytetyössä tuodaan esille kehitysehdotuksia liittyen tapahtuman järjestämiseen.

Kieli
suomi

Sivuja 53
Liitteet 4
Liitesivumäärä 6

Asiasanat
tapahtumakonsepti, sidosryhmät, yhteistyö



THESIS
November 2022
Degree Programme in Tourism and Hospitality Management

Tikkarinne 9
80200 JOENSUU
FINLAND
+ 358 13 260 600

Author
Rosalin Sallinen

Title
Creating an Event Concept for the Area of Kirkkolahti in Liperi

Commissioned by
Kirkkolahti development project in Liperi

Abstract

The topic of this thesis was to design an event concept for the Kirkkolahti area in Liperi. The commissioner was the Kirkkolahti development project in Liperi. The goal of planning the event concept was to find out what kind of program would be possible to be implemented together with interest groups in the Kirkkolahti region, for an event for families with children. In addition, the thesis examined whether the interest groups had an interest to organize an event for families with children.

In this research-based thesis, survey was used as the data collection method. The survey was implemented on the Webropol platform. The survey link was shared with entrepreneurs and communities in Liperi. In addition, the link to the survey was shared more widely on, for example, the website of Liperi municipality and on the social media channels of Liperi. A total of six company or community representatives responded to the survey. In addition to the survey, themed interviews were held, in which four representatives from entities and companies were interviewed. The participants of the interviews work in Liperi and they have experience in organizing events.

Information about event production in the Kirkkolahti area of Liperi was gained with the help of the survey and the interviews. Based on the answers, the Kirkkolahti region of Liperi is perceived as a good venue. However, the region still needs further development. Utilizing the gained data two event concept ideas were developed for Kirkkolahti. In addition, this thesis raises development proposals for organizing events.

Language
Finnish

Pages 53
Appendices 4
Pages of Appendices 6

Keywords
event concept, interest groups, cooperation

Sisältö

1	Johdanto	5
2	Opinnäytetyön lähtökohdat	6
2.1	Tavoite ja tehtävä	6
2.2	Toimeksiantaja ja toimijat	6
2.3	Liperin Kirkkolahden alue	8
3	Tapahtumatuotanto	10
3.1	Tapahtuman järjestäminen	10
3.2	Tapahtuman suunnittelu	12
3.3	Tapahtuman toteutus	14
3.4	Tapahtuman jälkeen	15
4	Tapahtumakonseptin luominen	17
4.1	Tuotteistaminen	17
4.2	Markkinointi	19
4.3	Kohderyhmänä lapsiperheet	21
4.4	Saavutettavuus ja esteettömyys tapahtumassa	22
5	Opinnäytetyön menetelmälliset valinnat	24
5.1	Laadullinen tutkimus	24
5.2	Kysely	24
5.3	Haastattelu	26
5.4	Luotettavuus ja eettisyys	28
6	Kyselyn tulokset	29
7	Haastattelun tulokset	33
7.1	Taustatiedot haastateltavista	33
7.2	Näkemyks Liperin Kirkkolahden alueesta tapahtumapaikkana	35
7.3	Lapsiperheille suunnatun tapahtuman tarpeet ja toiveet	37
7.4	Ajankohdan selvittäminen lapsiperheille suunnattuun tapahtumaan ..	39
7.5	Tapahtumakonseptin sisältö	41
7.6	Yhteiskumppanuuden selvittäminen	41
7.7	Yhteenveto haastattelujen tuloksista	42
8	Tapahtumakonsepti Liperin Kirkkolahden alueelle	43
9	Kehitysideat	46
10	Pohdinta	47
	Lähteet	50

Liitteet

Liite 1	Saatekirje kyselyyn
Liite 2	Webropol-kysely
Liite 3	Haastattelukysymykset
Liite 4	Tapahtumakonsepti

1 Johdanto

Tapahtumien merkitys korostuu, kun ihmiset kaipaavat arkeensa virkistäytymistä ja yhteenkuuluvuuden kokemuksia. Yhteiskuntamme suosii aineettoman kulutuksen lisäämistä eli palveluiden ja kokemusten kuluttamista, mihin tapahtumat lukeutuvat. Samalla yhä useampi työ siirtyy tehdastyöstä kohti palvelualaa. Tarvitsemme tulevaisuudessakin tapahtumia, jotta saamme kuntiin ja kaupunkiin lisää elinvoimaa, hyvinvointia ja uusia sukupolvikokemuksia. (Tapahtumateollisuus ry 2022.)

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on luoda lapsiperheille suunnattu tapahtumakonsepti, jota voidaan hyödyntää tapahtuman järjestämiseen Liperin Kirkkolahden alueella. Opinnäytetyössä selvitetään Liperissä toimivien yritysten ja yhteisöjen näkemyksiä tapahtuman järjestämisestä Kirkkolahdella. Tietoperusta koostuu tapahtumatuotannosta, tapahtuman järjestämisestä, suunnittelusta, toteuttamisesta ja jälkivaiheesta. Lisäksi työssä perehdytään tuotteistamiseen, markkinointiin, lapsiperheisiin kohderyhmänä sekä tapahtumien esteettömyyteen, saavutettavuuteen ja tapahtumakonseptointiin.

Idea opinnäytetyöhön lähti omasta kiinnostuksestani Itä-Suomen alueen matkailun kehittämiseen. Aihe tarkentui pohtiessani tulevaisuutta ja omia haaveitani. Toiveissani olisi joskus järjestää ja tarjota hyvinvointiin ja elämyksiin liittyviä palveluita ja toteuttaa näihin liittyvä tapahtuma. Aikaisempi koulutukseni on lisäksi lasten ja nuorten osaamisalalta, joten olin kiinnostunut yhdistämään sen opinnäytetyöhöni.

2 Opinnäytetyön lähtökohdat

2.1 Tavoite ja tehtävä

Opinnäytetyö on osana Liperin Kirkkolahden alueen “Latvavesiltä osaksi Saimaan matkailu- ja satamapalveluverkosto – Liperin satama-alueen kehittämistä tukevien investointien toteuttaminen” -hanketta (Liperi 2022a). Opinnäytetyön tavoitteena on luoda Liperin Kirkkolahden alueelle tapahtumakonsepti, jonka kohderyhmänä ovat lapsiperheet.

Opinnäytetyönprosessin aikana toteutetaan kysely, joka on suunnattu Liperin Kirkkolahden alueen sidosryhmille. Sidosryhmiä ovat alueen yrittäjät, yhdistykset ja muut yhteistyökumppanit. Kyselyn tavoitteena on selvittää mahdollisia yhteistyökumppaneita Liperin Kirkkolahden alueella. Kyselyssä selvitetään näkemyksiä mahdollisen tapahtumakonseptin toteuttamiseen. Sidosryhmille suunnatulla kyselyllä on hyvä selvittää esimerkiksi kiinnostusta tapahtuman järjestämistä kohtaan, tapahtuma-alueen mahdollisuuksia ja haasteita, ajankohtaa ja sitä, millä tavalla yritys tai yhteisö voisi mahdollisesti osallistua tapahtuman järjestämiseen. Tällä tavoin saadaan selville yrittäjät ja toimijat, joilla on mahdollisuus osallistua tapahtuman järjestämiseen ja ideoita tapahtuman sisältöön liittyen. Kyselyn lisäksi haastatellaan muutamia yhteisöjä tai yrityksiä. Toimeksiantaja pystyy tulevaisuudessa hyödyntämään opinnäytetyötä Kirkkolahden alueen tapahtumien järjestämisessä ja muussa alueen toiminnassa.

2.2 Toimeksiantaja ja toimijat

Liperin kehittämishankkeen toteuttajana on Liperin kunnan elinympäristöpalvelut ja Lipertek Oy (Liperi 2022a). Lipertek Oy on palveluyritys, ja sen tehtäviä ovat muun muassa yritysten kehittäminen, seutu- ja aluekehitys ja markkinointityö (Lipertek Oy 2022). Hankkeen projektipäällikkönä toimii Lauri Jänis ja projektisuunnittelijana Noora Vuontisvaara. Hanke rahoitetaan Euroopan aluekehitysrahaston kautta, ja siinä päärahoittajana toimii Etelä-Savon elinkeino-,

liikenne- ja ympäristökeskus. Hankkeen toteutusaika on 1.1.2021–31.12.2022. (Liperi 2022a.) Liperin Kirkkolahden aluetta halutaan kehittää matkailun näkökulmasta helposti saavutettavaksi niin maalta, vesiltä kuin myös verkosta käsin. Tarkoituksena on luoda Kirkkolahden alueelle toimiva toimintakonsepti ja selkeä brändi. Hankkeessa tehdään investointeja, jotka liittyvät veneilyyn, palveluihin ja alueen viihtyvyyteen. (Liperin kunnanhallitus 2022.)

Liperin Kirkkolahden alueelle on tehty aluesuunnitelma ja siinä on kuvattu eri toimintojen sijaintivaihtoehtoja. Esimerkiksi Kirkkolahden rannan läheisyyteen Heinävedentien varteen on suunniteltu leirintäalue, jossa olisi yhteiskäyttöinen sauna ja huoltorakennus sekä grilli-, tauko- ja leikkipaikka. Kirkkolahden satama-alueesta halutaan yhteinen, ympärivuotinen kohtaamispaikka, jossa olisivat mukana matkailu- ja vesistöpalveluyrittäjät, matkailijat, vapaa-ajan asukkaat ja kuntalaiset. Aluetta halutaan kehittää niin, että siinä huomioidaan alueen historia, maisema ja toiminnallisuus. (FCG Finnish Consulting Group 2021, 2, 9.)

Liperiin on perustettu Liperin Elämystapahtumat ry -yhdistys, joka keskittyy tapahtumien järjestämiseen. Kesällä 2022 Liperin Kirkkolahden alueelle suunniteltiin tapahtumia, jotka soveltuvat koko perheelle. Esimerkiksi Liperin myllyn pihaan kokoontuivat kuorma-autot, joita voi käydä ihastelemassa ja lisäksi oli mahdollista myös päästä kokeilemaan ajamista simulaattorilla. Truck Meeting järjestettiin kesällä 2022 Pohjois-Karjalassa ensimmäistä kertaa. Sen ympärille oli suunniteltu myös monenlaista ohjelmaa ja palveluita. Tapahtuman tarkoituksena oli tuoda muun muassa esille yhteiskunnallisesti tärkeää kuljetusalaa ja mahdollistaa kuljettajien tapaamisen. (Liperi 2022b.)

Liperin Elämystapahtumien järjestäjien mukaan Liperin Kirkkolahden alue on haasteellinen johtuen rajallisesta tilasta, sillä esimerkiksi vesistö on lähellä ja rakennusten välillä piha-alueita on vähänläisesti. Haaste on myös saada Liperi erottautumaan edukseen muista kunnista. Eli täytyy olla syy, miksi Liperiin kannattaisi tulla. Liperin elämystapahtumat ry -yhdistyksessä päävastuussa ovat Allu Karttunen ja Tarja Luostarinen. He tekevät töitä tapahtumien eteen, jotta jatkossakin Liperin kirkonkylän alueella järjestettäisiin erilaisia tapahtumia. (Liperi 2022b.)

Liperin kehittämishanke on vuoden 2022 aikana avannut yhdessä Liperin kunnan kanssa matkailusivuston visitliperi.fi, johon on koottu Liperin alueen matkailualan toimijat ja palvelut. Lisäksi samaan aikaan on perustettu Liperin matkailuyhdistys ry. Yhdistyksen tavoitteena on tehdä näkyväksi Liperin matkailua ja parantaa yhteistyötä matkailutoimijoiden välillä. (Liperi 2022c.)

Liperin kuntastrategian mukaan Liperi haluaa olla vetovoimainen kunta. Liperissä on paljon lapsiperheitä, ja tarkoituksena on saada Liperiin lisää perheitä ja paluumuuttajia. Varhaiskasvatusta, opetusta ja vapaa-aikapalveluita halutaan jatkossakin kehittää, ja lisäksi Liperi aikoo hakea Unicefin lapsiystävällinen kunta -tunnustusta. (Liperin kuntastrategia 2021, 2–5.)

2.3 Liperin Kirkkolahden alue

Liperi sijaitsee Pohjois-Karjalan maakunnassa, ja se muodostuu kolmesta taajamasta: Liperin kirkonkylästä, Viinijärvestä ja Ylämyllystä. Väkiluku Liperissä vuonna 2016 oli reilu 12 000. (Liperi 2017, 5–6.) Liperissä asuu paljon lapsiperheitä, ja vuonna 2017 lapsiperheiden määrä oli 1 722. Liperi on myös keski-ikältään melko nuorekas kunta, sillä vuonna 2017 keski-ikä oli 42,6 vuotta. (Liperi 2018, 10–12.)

Kirkkolahti sijaitsee Liperin kirkonkylän keskustan tuntumassa ja vesistön läheisyydessä. Alue kuuluu Järvi-Suomen saaristo-osakuntiin, ja se on yhteydessä Saimaaseen. Liperin Kirkkolahden alue on kulttuurimiljööltään monipuolinen, ja keskeisin maamerkki siellä on Liperin evankelisluterilainen kirkko, joka on punatiilinen ja tornillinen pitkä kirkko. Kirkkorannan niemen kärjessä on myös makaasiinirakennus ja sen ympärillä venelaitureita. (FCG Finnish Consulting Group 2021, 2–6.) Rantamakasiinirakennus palvelee kesäisin matkailijoita ja paikallisia. Sieltä saa muun muassa pizzaa ja virvokkeita. (Ruskeakorpi Oy 2022.) Historiallinen Myllyranta sijaitsee myös Kirkkorantaa vastapäätä (FCG Finnish Consulting Group 2021, 6). Siellä on toiminut muun muassa vanha Liperin Mylly ja osuusmeijeri, joka on ollut merkittävä suomalaisten maataloustuotteiden

jalostaja. Tällä hetkellä paikka toimii kahvilana ja lounaspaikkana, jossa on mahdollisuus järjestää myös juhlia. (Myllypuoti 2022.)

Kirkkolahden alue on ympäristöltään kaunis ja kiinnostava, ja se sijaitsee hyvien kulkuyhteyksien varrella. Maanteitse alue sijoittuu kahden seututien risteykseen. Tapahtumia ajatellen pysäköintialueita pystytään lisäämään tilapäisesti läheisille alueille ja kevyen liikenteen huomiointi varmistetaan esimerkiksi toimivilla opasteilla, jotta kaikilla on mahdollisuus tulla paikalle. (FCG Finnish Consulting Group 2021, 5–6.)

Aluetta halutaan kehittää matkailun puolella entistä viihtyisämmäksi myös veneilijöille, kun venesatamaa ja satamapalveluita parannetaan. Kirkkolahden alueella on mahdollista viettää monipuolisesti vapaa-aikaa, koska sinne on suunnitteilla parannuksia vapaa-ajan toimintaan, kuten leikkialueiden kunnostamistyöt ja huoltorakennuksien rakentaminen. Rakennetun ympäristön parannukset mahdollistaisivat alueen paremman käytön tulevaisuudessa ja kävijämäärän lisäämisen. (FCG Finnish Consulting Group 2021, 4.) Tapahtuman järjestäminen toisi parhaimmillaan positiivista näkyvyyttä ja huomiota Liperin kunnalle. Liperi sijaitsee lähellä isompaa kaupunkia, Joensuuta, joten se voisi tavoittaa alueelle lisää kävijöitä lähialueilta. Liperin kirkonkylältä Joensuuhun maanteitse on matkaa yhteensä 30 kilometriä (Visit Liperi 2022a).

Liperin Kirkkolahden kehittämishankkeessa on toteutettu kysely vuoden 2021 loppupuolella, johon tuli noin 200 vastausta. Suurin osa vastaajista asui muualla kuin Liperin kirkonkylän alueella. Kyselyssä Liperin Kirkkolahden alueelle toivottiin lisää palveluita, esimerkiksi kahvilaa tai kioskia. Lisäksi toivottiin myös mahdollisuutta vuokrata välineitä, kuten kanoottia ja leikkipuistoa lapsille. (Lius 2021a.) Kesällä 2022 Kirkkolahdessa oli mahdollista myös vuokrata kanoottia, kajakkeja ja SUP-lautoja, kun outokumpulainen yritys Melontakaverit järjesti myös ohjattuja melontakursseja. Muuna aikana ravintolayritys Rantamakasiini vuokrasi välineitä asiakkaille. (Liperi 2022c.)

3 Tapahtumatuotanto

3.1 Tapahtuman järjestäminen

Tapahtumia on monenlaisia, ja niihin osallistutaan tarpeen tai kiinnostuksen mukaisesti. On esimerkiksi kulttuuri- ja viihdetapahtumia, mutta myös työhön liittyviä messuja ja seminaareja. Tapahtumateollisuus onkin ollut merkittävä työllistäjä. Vakituksesti tapahtumat ovat työllistäneet 20 000 ihmistä ja alalla toimivia yrityksiä on noin 3 200. Vuonna 2019 kokonaisliikevaihto oli yhteensä 2,35 miljardia euroa. (Kuusisto & Sahlsted 2021, 5, 12.)

Tapahtumat ovat usein jonkin yhdistyksen, yrityksen tai kunnan järjestämä tilaisuus, joka on toistuva tai väliaikainen. Tapahtuman järjestämiseen liittyy erilaisia yhteistyötahoja, esimerkiksi viranomaisten kanssa tehtävä yhteistyö. Viranomaisia ovat esimerkiksi pelastusviranomaiset ja kunnassa toimivat asiantuntijat ja päättäjät, joiden puoleen voi kääntyä, varsinkin, jos kyse on suuremmasta tapahtumasta. (Huhtaniska & Tirronen 2019, 2–5, 46.)

Tapahtumat ovat merkittävä tekijä elinkeinoelämälle ja ihmisten hyvinvoinnille, koska ne työllistävät tänä päivänä monta ihmistä eri toimialoilta ja ne mahdollistavat uusia kokemuksia ja elämyksiä koettavaksi tapahtumiin osallistuville. Tapahtumien vaikutus näkyykin monella eri sektorilla. Tapahtumateollisuus tuo suoraan järjestäjille liikevaihtoa esimerkiksi lipputuloilla. Seuraavana tapahtumasta hyötyvät esimerkiksi majoitus- ja ravitsemustoiminta, jotka voivat ansaita osan liikevaihdostaan myymällä palveluitaan tapahtuman aikana. Tapahtumien ulkokehällä näkyy muuta tapahtumaan liittyvää kulutusta, esimerkiksi vaateostokset tapahtumaa varten. (Wirén, Westerholm & Liikamaa 2020, 2–7.)

Liiketoiminnan näkökulmasta tapahtumateollisuus voidaan jakaa erikseen omiin toimialoihin. Näistä esimerkkeinä tapahtuman järjestämiseen kuuluvat suunnittelu ja tuottaminen. Tapahtumarakentamiseen erikoistuneet palvelut voivat taas myydä tai vuokrata tilapäisesti telttojaan, wc:itä tai aitoja tapahtuma-alueelle. Tekniikka taas osaamista, kuten ääni- ja kuvatotutukset lavarakentamiseen ja

valaistussuunnitteluun. Lipunmyynti voi olla myös ulkopuolisen tahon toteuttama. Lipunmyyntiä voi toteuttaa digitaalisesti tai manuaalisesti, ennakkomyynnillä tai tapahtuman aikana. (Wirén ym. 2020, 8–9.)

Tapahtumien järjestäminen koronapandemian aikana ja sen jälkeen ovat tuoneet omanlaisensa haasteen. Tapahtuma-alalla työskentelevät ammattitaitoiset henkilöt ovat voineet siirtyä jo muualle töihin. (Wirén ym. 2020, 30–31.) Koronan jälkeen 6 000–6 500 vakituista työpaikkaa hävisi ja ala kärsii työvoimapulasta (Paukkeri 2022). Tapahtumateollisuudessa valtaosa työskentelevistä on mikroyrityksiä. Monella tapahtumanjärjestäjällä ei ole ollut taloudellisia mahdollisuuksia jatkaa enää työtään. (Wirén ym. 2020, 30–31.)

Tapahtuma-alalla koetaan epävarmuutta, sillä pelätään, löytävätkö ihmiset tapahtumiin jatkossa ja onko heillä varaa pääsylippuihin. Lisäksi digitalisaatio on tuonut myös tapahtuma-alalle uusia virtuaalisia ohjelmajärjestelmiä ja erilaisia viestintäalustoja. (Wirén ym. 2020, 30–31.) Tunnetuimmat viestintäalustat ovat esimerkiksi Microsoft Teams tai Zoom (Palmu 2020). Muutos näkyy siinä, että tapahtumia voidaan järjestää täysin virtuaalisesti sekä myös hybridimallilla, eli tapahtumaan voi osallistua fyysisesti paikan päällä tai etänä esimerkiksi omalla tietokoneella tai puhelimella. Digitalisaatio kuitenkin kehittyy jatkuvasti, ja siihen tarvitaan myös omanlaista osaamista ja resursseja teknologiaan. (Wirén ym. 2020, 30–31.)

Koronakriisin jälkeen erilaisille tapahtumille näyttäisi olevan kysyntää, koska ihmiset kaipaavat kohtaamisia ja uusia elämyksiä. Tapahtumajärjestäjät ovat joutuneet opettelemaan uusia toimintamalleja ja kehittämään osaamistaan koronakriisin aikana. (Wirén ym. 2020, 30–31.) Kilpailu tapahtuma-alalla saattaa tulevaisuudessa näkyä niin, ettei tapahtuma-alan osaajia esimerkiksi tekniikan puolelle löydy tarpeeksi. Lisäksi koronavuosien jälkeen kesällä 2022 puhuttiin, että tapahtumia järjestettiin jopa liikaa eikä yleisöä riittänyt kaikkialle. (Karhu 2022.) Tapahtumajärjestäminen kehittyy kuitenkin yhä ammattimaisempaan suuntaan ja erilaista osaamista tarvitaan. Lisäksi koronakriisin jälkeen moni tapahtumaan keskittynyt yritys on lopettanut, joten töitä riittää niille, jotka pystyvät jatkamaan toimintaansa. (Wirén ym. 2020, 31.)

3.2 Tapahtuman suunnittelu

Tapahtuma on tärkeää suunnitella huolellisesti ennen varsinaista tapahtumapäivää, ja suunnitteluun on varattava tarpeeksi aikaa (Huhtaniska & Tirronen 2019, 225). Suunnitteluvaiheessa on hyvä ottaa mukaan useamman tapahtuman järjestelyyn osallistuvan toimijan näkemys. Tapahtumanjärjestämisessä jaetaan jokaiselle omat vastuualueet ja tehtävät. Esimerkiksi tapahtumajärjestäjällä on tapahtumasta päävastuu, sillä hän vastaa tapahtuman toteuttamisesta. Tuotantotiimissä voivat työskennellä tapahtuman yhteistyökumppanit tai ulkopuolisen tahon tekijät, joille jaetaan omat työtehtävät. Mitä suurempi tapahtuma on, sitä tärkeämpää on jakaa tarkemmat vastuutehtävät osiin. (Vallo & Häyrynen 2016, 191, 265–273.)

Liperin kunnan toteuttamassa hankkeessa työskentelee projektipäällikkö, joka vastaa Kirkkolahden alueen kehittämisestä. Tätä kautta on alkuun hyvä lähestyä häntä ja saada tietoon eri yhteistyötahot. Mahdollista tapahtumaa ajatellen olisi hyvä käydä esittäytymässä ja tutustumassa yrittäjiin erilaisissa tapaamisissa ja päästä keskustelemaan puolin ja toisin ideoista ja toiveista. Tapahtumassa voitaisiin alueen yritysten palveluita tuoda paremmin esille ja miettiä, millä tavalla yrittäjät haluaisivat osallistua tapahtumaan.

Suunnitteluvaiheessa tapahtumaa lähdetään suunnittelemaan tarkemmin, esimerkiksi kuka on tapahtumajärjestäjä ja minkälaiset resurssit ovat tapahtuman järjestämiseen. Etenkin tapahtumapaikka täytyisi olla sopivasti tavoitettavissa ja löydettävissä, ja tulee miettiä, mitä tapahtumasta halutaan viestiä kohderyhmälle. (Vallo & Häyrynen 2016, 121–125.) Kun tapahtumaa lähdetään toteuttamaan, on hyvä miettiä, kenelle tapahtumaa halutaan järjestää ja minkälaista sisältöä sinne halutaan tuoda. Kohderyhmä, eli kenelle tapahtumaa järjestetään, on syytä tuntea hyvin. Tapahtuman tulee palvella hyvin kohderyhmää, jotta se täyttää osallistujien odotukset. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2022, 9.) Suunnitteluvaiheessa olisi suotavaa ottaa kohderyhmä mukaan, koska sieltä voi syntyä myös uusia ideoita ja ajatuksia. Tämä voi lisätä yhteenkuuluvuutta suunnittelijan ja kohderyhmän välillä. (Vallo & Häyrynen 2016, 192.)

Tapahtuman suunnittelussa on hyvä tuoda esiin laajasti erinäköisiä ajatuksia ja ideoita, koska silloin voi tulla jotain uutta ja erilaistakin esille. Kun on paljon ideoita, niistä on myös helpompi valita ne ideat, jotka sopivat parhaiten ja ovat toteutettavissa resurssit huomioiden. Alkuvaiheessa työkaluina voidaan käyttää erilaisia menetelmiä, kuten SWOT-analyysia, jossa listataan asioita monesta eri näkökulmasta, kuten mahdollisuudet, vahvuudet, uhat ja heikkoudet. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2022, 7.)

Tapahtuman ajankohta ja kesto vaikuttavat siihen, miten tapahtuman kohderyhmä ja järjestäjät voivat osallistua tapahtumaan. Tässäkin on hyvä tuntee kohderyhmän toiveet ja toisaalta muiden järjestäjien tapahtumat, jotta välttyään siltä, ettei kilpailevia tapahtumia ole samaan aikaan. On huomioitava esimerkiksi Suomen vaihtuvat vuodenajat ja sen tuomat haasteet. Kesäaikoina ihmiset liikkuvat paremmin pidempiäkin matkoja autolla, kun taas talvella ei välttämättä uskalleta lähteä liikkeelle pimeyden tai liukkauden takia. Vallo & Häyrinen (2016) toteavat, että toukokuu on yleensä sopivin kuukausi kaikenlaisille tapahtumille, lukuun ottamatta koulujen päättäjaisviikonloppua. (Vallo & Häyrinen 2016, 174–175.)

Järjestämisessä on otettava huomioon ympäristön puitteet ja niissä tapahtuman aikana toimiminen: esimerkiksi siivous, liikennejärjestelyt ja tapahtuman jälkeinen purku (Huhtaniska & Tirronen 2019, 225). Tapahtuman alueesta on huolehdittava. Sen on jäätävä siistiin kuntoon, ja lainatut tavarat ja muut tarvikkeet palautetaan oikeille paikoilleen. Etukäteen on hyvä myös sopia tapahtuman purusta ja siitä, kuka vastaa mistäkin toiminnasta. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2022, 35.) Mitä suurempi tapahtuma, sitä enemmän jätettä syntyy ja on huolehdittava asianmukaisesta toiminnasta. On varattava tarpeeksi jäteastioita ja henkilökuntaa. Näiden lisäksi on hyvä huomioida selkeät ohjeistukset yleisölle siitä, miten jätteet lajitellaan, ja tehdä sopimukset jätteiden hävittämisestä jätehuollon toimijan kanssa. (Huhtaniska & Tirronen 2019, 223.)

Turvallisuuden ja esteettömyyden huomiointi on tärkeä tekijä tapahtumassa. Se lisää yleisesti viihtyvyyttä ja sujuvuutta, jotta monet ihmiset voisivat osallistua tapahtumaan. Ennen varsinaista tapahtumaa esteettömyyden huomiointia on

myös selkeä tiedottaminen, esimerkiksi nettisivuilla fontin koko täytyisi olla vähintään 12. (Tampere 2022.) On selvitetävä tarpeellisuus tehdä myös pelastus- tai turvallisuussuunnitelmia. Lisäksi on mietittävä riskitekijät ja varauduttava hankkimalla esimerkiksi yleisötapahtumaan ensiaputaitoista henkilökuntaa. Tapahtumajärjestäjän on huolehdittava myös vastuuvakuutuksien ottamisesta vahinkojen varalle. (Vallo & Häyrynen 2016, 218.)

Tapahtuman näkyvyyden saamiseksi myös media on tärkeässä roolissa. Esimerkiksi paikalliset sanomalehdet, mainosesitteet, kunnan nettisivut ja sosiaalinen media tavoittavat parhaiten alueella asuvat ihmiset. Ennen tapahtuman toteuttamista olisi hyvä herättää huomiota ja kiinnostusta mahdollisissa osallistujissa. Tapahtumaa ennen pitää panostaa markkinointiin, jos kyseessä on uusi järjestettävä tapahtuma. Silloin on tunnettava potentiaalisen tapahtumaan osallistujan tarpeet ja ostokäyttäytyminen, jotta voidaan tehdä esimerkiksi kohdenettua markkinointiviestintää. Kysyntää ja ostohalukkuutta lisätään kohdenettulla mainonnalla. (Bergström & Leppänen 2021, luku 1.)

Panostamalla mainosten visuaaliseen ilmeeseen herätetään kiinnostusta ja huomiota tapahtumaa kohtaan. Olisi hyvä, että ainakin tapahtumanjärjestäjä pääsisi esittäytymään ja kertomaan paikallisille tapahtumasta esimerkiksi päiväkotien tai koulujen vanhempainiltoihin, koska Kirkkolahteen mahdollisesti suunnitteilla oleva tapahtuma koskee lapsiperheitä. Tapahtuman jälkeen asiakkaiden palautteet ja kuvien lisääminen tapahtumasta sosiaaliseen mediaan antaisi positiivista viestiä.

3.3 Tapahtuman toteutus

Tapahtuman toteuttaminen vaatii projektinhallintaa ja johtamistaitoja. Vallo ja Häyrynen (2016) esittävät, että jokaiselle järjestettävälle tapahtumalle on oltava yksi nimetty vastuhenkilö, jotta tapahtuman kulku onnistuisi mahdollisimman ongelmitta. Tapahtuman kulun aikana on huolehdittava aikataulutuksesta ja kokonaisuuden onnistumisesta. (Vallo & Häyrynen 2016, 199–203.) Tapahtumanjärjestäjä on huolehdittava myös henkilökunnasta, esimerkiksi talkooväestä ja

siivoojista niin, että heitä ohjataan ja koulutetaan työtehtäviinsä hyvin. Henkilökunta on tärkeässä osassa tapahtuman onnistumisessa. Heidän on tiedettävä, missä he toimivat, ja silloin voidaan mahdollistaa myös sujuva asiakaspalvelu tapahtumaan osallistuville. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2022, 12.)

Asiakkaan palvelupolun miettiminen alusta loppuun huomioi kaikki vaiheet: miten asiakas toimii ennen tapahtuman osallistumista, tapahtuman aikana ja tapahtuman jälkeen. Palvelupolun miettiminen tuo asiakkaalle lisää merkityksellisyyttä, mikäli yritys onnistuu palvelemaan asiakkaitaan oikeissa hetkissä ja tavoilla, jotka puhuttelevat asiakasta, ja tällöin palvelukokonaisuus muodostuu yhtenäiseksi. (Väätäinen 2015.)

Lapsiperheet kohderyhmänä haastaa tapahtuman järjestäjiä ottamaan huomioon myös lasten ikäjakautuksen, jotta tapahtuma olisi sopiva ja toiminnalliset osuudet kiinnostavia. Tapahtumassa voi olla myös ohjattuja hetkiä pelkästään lapsille ja vanhemmille mahdollisuus osallistua johonkin muuhun toimintaan siksi ajaksi. Silloin on tärkeää, että tapahtumassa on tarpeeksi osaavia ja lapsiystävällisiä ohjaajia, jotka voivat olla vastuussa lapsista. Tällöin olisi hyvä myös etukäteen varautua keräämään kaikki osallistujat sitovalla ilmoittautumisella. Lasten lukumäärä ja ikä vaikuttavat siihen, miten monta ohjaajaa tarvitaan. (Luukkonen 2017, 4–5.)

3.4 Tapahtuman jälkeen

Tapahtuman jälkeen on tärkeää kiittää kaikkia tapahtumaan osallistujia, esimerkiksi yhteistyökumppaneita, esiintyjä ja yleisöä. Jokin pieni muisto tai lahja voi myös jättää hyvän vaikutelman tapahtumasta ja siitä, että on haluttu huomioida osallistujat. Myös tapahtuman järjestämisessä mukana olleita on hyvä muistaa jollakin tavalla, ainakin kiitos-viestillä. Tämä kaikki edellä mainittu on jälkimarkkinointivaihetta, joka helposti unohtuu, mutta on kuitenkin tärkeä vaihe hoitaa kaikki tapahtuman jälkeen tulleet yhteydenottopyynnöt ja huolehtia näkyvyydestä sosiaalisessa mediassa tiedotteella kuvien tai videoiden avulla. (Vallo & Häyrinen 2016, 220–222.)

Tapahtuman jälkeen on tärkeää mitata, miten tavoitteissa on onnistuttu ja minkälaisiin tuloksiin päästy (Vallo & Häyrynen 2016, 60–61). Palautteen pyytäminen ja kerääminen jatkoa ajatellen on aiheellista, jotta pystytään arvioimaan ja saamaan tietoa kehityskohteista ja toiveista tulevia tapahtumia varten. Palautekyselyn kysymyksiin kannattaa panostaa, varsinkin jos tapahtuma järjestetään useasti. Tällöin vastauksia voidaan verrata myös keskenään. Palaute on hyvä kysyä mahdollisimman pian tapahtuman jälkeen, koska silloin ihmiset muistavat parhaiten. Kysymykset kannattaa miettiä niin, että vastauksista saadaan selkeä kuva tapahtuman onnistumisesta, esimerkiksi käyttämällä kysymyksiä: ”Mikä oli erityisen mieluisaa?” tai ”Mikä ylitti odotuksesi?”. Palautetta voi kerätä kyselylomakkeen muodossa esimerkiksi mobiilisti QR-koodin avulla, minkä voi toteuttaa helposti ja nopeasti. Lisäksi, jos palautetta halutaan saada enemmän, voi olla järkevää tehostaa ja käyttää palkintoja, jotta osallistujat sitoutuisivat vastaamaan niihin paremmin. (Vallo & Häyrynen 2016, 224–227.)

Tapahtumassa mukana olleiden kanssa on aiheellista käydä keskusteluita, jotta jatkossa osataan toimintaa muuttaa kehittää paremmaksi. Keskusteluissa saa kertoa yleisesti, missä on onnistuttu tai mitä olisi pitänyt tehdä toisella tavalla (Luukkonen 2017, 10). Jos tapahtumassa on ollut mukana vapaaehtoisia ja talkootyöläisiä, heitä on myös muistettava. Vapaaehtoisille tulee kertoa se, miten he ovat onnistuneet työssään ja miten tärkeä heidän työpanoksensa on ollut tapahtuman onnistumisessa. Jos vapaaehtoisten määrä on suuri, palautekysely on myös aiheellinen ratkaisu kerätä tietoa esimerkiksi siitä, minkälaista oli toimia vapaaehtoisena tapahtumassa. Yhteydenpitoa kannattaa muutenkin jatkaa tapahtuman jälkeen, kun järjestetään uusia tapahtumia, joissa jatkossakin tarvitaan vapaaehtoisia. (Nielsen 2019.)

Yhteenveto tapahtumasta on tarpeellinen, jotta saadaan tietoa siitä, missä on onnistuttu ja mitä seuraavalle kerralle täytyy parantaa. Yhteenvetoa suositellaan tehtävän kirjallisesti, jotta palautteisiin voidaan myöhemmin palata ja hyödyntää työkaluna uusia tapahtumia varten, esimerkiksi muille yhteistyötahoille näytettäväksi. Samalla myös suunniteltu ja toteutunut budjetti on syytä olla näkyvillä. (Vallo & Häyrynen 2016, 228–229.)

4 Tapahtumakonseptin luominen

4.1 Tuotteistaminen

Tuotteistaminen tarkoittaa jonkin tuotteen tai palvelun paketoitua kokonaisuutta, jota on mietitty vaihe vaiheelta (Kuntaliitto 2017). Asiakkaan on helpompi lähestyä sellaista tuotetta tai palvelua, joka on tuotteistettu houkuttelevaksi ja asiakkaan tarpeita vastaavaksi. Silloin asiakas tietää, mitä hän on ostamassa ja miten hän voi tuotetta tai palvelua käyttää. Sekä tuotteistaminen että konseptointi kuuluvat yleensä uuden tuotteen ja palvelun kehittämiseen, mutta myös olemassa olevia tuotteita ja palveluita on syytä aika ajoin tarkastella ja kehittää tähän päivään sopivaksi kohderyhmälle. (Kamon Oy 2022.) Matkailupalvelujen tuotteistaminen on asiakaslähtöistä silloin, kun palvelu on laadukasta ja myyminen on ammattimaista ja sujuvaa. Palvelun tuotteistaminen on aikaa vaativa prosessi, joka kannattaa aloittaa markkinoiden tunnistamisella ja löytämällä oikea kohderyhmä ja heidän tarpeensa. (Tonder 2013, 12–13.)

Tuotteistusvaiheessa kirkastetaan oma liikeidea, tehtävät ja tavoitteet työssä. (Kuntaliitto 2017). Tämän jälkeen päätetään nimi tuotteelle, palvelulle tai yritykselle (Omapaja 2018). Mietitään, miten ja missä markkinoidaan: tehdäänkö esimerkiksi omat internetsivut tai sosiaaliseen mediaan tilit tai markkinointiesitteet? Myös hinnoittelu täytyy miettiä. Tämä myös vaatii taustatietoa ja vertailua: Minkälaisia hintoja on muualla? Minkälaisia kustannuksia eri vaiheista syntyy? (Kuntaliitto 2017.) Tuotteistamisessa on tärkeää, että se on selkeää ja yhdenmukaista. Palvelua tai tuotetta tuotetaan samalla tavalla kaikille asiakkaille, kuitenkin huomioiden asiakkaiden erilaiset tarpeet ja toiveet. Ei pidä unohtaa asiakaspalautteen pyytämistä. Sen täytyisi myös onnistua asiakkaan näkökulmasta helposti, ja palvelun tarjoajan olisi hyvä reagoida palautteeseen. (Omapaja 2018.)

Tonderin (2013, 22) mukaan tulevaisuuden trendien seuraaminen ja muutosten huomioiminen parantaa kilpailukykyä markkinoilla, jos se on ajankohtaista ja kohderyhmästä puhuttelevaa. Matkailualan trendeinä voidaan tänä päivänä

pitää yksilöllistä huomioimista ja palveluiden räätälöimistä, kun ihmiset ovat yhä tietoisempia ja vaativat rahoillensa vastinetta. Ihmiset haluavat kokea elämyksiä ja saada lisää kokemuksia. Lisäksi hyvinvoinnin ja luonnon merkitys korostuvat matkailupalveluissa, ja niille riittää kysyntää tulevaisuudessa. (Puhakka 2011, 7–20.) Varsinkin koronavuosien aikana ihmisten kiinnostus luontoon heräsi ja liikkuminen lähialueen metsissä ja kansallispuistoissa lisääntyi. Luonnosta haetaan vastapainoa kiireiselle arjelle ja rentoutumiselle. (Sandell 2020.)

On havaittavissa, että trendien seuraaminen ja niiden hyödyntäminen toisi lisäarvoa tapahtuman suunnitteluun. Uudet, ainutlaatuiset ja hullutkin ideat yleensä houkuttelevat ihmisiä paikalle, varsinkin, jos se on jotain, jota ei olla koskaan aikaisemmin koettu. Vuonna 2021 tapahtuma-alan toimijoille järjestetyssä työpajassa alan toimijat toivatkin esille tapahtuma-alan mahdollisuuksia uusiin innovaatioihin, yhteistyöhön ja asiakaslähtöiseen toimintaan. Esimerkiksi olemassa olevia tapahtumakonsepteja kannattaa kehittää jatkossa ja luoda myös jotain uutta. (Kuusisto & Sahlstedt 2021.)

Tapahtuman tuotteistamista kannattaa pohtia: Onko tapahtumilla tarvetta ja asiakkaita? Löytyykö tarpeeksi osaamista ja resursseja kehittää tapahtumaa? Myös tuotteistamiselle on hyvä luoda erikseen tavoitteet. Se voi olla palvelun tehostamista yhteistyössä muiden toimijoiden kanssa tai myynnin ja markkinoinnin parantamista, jotta palvelu olisi helposti myytävissä tai jatkossa toteutettavissa. (Tuominen, Järvi, Lehtonen, Valtanen & Martinsuo 2015, 9.) Tuotteistamista käytetään, jotta kokonaisuus olisi selkeä ja tunnistettava. Logon käyttö ja vaatetus auttavat tunnistamisessa. Tapahtuman selkeä nimi, hintatiedot ja yhteneväiset markkinointiesitteet tai nettisivut tukevat ammattimaista toimintaa ja osaamista ja erottautumista muista kilpailijoista. (Omapaja 2018.)

Tuotteistamiseen liittyy myös haasteita, jotka on syytä tiedostaa. Tietyntyyppiset toimintatavat ja kaavat voivat olla liian tiukkaan määritellyjä entuudestaan. Myös järjestäjien omat toiveet ja näkemykset saattavat tulla esteeksi, niin ettei palvelua pystytä uudistamaan, tai ylipäätään jätetään huomioimatta kokonaan asiakkaiden tai henkilöstön näkemyksiä ja toiveita. Tällöin palvelu ei kehity tai sitä ei koeta kiinnostavaksi. Liika tuotteistaminen voi myös koitua kalliiksi, jos

lähdetään esimerkiksi hankkimaan paljon ohjelmaa tai asioita tapahtuman ympärille. (Tuominen ym. 2015, 7–8.)

4.2 Markkinointi

Markkinointi on tuotteen tai palvelun esille tuomista. Markkinoinnin avulla halutaan saada asiakas ostamaan tuote tai palvelu. (Tuulaniemi 2011, 43.) Markkinoinnin avulla erottaudutaan kilpailijoista ja tuodaan esille yrityksen tuote tai palvelutarjonta. Tänä päivänä erottautuminen tapahtuu asiakkaiden ja sidosryhmien kanssa tiiviissä yhteistyössä ja keskusteluissa, joissa käydään läpi tavoitteet ja toiveet. (Bergström & Leppänen 2021, luku 1.) Markkinointi kuuluu olennaisesti tapahtuman viestimiseen. Viestintä on yleensä asiallista, neutraalisävytteistä asian informoimista tietyille kohderyhmälle. Markkinointi taas keskittyy tunteisiin, joilla saadaan asiakas ostamaan tuote tai palvelu. (Kilpeläinen 2020.)

Ennen sosiaalisen median tuloa markkinointiin ei tarvittu paljon panostaa, sillä tuotteiden tai palvelujen tarjoajia ei ollut paljon. Markkinointi on tänä päivänä muuttunut erilaiseksi, kun sosiaaliseen mediaan tehdään entistä enemmän esimerkiksi vaikuttajamarkkinointia. (Tuulaniemi 2011, 47–48.) Vaikuttajamarkkinointi voi olla esimerkiksi suosituksen tubettajan tai urheilijan sosiaaliseen mediaan tuottamaa sisältöä, jonka tarkoitus saada oikea kohderyhmän kiinnostumaan tietystä tuotteesta tai palvelusta. Vaikuttajamarkkinointia voidaan käyttää myös yhteiskunnallisista asioista viestimiseen, kuten vastuullisuuden ja ekologisuuden markkinoimiseen. Verrattuna perinteiseen yrityksen markkinointiin, vaikuttajamarkkinointi voi olla tehokkaampaa. (Pinghelsinki 2022.)

Tapahtumanjärjestäjä täytyy huomioida vastuullisuus laajasti eri toiminnoissaan. Vastuullisuusteoilla voidaan vaikuttaa tapahtuman kiinnostavuuteen ja myös ennakkomarkkinointiin. Vastuullisuutta ovat esimerkiksi taloudellinen vastuu, sosiaalinen vastuu ja ympäristövastuu. Asioita, joita tapahtumajärjestämisessä voidaan tehdä vastuullisemmin ovat esimerkiksi mainosesitteiden vähempi tuottaminen tai niissä kierrätysmateriaalin suosiminen. Lisäksi myös lähiruuan ja kasvisruuan suosiminen ja ruokahävikin minimointi tapahtuman tarjoiluissa ja

tapahtumapaikan valitseminen vaikuttavat vastuullisuuteen. On hyvä viestiä myös siitä, miten alueelle saapuminen onnistuu julkisilla kulkuvälineillä tai yhteiskyydityksillä. (Tapahtumantekijät Oy 2022.) Tapahtumajärjestäjän täytyy huolehtia kokonaisvaltaisesti ympäristön vähäisestä kuormittuvuudesta ja siisteystä alueella, eli miten esimerkiksi energiankäyttö minimoidaan ja miten kierrätys toteutetaan. Lisäksi tämänhetkinen maailmantilanne vaatii myös entistä enemmän turvallisuuden huomiointia, jotta tapahtumaan olisi turvallista osallistua. (Bergström & Leppänen 2021, luku 1.)

Markkinointiviestinnässä otetaan huomioon visuaalinen ilme, viestintätyylit ja sosiaalisen median käyttö. Suunnitelmallinen markkinointi tavoittaa paremmin kohderyhmän ja tehostaa markkinointia. Markkinoinnin vaikuttavuutta tulisikin seurata aktiivisesti, esimerkiksi sosiaalisessa mediassa tapahtuman ilmoituksen jakamista ja tapahtumaan osallistujien määrää. Maksullista markkinointia kannattaa harkita esimerkiksi Facebookissa, koska silloin nähdään paremmin tavoitettujen ihmisten määrä ja mainosta voidaan kohdentaa oikealle kohderyhmälle. (Vallo & Häyrynen 2016, 69–72.) Konkreettisesti voidaan tehdä erikseen some-markkinointisuunnitelma esimerkiksi Facebookin tai Instagramiin. Julkaisuissa on mietittynä esimerkiksi päivämäärät: milloin kohderyhmälle halutaan viestiä ja minkälaisilla kuvilla ja teksteillä? Tämä helpottaa julkaisujen tekemistä, ja se on myös tehokkaampaa.

Vallon ja Häyrysen (2016) mukaan tapahtumamarkkinoinnissa yhdistyvät toiminnallisuus ja elämyksellisyys. Markkinointia voidaan myös hyödyntää tapahtuman aikana monenlaisilla aisteilla. Esimerkiksi toiminnallisissa tehtävissä tunteita voidaan käyttää erilaisten materiaalien käsittelyssä, tekemällä käsillä jotain fyysisesti. Visuaalisuutta voidaan tuoda esille hyödyntämällä tapahtuman teemavärejä mainoksissa tai somisteissa. Nämä vahvistavat mielikuvia siitä, mitä tapahtuman aikana koetaan. (Vallo & Häyrynen 2016, 21–24.)

Tapahtuman markkinoinnin pitäisi tapahtua hyvissä ajoin, mielellään kaksi viikkoa ennen tapahtumaa. Mainoksessa tulisi olla selkeästi tiedotettu ja kerrottu kaikki oleellinen tieto, esimerkiksi mikä on tapahtuman kesto ja mitä tapahtuma pitää sisällään. Myös mahdolliset osallistujien ilmoittautumiset ja

etukäteismaksut pitää olla hyvin tiedotettu ja mietitty, jotta tapahtumaan tulisi osallistujia, ja se madaltaisi peruutuksien määrää. (Luukkonen 2017, 7.)

Asiakkaiden tyytyväisyys on ratkaisevassa asemassa siinä, miten markkinointi ja tapahtuma on itsessään onnistunut, eli vastaako markkinointi tapahtuman sisältöä. Ovatko asiakkaat löytäneet palvelut, ja ovatko he saaneet tarpeensa tyydytettyä? Vastasivatko odotukset tapahtumasta positiivisesti vai negatiivisesti, eli onko markkinointi ollut totuudenmukaista? (Pitkospuu Productions 2022.)

4.3 Kohderyhmänä lapsiperheet

Vuoden 2020 lopussa Suomessa oli yhteensä 556 052 lapsiperhettä. Lapsiperheessä on keskimäärin 1,84 lasta. Perheitä on monenlaisia: esimerkiksi äiti ja lapset -perheitä ja isä ja lapset -perheitä, ja lasten vanhempina on myös samaa sukupuolta rekisteröityneitä pareja. Yleisin näistä on edelleen avioparin perhe, 56 %. (Tilastokeskus 2020.) Lisäksi Suomessa on ulkomaalaisia perheitä kasvavassa määrin (Tilastokeskus 2010). Tapahtumaa toteuttaessa täytyy huomioida kaikenlaiset ihmiset ja heidän tarpeensa. Lapsiperheissä on varsin erilaisia tilanteita ja taustoja, kun puhutaan esimerkiksi lapsiperheiden sosioekonomisesta taustasta tai kulttuurieroista (Terveyden ja hyvinvoinninlaitos 2022).

Kalliomeri, Mettinen, Ohlsson, Soini ja Tulensalo (2020) kirjoittavat, että lasten kanssa toimiminen vaatii tietynlaista huomiointia, kun lapsi halutaan ottaa mukaan esimerkiksi palvelun kehittämistyöhön. Tilanteisiin on hyvä valmistautua esimerkiksi esittämällä kysymykset lapsen ikätasoon nähden oikealla tavalla. Ei pidä unohtaa myöskään vanhempia ja mitä toiveita heillä on. (Kalliomeri ym. 2020, 15–19.) Vanhempi on kuitenkin yleensä se, joka tekee lopullisen päätöksen lapsen osallistumisesta tapahtumaan.

Täytyy myös muistaa, että ”vähintään joka kolmas suomalainen lapsiperhe on tavalla tai toisella monimuotoinen”. Monimuotoiset perheet poikkeavat yleisesti oletetusta perheen muodosta, jossa on esimerkiksi äiti ja isä sekä kaksi lasta. Lasten asioista voi myös päättää uusperheessä bonusvanhempi, joka voi olla

lapsen elämässä paljon enemmän mukana kuin lapsen biologinen vanhempi. Onkin tärkeää keskustella perheiden kanssa avoimesti ja kunnioittavasti ja antaa perheiden määritellä itse itsensä. (Monimuotoiset perheet verkosto 2021, 4–5, 15, 31–32.)

Puhakka (2011) kertoo, että työ- ja elinkeinoministeriön (2010) mukaan lapsiperheiden matkailupalvelujen kuluttaminen on tänä päivänä erilaista, koska nyt halutaan panostaa yhteiseen tekemiseen erilaisten aktiviteettien merkeissä ja vaaditaan myös uusia palveluita. Lapsille halutaan myös antaa mahdollisuus vaikuttaa kohteiden tai aktiviteetin valitsemisessa. (Puhakka 2011, 7–20.) Tapahtuman aikana on kuunneltava perheitä ja muistettava, että lasta ei voi pakottaa eri toimintoihin, jos hän ei halua osallistua niihin (Luukkonen 2017, 6).

On hyvä tutustua Liperin lapsiperheiden toiveisiin ja tarpeisiin. Tällä tavoin voitaisiin lisätä myönteistä kuvaa kunnan toiminnasta. Kun lapsiperheet saisivat esimerkiksi osallistua enemmän suunnitteluun tai heidän mielipiteitänsä kuunneltaisiin, niin silloin palvelut ja tapahtumat olisivat todennäköisesti mielenkiintoisempia ja myös halu sitoutua tapahtumiin kasvaisi. Kun järjestetään lapsiperheille esimerkiksi kerhoja tai kokoontumisia, niissä on oiva mahdollisuus eri perheiden, niin lasten kuin aikuistenkin, tutustua toisiinsa. Vanhemmille voisi järjestää omanlaista ohjelmaa, kun taas lapsilla olisi oma ohjattu tuokio tai leikki. Lapsiperheillä on kuitenkin erilaiset aikataulut ja tilanteet. Lapsiperheissä on myös eri-ikäisiä lapsia ja tarpeita. Tapahtumajärjestäjän on oleellista tietää, minkä ikäisille eri toiminnot sopivat ja suunnitella ne kiinnostaviksi eri-ikäisille lapsille. Täytyy myös huomioida tapahtumien järjestämisessä se, että esimerkiksi osa lapsista voi olla kotona ja osa päiväkodissa arkisin, eli esimerkiksi mihin aikaan järjestetään tapahtuma, johon kaikilla halukkailla lapsiperheillä olisi mahdollisuus osallistua?

4.4 Saavutettavuus ja esteettömyys tapahtumassa

Erilaisten käyttäjien huomiointi on hyvä aloittaa jo tapahtuman suunnitteluvaiheessa. On ajateltava avoimesti erilaisen taustan omaavia ihmisiä. Erilaisten

väestöryhmien kanssa työskentely, esimerkiksi kulttuuri- ja kielivähemmistöjen tai vammaisryhmien kanssa, on tärkeää, sillä parhaimmillaan se tuo esille erilaisia kokemuksia tapahtuman sisällön suunnitteluun ja toteutukseen. Kaikkia kävijöitä tulee myös kohdella kunnioittavasti ja tasa-arvoisesti, esimerkiksi ikään, ulkonäköön, uskoon ja taustaan katsomatta. (Kaartinen & Linnapuomi 2018, 2–4.)

Saavutettavuus tarkoittaa esimerkiksi viestinnän erilaisien mahdollisuuksien käyttämistä, kuten puheen ja selkeiden kuvien käyttämistä. Saavutettavuus on myös erilaisten oppimistyylien ja kielivaihtoehtojen huomioimista tehtävissä ja opasteissa, mikä voi olla esimerkiksi selkokielen käyttämistä. Selkokieli on kieleltään ja sanastoltaan yksinkertaista ja ymmärrettävämpää, ja sitä voidaan käyttää esimerkiksi kehitysvammaisten, maahanmuuttajien tai lukivaikeuden omaavien ihmisten kanssa. Tämä lisää yhdenvertaisuutta ja mahdollistaa tasa-arvoisen kohtelun kaikkia asiakkaita kohtaan, ja siten parantaa saavutettavuutta. (Kuntaliitto 2022.)

Esteettömyydestä yleensä puhutaan jonkin rakennuksen tai ympäristön näkökulmasta. Tila tai ympäristö on esteetön silloin, kun se on kaikille käyttäjille toimiva ja turvallinen, eli esimerkiksi liikkumis- tai toimintaesteille on luotu sopivat tilat, kuten pyörätuolien käyttäjiä huomioiden ovien leveys, liuskojen käyttäminen ja tilavat wc:t. Myös lapsiperheitä ajatellen, rattailla liikkuminen ympäristössä ja eri tiloissa täytyy mahdollistaa sujuvaksi. (Kuntaliitto 2022.)

Voidaan todeta, että jokaisessa tapahtumassa on välttämätöntä huomioida saavutettavuus ja esteettömyys, sillä laissa on määrätty, että vapaa-ajan palveluiden pitää olla yhdenvertaisia kaikille. Ennen tapahtumaa on syytä siis testata esteettömyysratkaisut ja käyttää asiantuntija-apua, esimerkiksi Invalidiliiton Esteettömyyskeskus ESKE ja vammaisjärjestöt. (Tampere 2022.)

5 Opinnäytetyön menetelmälliset valinnat

5.1 Laadullinen tutkimus

Laadullisessa tutkimuksessa ilmiötä ei yleensä tunneta ja siitä halutaan saada syvällisempi näkemys. Aineistokeruumenetelmällä laadullinen tutkimus eroaa määrällisestä tutkimusprosessista. Yleisimpiä aineistokeruumenetelmiä ovat haastattelut, havainnointi, kyselyt ja muut dokumentit. Laadullinen tutkimusprosessi antaa myös mahdollisuuden tehdä joustavia ratkaisuja tilanteen mukaan. (Kananen 2015, 69–71, 131.)

Etukäteen ei voida tietää tarvittavaa laadullisen tutkimusotteen aineistomäärää, mutta kattavalla ja laajalla aineistolla ilmiöstä saa parhaimman käsityksen ja löytää ratkaisun tutkimusongelmaan. Yleensä laadullisen aineiston määrä on runsas ja käsittely haastavaa, ja silloin aineistoa täytyisi osata pilkkoa ja tiivistää pienemmiksi kokonaisuuksiksi. (Kananen 2015, 69–71, 129.)

Laadullista aineistoa täytyy käsitellä niin, että siitä voidaan löytää ratkaisu tutkimusongelmaan. Aineistoa voidaan litteroida, mikä tarkoittaa esimerkiksi kuvien tai videoiden muuttamista tekstimuotoon. Kun erilaisia aineistoja analysoidaan eli luetaan ja selvitetään useampaan kertaan, voi aineistosta saada ymmärryksen ja selityksen ilmiöstä. Myös aineiston perusteellinen lukeminen ja pohdinta voivat riittää ratkaisun saamiseksi. (Kananen 2015, 159–163, 171.)

5.2 Kysely

Opinnäytetyöhön alkuun kerättiin aiheeseen liittyvää teoretietoa lähdekirjallisuudesta ja verkkolähteistä. Opinnäytetyö on tutkimuksellinen, ja aineistonkeruumenetelmänä toteutettiin kyselylomake sähköisen Webropol-työkalun avulla. Kyselyllä voidaan kerätä tietoa laajasti ja nopeasti, ja tämän takia se on myös yleisesti käytetty aineistonkeruumenetelmä (Oppariapu 2022).

Kvalitatiivisessa tutkimusotteessa perehdytään sisältöön, ei niinkään numeerisiin tunnuslukuihin, esimerkiksi vastaajien määrän laskemiseen (Juhila 2022). Kysely oli kvalitatiivinen eli laadullinen, koska tavoitteena oli selvittää mahdollinen yhteistyökumppanuus Kirkkolahden alueen sidosryhmistä. Laadullisessa tutkimusotteessa tutkittavien määrä on yleensä pienempi ja tutkimuskysymyksinä ovat yleensä, miten ja millainen (Heikkilä 2014). Kyselylomakkeessa käytettiin monivalintakysymyksiä, minkä tarkoituksena on helpottaa vastausten läpikäyntiä, ja myös avoimia kysymyksiä, joilla saadaan kerättyä vapaampia vastauksia (Vilka 2021, luku 4). Opinnäytetyössä tarkastellaan, minkälaista yhteistyötä tapahtumaa ajatellen voitaisiin toteuttaa. Kyselyn avulla selvitetään, ketkä pystyisivät tapahtumaan osallistumaan ja millaista sisältöä yritykset olisivat valmiita lähtemään toteuttamaan. Lisäksi kyselyssä tiedustellaan Kirkkolahden alueen vahvuuksia ja heikkouksia tapahtuman järjestämiselle.

Toimeksiantajan toiveesta kysely toteutettiin huomioiden alueen historiallinen miljöö ja puitteet. Toimeksiantaja ehdotti, että alueella olisi mahdollisuus erikoisempiin toiminnallisiin tehtävärasteihin, jotka tukisivat alueen erikoispiirteitä ja niistä olisi hyvä kuulla alueen sidosryhmiltä. Kyselyyn toivottiin avoimia kysymyksiä ja esimerkiksi teemojen laittamista tärkeysjärjestykseen. (Jänis 2022.) Toimeksiantajan toiveiden mukaan on haettu lisää tietoa esimerkiksi Liperin historiasta ja aluesuunnitelmasta ja niitä on pyritty hyödyntämään kyselylomakkeessa. Jäniksen (2022) mukaan kysely olisi järkevää teettää muun muassa Kirkkolahden alueen yrittäjille ja yhteisöille. Kysely kohdennetaan noin 40 henkilölle sähköpostitse lähetettävässä viestikirjeessä, jonka toimeksiantaja pystyy jakamaan eteenpäin toimijoille. (Jänis 2022.)

Kyselylomake on hyvä suunnitella huolellisesti, ja sitä on myös testattava etukäteen. Kysely ei saisi olla pitkä, ja sen vastaamisaika tulisi rajoittua mielellään 20 minuuttiin. (Oppariapu 2022.) Kysymyksien järjestyksessä samantyylliset kysymykset kannattaa järjestellä samaan ryhmään ja taustakysymykset suositellaan jätettäväksi viimeiseksi. Lisäksi kysymysten täytyy olla kyselyn vastaajille selkeitä ja tuttuja, joten ne on muotoiltava ymmärrettävästi. (Vilka 2021, luku 4.) Kyselylomakkeen toimivuutta testattiin muutamilla opiskelijoilla, ja se myös lähetettiin toimeksiantajalle luettavaksi. Testausvaiheessa huomioitiin vastausaika

ja kysymysten muotoilu ja tehtiin tarvittavat korjaukset ennen varsinaisen kyselylomakkeen lähettämistä.

Lomakkeen kysymysjärjestys muokattiin siten, että ensimmäisenä kysyttiin yrityksen tai yhteisön toiminnan pääkohderyhmiä ja tämän jälkeen toivomuksia Liperin Kirkkolahden alueen ja lähiympäristön tapahtumista. Lisäksi alussa kysyttiin avoimella kysymyksellä Liperin Kirkkolahden alueen mahdollisuuksista ja haasteista tapahtuman järjestämiseen. Liperin Kirkkolahden aluesuunnitelman tavoitteena on muodostaa Kirkkolahdesta Liperin matkailun sydän, josta käsin alueen luonto-, urheilu- ja kulttuuriaktiviteetit ovat helposti saavutettavissa. Kyselyssä pyydettiin laittamaan valitut teemat – luonto, urheilu ja kulttuuri – numerojärjestykseen yrityksen tai yhteisön kiinnostuksen mukaisesti. Lisäksi kyselyssä haluttiin selvittää yrityksen tai yhteisön kiinnostusta olla toteuttamassa tapahtuman yhdessä muiden toimijoiden kanssa.

Tämän jälkeen kysyttiin monivalintakysymyksellä, tarvitaanko Liperin Kirkkolahden alueelle tuoda jotain lisää lapsiperheille suunnattuja tapahtumia ajatellen. Lisäksi haluttiin tietää yrityksen tai yhteisön kiinnostusta siitä, mitä he olisivat valmiita tekemään lapsiperheille suunnatussa tapahtumassa. Lisäksi pyydettiin valitsemaan vuodenajoista sopivin aika lapsiperheille suunnatun tapahtuman järjestämiseen. Lopussa kysyttiin tarkemmasta ajankohdasta ja vuorokaudenajasta lapsiperheille suunnatun tapahtuman järjestämiseen. Lopussa kysyttiin myös, mikä on yrityksen tai yhteisön mielestä sopiva kesto lapsiperheille suunnattuun tapahtumaan. Varsinaisten kysymyksien jälkeen kysyttiin taustakysymyksenä yrityksen tai yhteisön toimialaa. Lisäksi tiedusteltiin, onko jotain, mitä yritys tai yhteisö haluaa tuoda esiin liittyen Liperin Kirkkolahden alueeseen. Kysely saatekirjeineen löytyy liitteistä 1 ja 2.

5.3 Haastattelu

Opinnäytetyössä käytettiin aineistokeruumenetelmänä myös haastattelua, jotta tutkimusongelmaan saataisiin tarpeeksi vastauksia. Haastattelu on yleinen laadullisen tutkimuksen aineistokeruumenetelmä, ja se soveltuu tilanteisiin, kun

tutkitaan esimerkiksi ihmisten mielipiteitä ja käyttäytymistä. Haastatteluun täytyy valita sellaiset henkilöt, jotka liittyvät ilmiöön ja joista halutaan saada lisää tietoa. Haastattelu vaatii kuitenkin jatkuvaa analysointia, jotta aineistoa saataisiin riittävä määrä. (Kananen 2015, 143, 146.) Haastattelusta tiedotetaan etukäteen esimerkiksi saatekirjeen avulla ja samalla varmistetaan halukkuus osallistua haastatteluun. Itse haastattelun alussa on hyvä vielä kerrata haastattelun tarkoitus. Lisäksi on tärkeää varmistaa haastateltavalta, onko hän edelleen suostuvainen haastatteluun, koska hänellä on oikeus milloin tahansa kieltäytyä haastattelusta. (Vilkkä 2015, 133–134.)

Teemahaastattelu eli puolistrukturoitu haastattelu tapahtuu vuorovaikutuksessa yleensä kasvotusten, mutta ajankäytöllisistä ja taloudellisista syistä verkossa toimivat viestintäalustat kuten, Microsoft Teams, soveltuvat tähän hyvin. Haastattelijan on hyvä perehtyä etukäteen selvitettävään kohteeseen ja asiaan. Haastatteluun valitaan yleensä teemat ja tietyt kysymykset, jotka esitetään haastateltavalle. Keskustelun edetessä pystytään esittämään tarkentavia kysymyksiä teemaan liittyen. Kysymysten järjestyksen olisi hyvä edetä yleisistä vielä yksityiskohtaisempiin kysymyksiin. Kysymykset voidaan teemahaastattelussa jakaa avoimiin tai suljettuihin kysymyksiin. Strukturoidut eli suljetut kysymykset ovat niitä, joissa on valmiita vastausvaihtoehtoja, kun taas avoimet kysymykset antavat mahdollisuuden haastateltavan vastata laajemmin ja mahdollistavat keskustelun sujumisen. (Kananen 2015, 148–149, 151.)

Haastateltaviksi valittiin ne yhdistykset tai yritykset, jotka liittyvät aiheeseen jollakin tavalla. Osaa yrityksistä ja yhteisöistä suositeltiin toimeksiantajan kautta, ja tämän jälkeen selvitettiin tarkempia taustoja ja tietoja nettisivuilta. Haastateltavia lähestyttiin ensimmäiseksi puhelimitse ja kysyttiin halukkuus osallistua haastatteluun. Jos haastatteluun suostuttiin, sovittiin tarkempi aika haastattelulle ja lähetettiin sähköpostitse Teams-kutsu, johon liitettiin myös haastattelukysymykset etukäteen katsottaviksi. Haastatteluun osallistui neljä henkilöä. Haastattelut toteutettiin syyskuun 2022 alussa, ja yksi haastattelu kesti keskimäärin 30 minuuttia.

Haastattelussa hyödynnettiin aikaisemman kyselylomakkeen kysymyksiä, koska ne olivat relevantteja ja sopivia käytettäväksi myös haastatteluun. Haastattelukysymykset jaettiin tarkempiin teemoihin. Haastattelukysymyksiin lisättiin vielä tarkempi kysymys tapahtumakonseptin sisällöstä, jossa kysyttiin yhdistyksen tai yrityksen tarkempaa teemaa, mitä he ovat aikaisemmin toteuttaneet tai haluaisivat toteuttaa lapsiperheille suunnatussa tapahtumassa. Haastattelurunko kokonaisuudessaan löytyy liitteestä 2.

Haastattelut tallennettiin tiedostoksi, jotta niihin pystyi palamaan uudestaan. Haastattelun tallenteita kuuntelemalla tehtiin muistiinpanot ja ne litteroitiin eli kirjoitettiin tekstimuotoon mahdollisimman tarkasti. Litterointi vie yleensä paljon aikaa, mutta mitä enemmän aineistoon syventyy kirjoittamalla vastaukset ylös, voi löytää yhteneväisiä tulkintoja ja muokata tekstiä selkeämmäksi (Vilkkä 2015, 137). Työn kannalta valittiin olennaisimmat asiat, jotka haastateltavat toivat esille. Haastattelutallenteisiin palattiin useamman kerran, jotta vastaukset ymmärrettiin oikein ja löydettiin yhteneväisyyksiä tulosten läpikäymisessä.

5.4 Luotettavuus ja eettisyys

Opinnäytetyö prosessin alkuvaiheessa tehtiin kirjallinen toimeksiantosopimus toimeksiantajan, Karelia-ammattikorkeakoulun ja opiskelijan välillä (Ammattikorkeakoulujen rehtorineuvosto Arene ry 2020a). Lisäksi opinnäytetyössä noudatettiin eettisiä ohjeistuksia ja muistilistan avulla tarkasteltiin tarpeellisuutta olla käyttämättä yksityiskohtaisia henkilötietoja (Ammattikorkeakoulujen rehtorineuvosto Arene ry 2020b).

Tutkimuseettisen neuvottelukunnan (2012) ohjeen mukaan lähdeaineistot merkitään oikein ja plagiointia vältetään. Kerätyt kyselyt, haastattelut ja tiedostot tullaan hävittämään työn valmistuttua. (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2012.) Tutkimuseettisen neuvottelukunnan (2019) ohjeiden mukaan tutkittavan on oikeus tietää tutkimustuloksista. Haastattelu ja kyselyt ovat vapaaehtoisia, ja tietoja tulee käyttää luottamuksellisesti ja vain kyseiseen työhön. (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2019.)

Opinnäytetyössä kysely toteutettiin anonymina. Halutessaan yritys tai yhteisö sai jättää kyselyn loppuun nimensä, mikäli toivoi Liperin Kirkkolahden alueen hankkeen yhteydenottoa. Yrityksen tai yhteisön nimeä ei käytetty opinnäytetyössä. Haastattelutilanteessa tiedusteltiin haastateltavan halukkuus osallistua haastatteluun, jonka jälkeen kerrottiin vastausten käytöstä opinnäytetyötä varten. Samalla kysyttiin lupa nimen käyttöön opinnäytetyössä. Ennen haastattelua varmistettiin uudestaan haastateltavan halukkuus osallistua haastatteluun ja kerrottiin haastattelujen tallentamisesta. Haastattelutallenteet säilytettiin haastattelijan henkilökohtaisessa OneDrive-tallennustilassa, jonka jälkeen haastattelutallenteet ja kyselyaineisto hävitettiin opinnäytetyön valmistuttua.

6 Kyselyn tulokset

Kirkkolahden yrityksille ja yhteisöille jaettuun kyselyyn vastasi kolme yritystä ja yhteisöä vajaa kahden viikon aikana. Kysely jaettiin yhteensä 40 yritykselle ja yhteisölle. Se jaettiin aluksi 32 taholle kesäkuussa 2022 julkisena nettilinkkinä toimeksiantajan sähköpostiviestin kautta. Loput kahdeksan yhteystietoa jaettiin henkilökohtaisen sähköpostikyselylinkin kautta yrityksille ja yhteisöille, joiden yhteystietoja hankkeella ei ollut. Valitut yritykset ja yhteisöt sijaitsivat Liperin Kirkkolahden alueen läheisyydessä. Kyselystä lähetettiin vielä muistutusviesti kesäkuun toisella viikolla.

Kysely päätettiin avata uudelleen syyskuussa 2022 vähäisen vastausmäärän vuoksi. Kyselyä jaettiin uudestaan yhteensä noin 50 yritykselle ja yhteisölle sähköpostilla. Tällä kertaa kyselyä jaettiin näkyvämmiin Liperin kunnan sivuille ja Liperitec Oy:n sosiaaliseen mediaan, Instagramiin ja Facebookiin. Saatekirjeessä korostettiin, että kyselyn vastaaminen on merkittävää tälle opinnäytetyölle. Vastauksia tuli reilun kahden viikon aikana kolme lisää. Kysely ei siis tuottanut runsaasti vastauksia. Tämä voi johtua siitä, että Liperin kunnan sivulla julkaistaan kyselyitä usein ja yksittäinen kysely voi mennä kohdeyleisöltä ohitse.

Kyselyssä oli yhteensä viisitoista kysymystä. Kolmetoista kysymystä oli pakollisia kysymyksiä. Kuusi kysymystä näistä oli avoimia kysymyksiä ja kuusi monivalintakysymystä, joihin pystyi vastaamaan ja tarkentamaan lisätekstikentällä. Lisäksi yksi kysymyksistä oli valintakysymys ja yksi matriisi, jossa vaihtoehdot tuli laittaa tärkeysjärjestykseen. Toiseksi viimeinen kysymys oli vapaaehtoinen, ja siinä sai tuoda halutessaan esille jotakin Liperin Kirkkolahden alueeseen liittyvää. Viimeisenä oli mahdollinen nimen ilmoittaminen toimeksiantajalle, ilman, että nimeä käytetään opinnäytetyössä.

Alussa kysyttiin yrityksen ja yhteisön toiminnan pääkohderyhmiä. Vastauksista näki, että yritykset tai yhteisöt palvelevat laajasti monen ikäisiä ihmisiä: esimerkiksi perheitä, nuoria, aikuisia ja vanhuksia. Mainittiin myös keikkatyöläiset ja tuki- ja liikuntaelinten ongelmista kärsivät henkilöt.

Toisena kysymyksessä kysyttiin, millaisia tapahtumia yritys tai yhteisö toivoo Liperin Kirkkolahden alueelle ja lähiympäristöön. Kuudesta vastauksesta huomasi, kuinka erilaisia ja laajoja toivomuksia löytyy tapahtumien suhteen. Esimerkiksi toivottiin erilaisia näyttelyitä, musiikkitapahtumia ja liperiläistä perinnehistoriaa. Yleisesti myös toivottiin toiminnallisia ja yhteisöllisyyttä tuovia tapahtumia kaikenikäisille. Retkeilyyn, ulkoiluun, terveyteen ja hyvinvointiin liittyvät tapahtumat nousivat myös esille kyselyn vastauksista.

Kun vastaajilta kysyttiin Liperin Kirkkolahden alueen mahdollisuuksista tapahtuman järjestämiseen, vastauksista ilmenee, että Liperin Kirkkolahden alue nähdään potentiaalisena, mutta toivottiin myös kehittämistä:

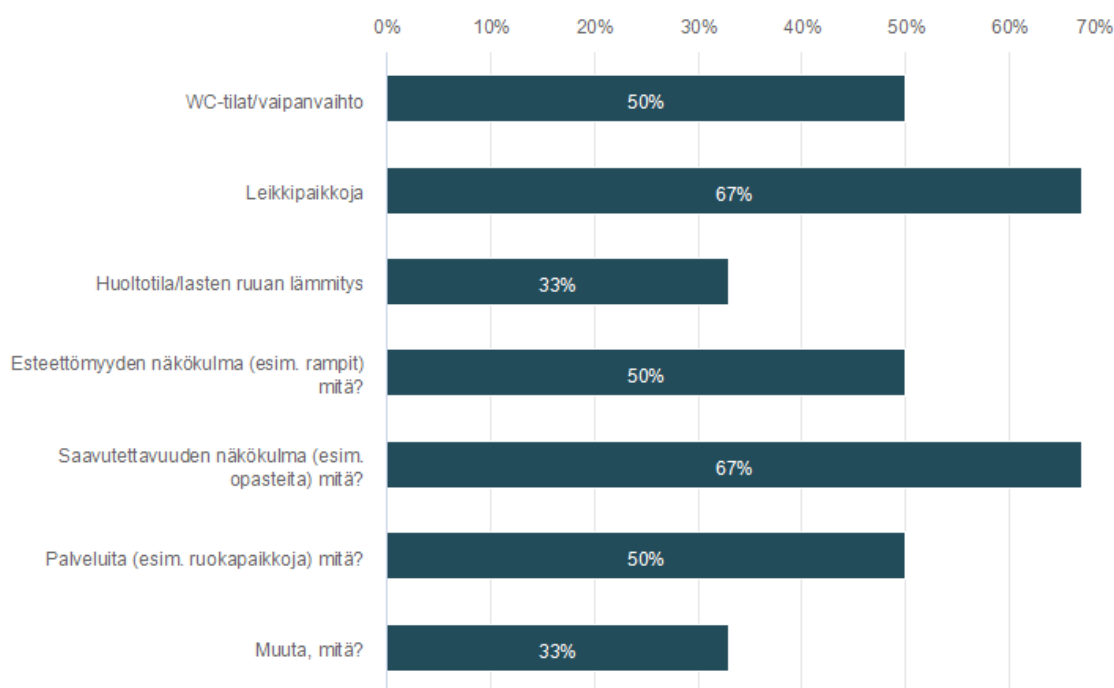
Miljöönä Kirkkolahden alue on hyvä ja paikka on helposti saavutettavissa. Sekä Myllyn alue, että Makasiinin ranta pitää vain [laittaa] siihen kuntoon, että erilaiset tapahtumat ja aktiviteetit mahdollistuvat. (Vastaja 1, 2022.)

Vastaajilta kysyttiin Liperin Kirkkolahden alueen haasteista. Kahden vastaajan mukaan riittävän rahoituksen saaminen tapahtumien järjestämiseen on haasteellista. Haasteina nähtiin myös tapahtuma-alueen tilan puute ja pienuus. Lisäksi yhteistyön haasteet nostettiin esille: löytyykö yrittäjiä ja yhdessä tekemisen voimaa tai tarpeeksi talkooväkeä tapahtumiin?

Seuraavassa kysymyksessä piti teemat – luonto, urheilu ja kulttuuri – laittaa tärkeysjärjestykseen yrityksen tai yhdistyksen kiinnostuksen mukaisesti. Kuudessa vastauksessa luonto oli näistä vaihtoehdoista kiinnostavin, ja tämän jälkeen tasanaisesti kulttuuri ja urheilu olivat joko jonkin verran kiinnostava tai vähiten kiinnostava vaihtoehto.

Kun vastaajilta kysyttiin, onko yritys tai yhteisö kiinnostunut toteuttamaan tapahtuman yhdessä muiden toimijoiden kanssa, kaksi vastasi kyllä ja kolme ehkä. Vastausvaihtoehdon ei vastasi yksi, perusteluina: ”Aikapula, en uskalla luvata.”

Monivalintakysymyksessä selvitettiin sitä, tarvitseeko Liperin Kirkkolahden alueelle tuoda jotain lisää lapsiperheille suunnattuja tapahtumia ajatellen. Vastauksista näkee, että yritysten ja yhteisöjen mielestä alueelle tarvitaan monenlaisia parannuksia. Kuudesta vastaajasta neljä oli sitä mieltä, että leikkipaikkoja tarvitaan lisää. Neljä vastaajaa oli sitä mieltä, että alueelle tarvitaan parannuksia saavuttavuuden näkökulmasta, esimerkiksi opaskylttejä ja myös selkeitä opasteita eri toimintoihin. Kolme vastaajaa oli myös sitä mieltä, että palveluita tulisi lisätä: ruokapaikkoja, nuotiopaikkoja ja Myllynranta ja Makasiininranta toisiaan täydentäviksi. Alla olevasta kuviosta 1 huomaa vastausten jakautumisen eri vaihtoehtojen välille.



Kuvio 1. Vastaukset kysymykseen ”Tarvitaanko yrityksenne/yhteisönne mielestä Liperin Kirkkolahden alueelle tuoda jotain lisää lapsiperheille suunnattua tapahtumia ajatellen” (n = 6).

Seuraavaksi kysyttiin yrityksen tai yhteisön kiinnostusta siihen, mitä he olisivat valmiita tekemään lapsiperheille suunnatussa tapahtumassa. Kuudesta vastaajasta neljä vastasi muuta vastausvaihtoehdon. Tapahtuman aikana olisi mahdollista toteuttaa esimerkiksi avustavia työtehtäviä. Lisäksi mainittiin, että ei voida luvata sitä, pystyykö tapahtumaan osallistumaan millään lailla.

Ajankohtaa selvittäessä kysyttiin sitä, milloin yritys tai yhteisö haluaisi olla mukana toteuttamassa lapsiperheille suunnatun tapahtuman. Suurin osa oli sitä mieltä, että kesä on paras ajankohta. Seuraavana tulivat syksy ja talvi, ja nämä vastausvaihtoehdot saivat kaksi ääntä.

Myös tarkempaa ajankohtaa kysyttiin. Kaksi vastaajista oli sitä mieltä, että arkipäivisin ja viikonloppuisin olisi sopivin aika lapsiperheille suunnatun tapahtuman järjestämiseen. Yksi vastaajista ehdotti muuta ajankohtaa sopimuksen mukaan.

Seuraavana kysyttiin sopivinta vuorokaudenaikaa lapsiperheille suunnatun tapahtuman toteuttamiseen. Neljän vastaajan mielestä iltapäivä olisi sopivin aika. Tämän jälkeen saman verran vastauksia eli kaksi molempia olivat saaneet aamupäivä- ja ilta-ajat.

Yrityksen tai yhteisön mielestä sopiva kesto lapsiperheille suunnattuun tapahtumaan olisi neljän vastaajan mielestä kaksi tuntia. Kaksi vastaajista oli vastannut kolme tuntia olevan sopiva kesto. Lisäksi yhdessä vastauksessa tuotiin esille, että pidemmät tapahtumat mahdollistavat sen, että tapahtumissa voidaan vieraillla.

Lopuksi kysyttiin, onko jotain muuta mitä yritys tai yhteisö haluaa tuoda esiin liittyen Liperin Kirkkolahden alueeseen. Yksi vastaus liittyi yhdistysten, yrittäjien ja kunnan välisen yhteistyön parantamiseen ja toinen vastaus korosti sitä, että

tapahtuman kokonaisuus tulee olla tarkoin harkittu, niin että sen eri osaset sopivat hyvin yhteen.

Kyselyn tuloksista voidaan todeta, että tapahtuman järjestämiseen Liperin Kirkkolahden alueella tarvittaisiin tapahtumia suunnitteleva ja organisoiva taho. Lisäksi Kirkkolahden alue tarvitsisi kyselyn vastausten perusteella enemmän lapsiperheitä huomioivia ja saavutettavuuteen liittyviä parannuksia.

7 Haastattelun tulokset

7.1 Taustatiedot haastateltavista

Haastattelut toteutettiin ja tallennettiin Microsoft Teamsin välityksellä 2022 syyskuun aikana. Haastatteluita päätettiin tehdä, koska kyselyyn saatiin vastauksia vähän. Haastateltaviksi valittiin ne yhdistykset tai yritykset, jotka toimivat Liperin Kirkkolahden alueen läheisyydessä ja joiden toiminta liittyy jollakin tavalla lapsiperheisiin tai tapahtuman järjestämiseen. Lisäksi toimeksiantaja suositteli osaa yritystä ja yhteisöä. Yrityksiin ja yhteisöihin perehdyttiin etukäteen hakemalla tietoa heidän toiminnastaan ja lopuksi haastatteluun valittiin neljä eri toimijaa, jotka suostuivat haastatteluun. Haastateltavista kolme edusti yhdistystä ja yksi yritystä. Ennen haastattelua kysyttiin lupa haastattelun tallennukseen ja yrityksen ja henkilön nimen käyttöön opinnäytetyössä.

Ensimmäisenä haastateltavana oli Liperin Urheilukalastajat ry:n puheenjohtaja Juha Kosonen. Urheilukalastajat järjestävät vuosittain useita kalastusaiheisia tapahtumia, esimerkiksi pilkki ja onkitapahtumia. Yhdistys panostaa erityisesti nuoriin, koska nuoret asiakasryhmänä voivat olla potentiaalisia pitkäaikaisia seuran jäseniä, mikä on yhdistyksen jatkumisen kannalta tärkeää. (Vetouistelun Pohjois-Karjalan Cup 2022.)

Toisena haastateltavana oli Liperi-Seura ry:n puheenjohtaja Pentti Kuokkanen. Yhdistys tekee kotiseututyötä Liperissä ja ylläpitää maaseutumuseo Tähkää.

Seura on järjestänyt muun muassa maaseutuun ja Liperin historiaan liittyviä näyttelyitä. Liperi-Seura haluaa edistää Liperin viihtyvyyttä, matkailua ja yritystoimintaa. (Liperi-Seura 2015.)

Kolmantena oli Liperin seurakunnasta varhaiskasvatuksen ohjaaja Outi Toppi. Seurakunta muun muassa järjestää toimintaa lapsille ja perheille, esimerkiksi päiväkerhoja, toiminnallisia tapahtumia ja pelejä. Seurakunta toimii Liperissä, Ylämyllyllä ja Viinijärvellä. (Liperin seurakunta 2022.) Alkuvuodesta 2022 myös Heinävesi on kuulunut Liperin seurakuntaan (Lius 2021b).

Neljäntenä haastateltavana olivat Liperin Rantamakasiinin yrittäjät Pekka ja Hannele Ruskeakorpi. Rantamakasiini on ollut heidän omistuksessaan vuodesta 2020 asti (Partanen 2020). Rantamakasiini sijaitsee Kirkkolahden alueen näkyvällä paikalla, jossa on myös vierasvenelaiturit vieressä. Kesäaikana Rantamakasiini myy ruokaa, kuten pizzeriaa, ja ravintolassa on myös anniskeluoikeudet. Rantamakasiinilla järjestetään esimerkiksi karaokeilloja ja live-esiintymisiä. (Ruskeakorpi Oy 2022.)

Alussa taustakysymyksinä kysyttiin yrityksen tai yhteisön toimialaa ja pääkohderyhmiä. Haastateltavista Rantamakasiini on ravintolayritys (Ruskeakorpi & Ruskeakorpi 2022). Seurakunta on kristillinen yhteisö ja varhaiskasvatuksen työntekijä on palkattu työtehtäväänsä (Toppi 2022). Liperi-Seura on kotiseutuyhdistys, jonka toiminta perustuu yleensä vapaaehtoistyöhön (Suomen kotiseutuliitto 2022). Liperin Urheilukalastajat ry:n puheenjohtaja Juha Kosonen (2022) kertoo vapaa-ajan kalastuksen olevan yhdistyksen toimiala. Pääkohderyhmänä ovat kaikki ihmiset vauvasta vaariin, painottuen nuorisotyöhön. Haastattelun aikana tuli ilmi, että Liperin Urheilukalastajat on aktiivinen yhdistys, joka järjestää 30 kalastusaiheista tapahtumaa vuodessa. Esimerkiksi tulossa on myös isompia tapahtumia, kuten heittouistelun SM-tason kilpailut, joissa Kirkkolahti on lähtöpaikkana. (Kosonen 2022.)

Pentti Kuokkanen (2022) kertoo Liperi-Seuran olevan rekisteröity yhdistys. Suurin osa ajasta menee maaseutumuseo Tähkän ylläpitämiseen. Hän kertoo yhdistyksen järjestävän esimerkiksi kotieläinpäiviä, jotka ovat suosittuja

lapsiperheiden keskuudessa. Kuokkanen sanoo, että pääkohderyhmänä Liperi-Seuran toiminnassa ovat liperiläiset. Hän kertoo, että heidän yhdistyksensä tavoitteena on kuitenkin saada myös enemmän matkailijoita museokävijöiksi. (Kuokkanen 2022.)

Outi Toppi (2022) Liperin seurakunnasta kertoo, että hän työskentelee perhetoiminnassa ja seurakunta on kristillinen yhteisö, joka tuo evankeliumia seurakuntalaisille. Kohderyhmänä ovat kaikenikäiset liperiläiset ihmiset. Rantamakasiinin yrittäjät Ruskeakorvet (2022) kertovat ravintolatoiminnan olevan toimialansa. Pääkohderyhmät ovat lapsista vanhuksiin, mutta pääsääntöisesti aikuiset: matkailijat, mökkiläiset ja tietysti paikalliset. (Ruskeakorpi & Ruskeakorpi 2022.)

7.2 Näkemys Liperin Kirkkolahden alueesta tapahtumapaikkana

Seuraavana kysyttiin, millaisia tapahtumia yritys tai yhteisö toivoo Liperin Kirkkolahden alueelle ja lähiympäristöön. Kosonen (2022) Liperin Urheilukalastajista mainitsee toivovansa yhä enemmän luontoon perustuvia ja toiminnan lähtökohtana vesistöön liittyviä tapahtumia, joita ”on järjestetty ja niitä tullaan tulevaisuudessakin järjestämään”. Tapahtumat painottuvat kalastukseen: on lasten pilkkikisoja, kalastuskilpailuja, leiritapahtumia nuorille ja opastustapahtumia koululaisille. (Kosonen 2022.) Kuokkanen (2022) kertoo Liperi-Seuran olevan tapahtumien järjestämisessä mukana, oli tapahtuma minkäläinen tahansa. Seura haluaa jatkossakin tuoda esille omaa toimintaansa perinteitä kunnioittaen. Aiemmin on esimerkiksi perinnepäivien aikana tehty risuaitaa. (Kuokkanen 2022.)

Toppi (2022) kertoo, että kirkko sijaitsee keskeisellä paikalla Kirkkolahtea ja Liperin seurakunta toivoo sen ympäristöön yhteisöllisiä tapahtumia, jotka kokoavat kaikenikäiset ihmiset yhteen. Rantamakasiinin yrittäjät sanovat, että he järjestävät itse iltakonsertteja aikuisille, eikä heihin vaikuta muuten, mitä tapahtumia Kirkkolahdella järjestetään. He toteavat, että kun tapahtumia järjestetään Kirkkolahden alueella, se tuo lisää asiakkaita myös heille. (Ruskeakorpi & Ruskeakorpi 2022.)

Kun kysyttiin Liperin Kirkkolahden alueen mahdollisuuksista tapahtuman järjestämiseen, Liperin Urheilukalastajat ry:n puheenjohtaja Kosonen (2022) vastasi niiden olevan erinomaiset. Hän kertoo asuvansa itse Kirkkolahden rannalla ja toteaa, että tapahtumia pystytään järjestämään ympärivuotisesti. Hänen mukaansa on hyvin merkittävää, että melkein kaikki saavat Kirkkolahden alueella kalaa ja siten onnistumisen kokemuksia. Lisäksi Liperin Kirkkolahden alue on helposti saavutettavissa. ”Kirkonkylän läheisyys, meijerin alueen läheisyys, siinä on parkkipaikat sun muut, jotka ovat olennaisia tietysti.” (Kosonen 2022.)

Liperi-Seuran Kuokkanen (2022) kertoo Kirkkolahden alueen mahdollisuuksien olevan kohtuullisen hyvät. Kirkkolahden alue on puitteiltaan hieno ja kaunis paikka. (Kuokkanen 2022.) Liperin seurakunnassa työskentelevä Toppi (2022) mainitsee, että Kirkkolahdella on paljon mahdollisuuksia, jotka ovat vain järjestäjien mielikuvituksesta kiinni. Rantamakasiinin yrittäjät Ruskeakorvet (2022) sanovat, että mahdollisuudet ovat rajattomat Kirkkolahden alueella. He muistelevat, miten vuonna 2021 kesällä Liperin yrittäjät järjestivät päivällä lapsille ohjelmaa, ja illasta aikuisille oli oma ohjelmansa Kirkkolahdella, mikä oli toimiva konsepti. (Ruskeakorpi & Ruskeakorpi 2022.)

Liperin Kirkkolahden alueen haasteista kysyttäessä Kosonen (2022) Liperin Urheilukalastajista näkee isompien tapahtumien haasteena ainakin sen, ettei Liperissä ei ole majoitustiloja. Hän toteaa olevan suurin haaste, kun ”ei löydy majoitusta tarpeeksi ja eurot menevät muualle.” (Kosonen 2022.) Liperi-Seurasta Kuokkanen (2022) sanoo, että Kirkkolahden alue on pieni ja isompien tapahtumien haasteena on Makasiinirannan ja Myllyrannan alue, joka jakautuu niin sanotusti kahteen osaan vesistön takia.

Seurakunnasta Toppi (2022) pohtii, ettei alue ole kovin iso, varsinkin, jos isompia tapahtumia järjestetään. Hän kuitenkin toteaa, että Kirkkolahden alue on siinä mielessä laaja, jos Myllyrannan puolella järjestetään myös jotain tapahtumaa, niin Makasiinirannan puolelle tulee matkaa. Eli miten alue saadaan toimivaksi myös liikkumisen suhteen? Myös vesistön läheisyys on haaste tai etu, riippuen tapahtumasta. Hän pohtii, että markkinointiin ja viestintään tulee myös panostaa, jotta ihmisiä saadaan tulemaan paikan päälle. (Toppi 2022.)

Rantamakasiinin yrittäjät huomauttavat, että haasteena on parkkipaikkojen tila, mikä pienenee nyt entisestään huoltorakennuksen takia. Myös Myllyrannan ja Makasiinirannan puolella yhtä aikaa järjestetyt tapahtumat voivat kilpailla keskenään. He kertovat, että tapahtumia alettiin kesällä 2022 järjestää paljon Kirkkolahden alueellakin. ”Se väistämättä syö, joku häviää siinä aina.” Ruskeakorvet toteavat, että muina aikoina kuin kesällä tapahtumien järjestäminen ja ihmisten saaminen tapahtumaan on myös haasteellista, koska Kirkkolahti on enemmän kesäpaikka. Toisaalta he näkevät, että kiinnostavilla konsepteilla järjestetyt tapahtumat saattaisivat houkutella yleisöä muunakin aikana, ei vain kesällä. (Ruskeakorpi & Ruskeakorpi 2022.)

7.3 Lapsiperheille suunnatun tapahtuman tarpeet ja toiveet

Kysyttäessä, tarvitseeko Liperin Kirkkolahden alueelle tuoda jotain lisää lapsiperheille suunnattua tapahtumaa ajatellen, Liperin Urheilukalastajat ry:n puheenjohtaja Kosonen (2022) mainitsee leikkipaikan, joka saisi olla makasiinin seudulla. Se sopisi etenkin kaikkien pienemmille lastenkilpailujen ajaksi. Hän mainitsee myös tarpeen pysyvämmästä paikasta makkaran paistopaikaksi. (Kosonen 2022.)

Kuokkanen (2022) Liperi-Seurasta pohtii, ettei kaikkea tarvitse olla valmiina tai aluetta silloittaa tasaiseksi. Hän toteaa, että esimerkiksi esteettömyysasiat kuitenkin pyritään aina järjestämään, aiheuttivat ne minkälaisia kustannuksia tahansa. Lopuksi Kuokkanen sanoo, että jos Kirkkolahden alueella olisi tilaa enemmän, niin leikkipaikka olisi hyvä. Myös tapahtumien yhteydessä esimerkiksi karkki- tai jäätelökioski houkuttelisi lapsiperheitä. (Kuokkanen 2022.) Liperin seurakunnassa työskentelevä Toppi (2022) mainitsee myös leikkipaikan ja leikkivälineet, jotta vapaa-aikanakin lapsiperheet voisivat niitä käyttää. Hän pohtii lisäksi, onko wc:itä tai huoltotiloja tarpeeksi ja olisiko jäätelökioskilla käyttöä Kirkkolahden alueella. (Toppi 2022.) Rantamakasiinin yrittäjätkin mainitsevat leikkipaikan, jonka Liperin kunta saisi toteuttaa Kirkkolahden alueelle (Ruskeakorpi & Ruskeakorpi 2022).

Lisäksi kysyttiin, mitä yritys tai yhteisö olisi kiinnostunut tekemään lapsiperheille suunnatussa tapahtumassa. Kosonen (2022) kertoo Liperin Urheilukalastajien olevan kiinnostunut tuomaan omaa asiantuntemustaan esimerkiksi kotimaisen kalan käsittelystä. Lisäksi he voivat tehdä valistustoimintaa kalastuksesta ja turvallisuudesta vesistöissä. (Kosonen 2022.) Liperi-Seuraa edustava Kuokkanen (2022) toteaa, että historiaan liittyviä asioita, jotka olisivat toiminnallisia ja tekemiseen liittyviä, esimerkiksi vanhan-ajan pelien ja leikkien järjestäminen.

Toppi (2022) vastaa, että Liperin seurakunta pystyy järjestämään monenlaista toimintaa, esimerkiksi rastitapahtumia. ”Tietysti jos kirkko olisi yhtenä osana tapahtumaa.” Esimerkkinä kirkkoseikkailua voisi järjestää jatkossakin. (Toppi 2022.) Rantamakasiinin yrittäjät toteavat, että kesäaikoina heidän yrityksellään ei ole mahdollisuutta osallistua tapahtumiin, muuta kuin esimerkiksi sponsorina olemalla (Ruskeakorpi & Ruskeakorpi 2022).

Seuraavaksi kysyttiin, mitkä Liperin aluesuunnitelman teemoista kiinnostavat eniten yritystä tai yhteisöä, ja miten niitä voisi hyödyntää tapahtuman sisältöön ja miksi. Liperin aluesuunnitelmassa mainitut teemat ovat: luonto, urheilu ja kulttuuri. Kosonen (2022) Liperin Urheilukalastajista pohtii luonnon olevan kiinnostavin, mutta hän toteaa myös, että esimerkiksi kulttuurillekin on tilaa, ja ylipäättänsä kaikella on oma paikkansa tapahtumissa, eikä pitäisi rajoittaa tapahtumien sisältöä.

Kuokkanen (2022) Liperi-Seurasta sanoo kulttuurin olevan kiinnostavin teema. Hän miettii, että esimerkiksi alueen kirkkoa ja hautausmaata voisi hyödyntää opettavaisina tarinoina. Myös matkapuhelinta voisi käyttää tehtävien tekemiseen Kirkkolahden alueen ympäristössä. (Kuokkanen 2022.) Toppi (2022) mainitsee, että luonto on näistä teemoista yksi kiinnostavimmista. Seurakunnan edustajana hän ajattelee, että olisi järjestää jotakin kirkkoon liittyvää, joka olisi myös tietysti kulttuuria. (Toppi 2022.) Rantamakasiinin yrittäjät miettivät, että kaikki teemoista ovat hyviä. He pohtivat, että vesiurheilua voisi tuoda esille ja järjestää siihen liittyviä kisoja, esimerkiksi soututapahtumia. (Ruskeakorpi & Ruskeakorpi 2022.)

7.4 Ajankohdan selvittäminen lapsiperheille suunnattuun tapahtumaan

Seuraavana haluttiin tietää, minä vuodenaikana yritys tai yhteisö voisi olla mukana toteuttamassa lapsiperheille suunnattua tapahtumaa. Kosonen (2022) kertoo Liperin Urheilukalastajien olevan hyvin mielellään ympäri vuoden mukana tapahtumien järjestämisessä. Hän mainitsee kevään olevan vuodenaikana erityisen upea olosuhteeltaan esimerkiksi pilkkitapahtumiin, ja he kannattavat tapahtuman järjestämistä tuolloin. (Kosonen 2022.)

Liperi-Seuran Kuokkanen (2022) sanoo alkuun, että ainoa mahdollisuus olisi järjestää tapahtuma kesällä, koska silloin ihmiset ovat liikkeellä. Hän toteaa, että yhdistyksen puolesta tapahtumia voidaan järjestää muinakin aikoina, mutta pohtii, että onko tapahtumiin silloin osallistujia. (Kuokkanen 2022.) Toppi (2022) sanoo, että keskikesä on haastavin aika seurakunnan osallistua tapahtumiin, ja ne pitäisi tietää ja varata hyvissä ajoin. Muuten tapahtumiin on mahdollista osallistua ympärivuotisesti. (Toppi 2022.) Rantamakasiinin yrittäjät toteavat, että kesäaikoina heillä ei ole mahdollisuutta olla järjestysvastuussa tapahtumissa, mutta asiakkaiden kannalta kesä-heinäkuu on parhain aika, jolloin ihmiset liikkuvat. (Ruskeakorpi & Ruskeakorpi 2022.)

Kun kysyttiin, mikä on yrityksen tai yhteisön mielestä parhain ajankohta olla mukana toteuttamassa lapsiperheille suunnattua tapahtumaa, Kosonen (2022) vastaa, että yleensä viikonloppuina lauantai on parhain ajankohta tapahtuman järjestämiselle, mutta he pystyvät järjestämään tapahtumia myös arkipäivisin. Samalla hän toteaa haasteellisena sen, että viikonloppuisin on yleensä kilpailevia tapahtumia Liperin alueella. Tapahtumien järjestämiseen osallistuvia henkilöitä on kuitenkin vähän. (Kosonen 2022.)

Kuokkanen (2022) Liperi-Seurasta pohtii, että lauantai on yleensä paras päivä tapahtumien järjestämisen kannalta. Silloin myös työssä käyvät ihmiset pääsevät mukaan. (Kuokkanen 2022.) Seurakunnassa työskentelevä Toppi (2022) puolestaan mieltii, että lapsiperheiden kannalta viikonloppu on paras, mutta jos tapahtuma järjestetään arkipäivänä, niin arki-iltoina. Hän toteaa, että kohderyhmältä olisi hyvä kysyä aika ajoin toiveita aikatauluista ja mieltiä, minkä ikäisille

tapahtumaa järjestetään. (Toppi 2022.) Rantamakasiinin yrittäjät toteavat, että tapahtumat painottuvat yleensä viikonloppuun ja paras olisi lauantaipäivä. (Ruskeakorpi & Ruskeakorpi 2022.)

Haastatteluissa kysyttiin myös, mikä olisi tarkempi vuorokaudenaika lapsiperheille suunnatun tapahtuman toteuttamiseen. Kosonen (2022) Liperin Urheilukalastajista kertoo, että viikonloppuina aamupäivät tai iltapäivä on etenkin pitkänmatkalaisten kannalta parhain. (Kosonen 2022.) Liperi-Seuraa edustava Kuokkanen (2022) mainitsee, että puolenpäivän jälkeen on sopivin aika, jolloin on järkevä aloittaa tapahtuma, koska hänen kokemuksensa mukaan se on lapsiperheille soveltuva aika osallistua. Toppi (2022) sanoo, että viikonloppuisin aamupäivä olisi sopivin aika, milloin he ovat järjestäneet tapahtumia. Rantamakasiinin yrittäjät toteavat myös, että käytännössä puolen päivän jälkeen on sopivin aika lapsiperheille suunnattuun tapahtuman toteuttamiseen, sillä silloin ihmiset liikkuvat parhaiten. (Ruskeakorpi & Ruskeakorpi 2022.)

Kun kysyttiin tarkemmasta lapsiperheille suunnatun tapahtuman tarkemmasta kestosta, Kosonen (2022) Liperin Urheilukalastajista toteaa, että lasten ikä huomioiden, jos tapahtumaa järjestetään esimerkiksi yhdestä vuodesta viiteentoista vuoteen, kesto voi olla maksimissaan kaksi tuntia. Pienemmille osallistujille se voi olla hyvin pitkä aika. (Kosonen 2022.) Kuokkanen (2022) Liperi-Seurasta kertoo, että tunti tai kaksi tuntia on hyvä kesto lapsiperheille suunnattuun tapahtumaan. Hän mainitsee, että jos on ohjelmaa, niin tapahtuma voi olla hieman pidempikin. (Kuokkanen 2022.) Liperin seurakunnassa työskentelevä Toppi (2022) pohtii, että isomman tapahtuman kesto voisi olla neljä tuntia, jotta perhekerkeäisi käymään mahdollisimman monella pisteellä, mutta perheet kuitenkin saisivat päättää, miten pitkään he ovat tapahtumassa. Rantamakasiinin yrittäjät toteavat, että kestoiltaan kolme tuntia on varmasti hyvä aika lapsiperheille suunnattuun tapahtumaan (Ruskeakorpi & Ruskeakorpi 2022).

7.5 Tapahtumakonseptin sisältö

Vastaajilta haluttiin selvittää, onko yrityksellä tai yhteisöllä mielessä jokin tarkempi teema, jonka he ovat aikaisemmin toteuttaneet tai halunneet toteuttaa lapsiperheille suunnatussa tapahtumassa. Kosonen (2022) kertoo, että tapahtumissa Liperin Urheilukalastajat haluavat tuoda luonnon esille ja etenkin kalan arvostuksen, kun sitä saa läheltä. He haluavat opastaa oikeaoppista ja vastuullista kalan käsittelyä. Hän perustelee, että kalan pyytäminen on Kirkkolahden alueelta myös ekologisesti parempi vaihtoehto kuin tuoda sitä kauempaa. (Kosonen 2022.)

Kuokkanen (2022) toteaa, että Liperi-Seura liittyy museaaliseen toimintaan, joten teemana heillä on ollut entisen- tai vanhojen aikojen esittely tapahtumissa, esimerkiksi vanhojen aikojen leikkien järjestäminen. Toppi (2022) toivoo, että tapahtumiin osallistuessaan seurakunta saisi tuoda tapahtumissa esille omaa kristillistä sanomaan ja arvojaan. Rantamakasiinin yrittäjät toteavat, ettei heillä ole ollut tarkempaa teemaa tapahtumissa, joissa he ovat olleet mukana, mutta he ovat esimerkiksi järjestäneet lastenkaraokea. (Ruskeakorpi & Ruskeakorpi 2022.)

7.6 Yhteiskumppanuuden selvittäminen

Loppuvaiheessa kysyttiin, onko yritys tai yhteisö kiinnostunut toteuttaa tapahtumaa yhdessä muiden toimijoiden kanssa. Kosonen (2022) vastaa olevan avoimia tekemään yhteistyötä tulevaisuudessakin. Liperi-Seurasta Kuokkanen (2022) sanoo seuran olevan mukana aina kaikessa, mitä Liperissä tapahtuu. Myös ihmiset ja järjestäjät ovat tuttuja, joten ”on hyvin todennäköistä, että Liperi-Seuraa pyydetään jatkossakin mukaan.” (Kuokkanen 2022.) Toppi (2022) vastaa, että seurakunta on mielellään mukana tapahtumissa ja tapahtumiin pyritään osallistumaan, resurssit huomioiden. (2022.) Rantamakasiinin yrittäjät Ruskeakorvet (2022) toteaa, että jokainen tapahtuma on aina oma omanlaisensa työ, mutta lähtökohtaisesti he ovat kuitenkin kiinnostuneet tekemään yhteistyötä. (Ruskeakorpi & Ruskeakorpi 2022.)

Lisäksi kysyttiin, vielä jotakin muuta, mitä vastaaja haluaisi kertoa. Kosonen (2022) Liperin Urheilukalastajista mainitsee, että lapsiperheiden tavoittaminen on välillä hankalaa. Näkyvyyttä saisi olla hänen mielestään enemmän, jotta jatkossakin voidaan järjestää tapahtumia. Hän tuo esille sen, että nettisivuilla tarjontaa on yleensä liikaa. Välillä paperinen esite tai mainos voi olla paras vaihtoehto markkinointiin: esimerkiksi lapsien isovanhemmat voivat nähdä tapahtuman ilmoituksen sanomalehdestä parhaiten, ja he tuovat silloin lapset mukana tapahtumaan. (Kosonen 2022.)

Liperi-Seuraa edustava Kuokkanen (2022) miettii lopuksi lisää ideoita Kirkkolahden alueelle. Hän muistelee, että aikaisemmin on järjestetty lapsille Kirkkolahdella esimerkiksi korikiipeilyä, ja se oli aikanaan suosittua ja voisi toimia hyvin tänä päivänäkin, jos löytyisi sellainen henkilö, joka osaa sellaista järjestää. (Kuokkanen 2022.) Liperin seurakunnan varhaiskasvatuksen ohjaaja Toppi (2022) sanoo, että tapahtumaa järjestäessä kannattaa mahdollisimman laajasti ja avoimesti lähteä kehittämään yhteistyötä ja kysymään eri toimijoita mukaan.

7.7 Yhteenveto haastattelujen tuloksista

Haastatteluista on havaittavissa, että yhdellä yrittäjällä ja kolmella yhdistyksen ja seuran edustajalla on kokemusta tapahtuman järjestämisestä. Haastateltavista yksi kuitenkin mainitsi tietävänsä melko vähän Kirkkolahden alueesta, sillä hän ei asu itse Liperissä, joten ei välttämättä tunne aluetta ja sen tarpeita. Kun taas pidempiaikainen kokemus Kirkkolahden alueella asumisesta ja tapahtumien järjestämisestä tuli selvästi esille, esimerkiksi haasteista ja mahdollisuuksista kerrottiin laajasti ja kattavasti.

Liperin majoitustilanne nostettiin esille yhdessä haastattelussa: voiko majoitusta lisätä varsinkin isompien tapahtumien yhteydessä? Visit Liperin nettisivustolta löytyy 14 erilaista majoitusvaihtoehtoa, mutta pääosin tarjotaan vain vuokramökkejä. Tarjolla on siis vähän muuta majoitusta, ja suurin osa mökeistä sijaitsee melko kaukana Liperin kirkonkylän alueelta. Onko mahdollisesti

tulevaisuudessa Myllyrannan kaavamuutosprosessi tuomassa lisää majoitustiloja? (Visit Liperi 2022c.)

Tapahtumien markkinoimisen kehittäminen koetaan haastatteluissa tarpeelliseksi. Yksi haastateltavista mainitsee oman yhteisönsä nettisivut ja sen, että ne tarvitsivat päivittämistä, jotta tietoa löytyisi tapahtumista selkeästi. Täytyy siis miettiä, minkälainen markkinointi soveltuu parhaiten kohderyhmälle ja mikä parhaiten tavoittaa. Voisiko vaikuttajamarkkinointia hyödyntää esimerkiksi alakouluikäisille lapsille tapahtuman omassa sosiaalisessa mediassa? Entä toimiiko Liperin kunnan sivujen oma tapahtumakalenteri? Onko sinne ilmoitettu säännöllisesti kaikista tapahtumista? Vai onko sanomalehteen pistetty mainos vielä sittenkin tänä päivänä hyvä vaihtoehto?

8 Tapahtumakonsepti Liperin Kirkkolahden alueelle

Tapahtumakonseptointiin on tässä opinnäytetyössä hyödynnetty KUPLA-tapahtumakoulutuksen konseptipajan opasta (2020). Näitä kysymyksiä käyttämällä luotiin kaksi tapahtumakonsepti-idea opinnäytetyön lopputuotokseksi, joka löytyy liitteestä 4.

Konseptointi on valmiiksi suunniteltu malli tai idea, jota toteutetaan tapahtuman ympärille. Tapahtuman konseptoiminen on myös järkevää, jos tapahtuma halutaan järjestää uudelleen ja siinä halutaan noudattaa tiettyä teemaa. (Vallo & Häyrinen 2016, 65.) Lapsiperheitä ajatellen teeman valinta olisi hyvä, sillä tällä tavoin voidaan tarjota unohtumattomia elämyksiä, esimerkiksi retken, kulttuurin tai yhdessä tekemisen merkeissä (Luukkonen 2017, 3).

Tapahtumakonsepti ideoihin on hyödynnetty ja tuotu esille kyselyn ja haastatteluiden pohjalta eri ideoita ja näkemyksiä. Lisäksi on perehdytty muualla järjestettyihin lastentapahtumiin, haettu lisää tietoa ja ideoita tapahtumakonseptiin liittyen. KUPLA-opas on suunniteltu esimerkiksi opiskelijayhdistysten tai opiskelijakuntien tapahtumajärjestäjille, ja siinä käydään tapahtuman järjestämiseen

liittyviä kysymyksiä (KUPLA-hanke 2020). Listaamalla vastauksia näihin kysymyksiin saadaan ideoita ylös näkyväksi.

Konseptipajan mukaan tapahtuman suunnittelu aloitetaan ensimmäiseksi kysymällä, miksi tapahtuma järjestetään ja mikä on tapahtuman tavoite. Tällä tavoin saadaan selville, mitkä ovat järjestäjän tai järjestäjien ajatukset ja ideat tapahtuman järjestämiseen. Toiseksi mietitään, kenelle tai keille tapahtuma halutaan järjestää, eli mikä on tapahtuman kohderyhmä. (KUPLA-hanke 2020.) Räsänen (2022) korostaa, että onnistunut tapahtumakonsepti vaatii selkeän ja hyvän ymmärryksen kohderyhmästä. Joudutaan tarkemmin perehtymään esimerkiksi kohderyhmän ajankäyttöön, tarpeisiin ja kiinnostuksen kohteisiin. (Räsänen 2022.)

Kolmantena kysytään ”keiden kanssa tapahtumia kehitetään?”, eli tehdäänkö yhteistyötä muiden tapahtumajärjestäjien kanssa ja huomioidaanko esimerkiksi aikaisemmat palautteet osallistujilta? Neljännessä osiossa voidaan määritellä, mitä tapahtumalla halutaan. Luodaan toimintamalli eli konsepti, jonka mukaan toteutetaan tapahtuma. (KUPLA-hanke 2020.)

Viidennessä osiossa pohditaan sitä, millainen on hyvä tapahtumakonsepti. Tässä vaiheessa on hyvä miettiä järjestäjän näkökulmasta seuraavia kysymyksiä: Missä tapahtuma toteutetaan? Miten resurssit huomioidaan? Eli onko riittävästi työvoimaa saatavilla sekä mikä on kustannusarvio ja aika. Tulee myös huomioida kohderyhmän tarpeet, eli miten saadaan ihmiset viihtymään ja nauttimaan yhdessäolosta, niin että se on mielenkiintoinen ja hieno kokemus kaikille? Lisäksi turvallisuus on huomioitava monelta kantilta ja mietittävä myös onko taloudelliset riskit huomioitu. Miten tapahtuma mahdollistetaan niin, että osallistuminen on myös sosiaalisesti turvallista, ettei joudu kiusatuksi? (KUPLA-hanke 2020.)

KUPLA-hankeen konseptipajan oppaan kysymyksiä käyttäen saatiin kaksi tapahtumakonsepti-idea Liperin Kirkkolahden alueelle. Kesäkuukausien aikana voitaisiin toteuttaa Kirkkolahden seikkailupäivät ja talvikaudelle taas Kirkkolahden talviolympialaiset. Kirkkolahden seikkailupäivinä tarkoituksena olisi päästää

lapset yhdessä vanhempien kanssa tekemään toiminnallisia tehtävärasteja. Teemoina voidaan hyödyntää kulttuuria, esimerkiksi vieraillemalla kirkossa tai tutustumalla paremmin kirkon alueeseen ja lisäksi paikallishistoriaan. Samalla voisi hyödyntää urheilu- ja luonto teemaa, kun toteutetaan pihaleikkejä ja pääsisi kokeilemaan esimerkiksi kiipeilyä tai kalastukseen liittyvää tekemistä yhteistyössä halukkaiden yritysten ja yhteisöjen kanssa. Kesäkuukausina olisi paras mahdollisuus saada ihmiset paikalle, kauempaakin kuin Liperistä. Kesällä matkailijamäärät todennäköisesti myös lisääntyvät ja ihmiset liikkuvat silloin parhaiten. Lähikuntien ja lähialueiden lapsiperheille suunnattuun markkinointiin kannattaa myös panostaa ja jakaa ilmoitusta esimerkiksi paikallislehtiin ja Facebookin ryhmiin. Kun Pohjois-Karjalassa, esimerkiksi Joensuussa, järjestetään tapahtumia samaan aikaan, niin tällöin voitaisiin houkutella lisää matkailijoita myös Liperiin ja yhdistellä matkailijavirtoja.

Talvikaudella toteutettava Kirkkolahden talviolympialaiset toisi alueelle urheilujuhlan tunnelmaa. Kirkkolahden rantaa ja jääaluetta olisi mahdollista hyödyntää hiihtoon, pikaluisteluun, curlingiin ja pilkkikisoihin. Lisäksi mäkistä aluetta voisi käyttää mäenlaskuun. Tämä edellyttää, että jäälle on turvallista mennä ja eri toiminnot saadaan sijoitettua hyvin alueelle. Jokaisesta eri lajista saisi merkinnän omaan passiin, joka on jaettu tapahtumaan osallistuville. Tapahtuman jälkeen jaettaisiin kaikille mitali tai jonkinlainen palkinto tapahtumaan osallistumisesta. Tapahtumaan olisi hyvä saada sponsoreita mukaan tukemaan tapahtumaa. Myös paikalliset yhdistykset, jotka ovat kiinnostuneita osallistumaan toiminnallisiin osuuksiin, voisivat samalla esitellä omaa toimintaansa. Lisäksi Kirkkolahdelle olisi hyvä saada oheismyyntiä, esimerkiksi perustamalla tilapäisen kioskin tai ravintolan Rantamakasiinin toimintaa hyödyntämällä. Yhteistyö Liperin alueen päiväkotien kanssa olisi hyvä hyödyntää talviaikoina, jolloin voitaisiin saada lisää näkemyksiä päiväkodin henkilökunnalta ja lapsilta. Samalla viestintää tapahtumasta päiväkodin ja kodin välillä tulisi tehostaa, jotta useampi lapsi pääsisi osallistumaan tapahtumaan. Talviaikoina on huomioitava se, miten saada Liperin lapsiperheet osallistumaan tapahtumaan ja onko tapahtuma taloudellisesti kannattavaa toteuttaa talvella. Tässä opinnäytetyössä luodut tapahtumakonseptit on suunniteltu oppaan pohjalta eikä tapahtumia olla kokeiltu käytännössä.

9 Kehitysideat

Opinnäytetyön viimeisissä osioissa käsitellään keskeisesti kyselyssä ja haastatteluissa nousseita asioita ja pohditaan kehitysehdotuksia tulevien tapahtumien järjestämiseksi Liperin Kirkkolahden alueella.

Kyselyn ja haastattelun pohjalta on havaittavissa, että Kirkkolahden alueen monipuolinen hyödyntäminen tapahtumatuotannossa koetaan haasteelliseksi. Alue koetaan ahtaaksi, eikä Rantamakasiinin rannan puolelta löydy esimerkiksi tarpeeksi lämpimiä sisätiloja. Aluesuunnitelmassa on suunniteltu Rantamakasiinin rannan puolelle wc- ja huoltotilat, jotka parantaisivat alueen viihtyvyyttä.

Haastateltavista muutama toivoisi, että tapahtumia organisoitaisiin paremmin, etteivät ne olisi päällekkäin. Esimerkiksi Liperin kunnan ylläpitämä vuosikellon hyödyntäminen ja sen käyttäminen olisi järkevää tulevaisuudessa tapahtumien suunnitteluun. Liperin harrastustoiminnan vuosikellosta ainakin näkee, että tapahtumia järjestetään ympäri vuoden eri teemoilla ja toiminnoilla, jotka on syytä ottaa huomioon (Liperi 2022d). Mielestäni olisi hyvä saada tarpeeksi järjestäjiä mukaan eri yhteisöistä ja miettiä, onko mahdollisuutta lisätä tapahtumia entisestään, tai suunnitella tapahtumapaikkoja tasapuolisemmin eri paikkoihin, jotta yrittäjätkin hyötyisivät taloudellisesti tasaisemmin. Tämä olisi varmasti yksi keino lähteä yhteistyötä kehittämään.

Isompien tapahtumien järjestämisessä täytyy selvittää esimerkiksi sujuva saapuminen ja parkkipaikkojen tilanne, kun tilaa on vähemmän alueella ja isommat parkkipaikat sijaitsevat hieman kauempana Kirkkolahden alueesta. Selkeiden opasteiden ja kylttien käyttö sekä liikenteenohjaus ovat tärkeässä asemassa saapumiselle. Parkkipaikkojen vähyyden vuoksi olisi hyvä lisätä enemmän julkisen liikenteen käyttöä ja mainostaa sitä selkeämmin. Ennen tapahtumaa olisi hyvä organisoida ja tiedottaa aikatauluineen linja-autokyydityksistä: esimerkiksi muualta Liperin taajamista eli Viinijärven ja Ylämyllyn suunnilta ja jopa Joensuuun asti.

Liperin Kirkkolahdella kesällä tapahtumien järjestäminen on varmasti hyvä ajankohta. Eri teemoja hyödyntäen voidaan suunnitella esimerkiksi urheilutapahtumia. Joskus järjestetty soututapahtuma Liperin Kirkkolahden alueella voisi olla kokeilemisen arvoinen uudelleen järjestettäväksi. Myös talvella tapahtumien järjestämistä tulisi mielestäni kokeilla. Silloin olisi mahdollista nähdä, miten osallistujia riittäisi. Talviriehan tai vaikka talviolympialaisten järjestäminen myös Liperin Kirkkolahden alueella voisi olla mielestäni hyvä, esimerkiksi lasten hiihtokilpailut pilkkkitapahtumien yhteydessä tai erikseen.

Kohderyhmän huomioimisessa on tärkeää säännöllisin väliajoin kuulla toiveita tulevista tapahtumista. Ottamalla yhteyttä Liperin alueen päiväkoteihin voisi toteuttaa matalankynnyksen ideointipäiviä, jolloin lasten mieleen nousseita ideoita kirjoitetaan ylös. Voisi käyttää esimerkiksi seuraavaa kysymystä: Mitä sinä haluaisit tehdä tapahtumassa?

10 Pohdinta

Opinnäytetyön kyselyn ja haastatteluiden perusteella oli tarkoitus selvittää näkemyksiä mahdollisen tapahtumakonseptin toteuttamiseen ja sitä, miten yritykset ja yhteisöt näkevät Liperin Kirkkolahden alueen tapahtumatuotannon. Aiheen valinta eteni toimeksiantajan kanssa keskustellessa ensin omista toiveista, jonka jälkeen toimeksiantaja hyväksyi idean. Opinnäytetyö aihe oli itselleni haasteellinen, sillä uutta tietoa tuli paljon ja koin uuden asian oppimisen ajoittain työläänä. Silti opinnäytetyö aiheeni oli mielenkiintoinen tilaisuus oppia enemmän tapahtuman järjestämisestä ja Liperin Kirkkolahden alueesta. Aiheen valinta oli myös ajankohtainen, sillä tapahtumia on nyt pystytty järjestämään koronavuosien jälkeen myös Liperin Kirkkolahden alueella. Tätä varten on myös perustettu oma yhdistys: Liperin Elämystapahtumat ry, jonka tarkoituksena on tulevaisuudessakin järjestää tapahtumia Liperin Kirkkolahden alueella ja sen ympäristössä.

Opinnäytetyön kirjoittamisprosessi eteni omalla painollaan vähän kerrallaan itselleni sopivalla tavalla, sillä koen kirjoittamisen edelleen haasteena, mutta näen sen myös kehittyneen paljon. Opinnäytetyön idea hahmottui, ja oppiminen on sitä mukaa syventynyt. Teoriaosaan hyödynsin mahdollisimman paljon tuoreita kirjallisuus- ja verkkolähteitä. Työn edetessä kirjallisuuteen on vielä kerätyä palattu ja haettu lisää tietoa. Tietoperustassa käsiteltiin tapahtumatutkimusta, tapahtuman järjestämistä, suunnittelua, toteutusta ja jälkivaihetta. Lisäksi opinnäytetyössä perehdyin tuotteistamiseen, markkinointiin, kohderyhmään eli lapsiperheisiin, saavutettavuuteen, esteettömyyteen ja tapahtumakonseptointiin.

Opinnäytetyö kokonaisuudessaan on edistynyt prosessinomaisesti. Olen jaksanut tehdä työtä sääntillisesti ja suunnitelmallisesti eteenpäin. Tavoiteajan määrittäminen työn valmistumiselle on osoittautunut vaikeaksi, koska opinnäytetyöprosessi oli minulle uutta, enkä aina hahmottanut, miten vaiheet etenevät ja menevät. Aineistonkeruuvaihe vaati itseltäni uuden asennoitumisen työtä kohtaan, sillä kyselytutkimuksen jälkeen todettiin, että haastatteluita täytyy vielä tehdä ja tämä vei aikaa. Haastattelutilanteet onnistuivat mielestäni hyvin. Kysymykset ja teemat olivat haastatteluvaiheessa jo tuttuja ja itse keskustelutilanteet sujuivat minulta luontevasti.

Tiedonkeruumenetelminä haastattelu ja kysely toimivat mielestäni hyvin tässä opinnäytetyössä. Sain kysymyksiini joihinkin kohtiin melko samoja vastauksia ja toisiin taas erilaisia näkemyksiä. Haastatteluissa saatiin aineiston kannalta hyvin tietoa ja myös syvällisempää tietoa esimerkiksi arvokysymykseen tapahtumakonseptin tarkemmasta sisällöstä ja teemasta. Kyselyn läpikäymistä helpottivat taas valmiit vastausvaihtoehdot, joista näki yhteneväisyydet ja erot. Kyselyssä pakollinen vastausvaihtoehto ei ollut kuitenkaan hyvä kaikissa kysymyksissä, esimerkiksi seitsemäs kysymys kyselyn liitteessä 2 pakotti vastaajat vastaamaan jotain, vaikka välttämättä ei olisi tarvinnut vastata mitään annetuista vaihtoehdoista.

Opinnäytetyön lopputuloksena syntyi kaksi konseptiehdotusta toimeksiantajalle. Konseptointiin hyödynnettiin teoriaa ja kerättyä aineistoa tapahtuman

toteuttamisesta. Lisäksi huomioitiin toimeksiantajan näkökulmia tapahtumakonseptointiin liittyen. Tätä opinnäytetyötä pystytään tulevaisuudessa hyödyntämään tulevien tapahtumien toteuttamisessa. On lisäksi hyvä huomioida sidosryhmien esille tuomia asioita ja ideoita. Jatkokehityksenä voisi toteuttaa tarkemman selvityksen lapsiperheistä ja heidän toiveistaan tapahtumien suhteen. Myös havainnointi ja palautteen kerääminen on hyödyllistä toteuttaa tapahtumien aikana säännöllisesti.

Opinnäytetyössä opin, että tapahtuman järjestäminen on ammattitaitoista tekemistä ja aikaa vaativa prosessi, joka vie myös resursseja. Yhteistyö yrittäjien, yhteisöjen ja kunnan välillä vaatii sitoutumista ja organisointitaitoja, jotta tapahtumia voidaan järjestää sujuvasti. Itse tapahtumakonseptin suunnitteluun ideoita ei tullut paljon itseltäni. Koen, että yksinään en saa irti ideoita ja suunnitelmia, vaan omassa tiimissä tai työryhmässä suunnittelu olisi varmasti hedelmällisempää. Itsenäistä suunnitteluprosessia varten tarvitsee myös paljon aikaa. Uskon, että tulen hyödyntämään näitä oppimiani taitoja jonkinlaisen tapahtuman järjestämisessä ja työtehtävissäni tulevaisuudessa.

Lähteet

- Ammattikorkeakoulujen rehtorineuvosto Arene ry. 2020a. Ammattikorkeakoulujen opinnäytetöiden eettiset suositukset. <https://www.arene.fi/wp-content/uploads/Raportit/2020/AMMATTIKORKEAKOULU-JEN%20OPINN%C3%84YTET%C3%96IDEN%20EETTISET%20SUOSITUKSET%202020.pdf?t=1578480382>. 29.3.2022.
- Ammattikorkeakoulujen rehtorineuvosto Arene ry. 2020b. Vastuullinen opinnäytetyö. <https://www.arene.fi/wp-content/uploads/Raportit/2020/Arenen%20ONT%20eettiset%20ohjeet%20esitysmateriaali%202020.pdf?t=1578486373>. 29.3.2022.
- Bergström, S. & Leppänen, A. 2021. Yrityksen asiakasmarkkinointi 19., uudistettu painos. Helsinki: Edita. Finna. 2.3.2022.
- Etelä-Pohjanmaan liitto. 2022. Tapahtumajärjestäjän opas. https://www.vskylat.fi/wp-content/uploads/2020/03/C_57_Tapahtumajärjestajan_opas.pdf. 17.2.2022.
- FCG Finnish Consulting Group Oy. 2021. Liperin Kirkkolahden aluesuunnitelma, suunnitelmaselostus. <http://dynastyjulkaisu.pohjoiskarjala.net/liperi/kokous/2021259-3-17049.PDF>. 24.2.2022.
- Heikkilä, T. 2014. Kvantitatiivinen tutkimus. <http://www.tilastollinentutkimus.fi/1.TUTKIMUSTUKI/KvantitatiivinenTutkimus.pdf>. 12.4.2022.
- Huhtaniska, T. & Tirronen J. 2019. Faktaa ja fiilistä tapahtumatuottajalle. Helsinki: Edita Publishing Oy. Finna. 14.2.2022.
- Juhila, K. 2022. Laadullisen tutkimuksen ominaispiirteet. Teoksessa Vuori, J. (toim.) Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/mita-on-laadullinen-tutkimus/laadullisen-tutkimuksen-ominaispiirteet/>. 25.4.2022.
- Jänis, L. 2022. Projektipäällikkö. Liperin kunnan elinympäristöpalvelut ja Liperitek Oy. Teams-kokous 5.4.2022.
- Kaartinen, S. & Linnapuomi A. 2018. Tapahtumia kaikille! Opas saavutettavan kulttuurifestivaalin järjestämiseen. http://www.cultureforall.fi/doc/tietopaketti_oppaat/Tapahtumia_kaikille_opas.pdf. 10.8.2022.
- Kalliomeri, R., Mettinen, K., Ohlsson, A., Soini, S., Tulensalo, H. & Savola, I. 2020. Lapsikeskeinen palvelumuotoilu. Helsinki: Pelastakaa lapset ry.
- Kamon Oy. 2022. Tuotteistaminen ja konseptointi. Tuotteistamalla tehoa liiketoimintaan. <https://www.kamon.fi/tuotteistaminen+ja+konseptointi>. 22.9.2022.
- Kananen, J. 2015. Opinnäytetyön kirjoittajan opas. Jyväskylä: Suomen yliopistopaino Oy – Juvenes Print.
- Karhu, O. 2022. Tänä vuonna järjestetään ennätyselliset 430 musiikkifestivaalia, eikä työntekijöitä löydy tarpeeksi – alalta on lähtenyt 6 500 vakitekiijää. <https://yle.fi/uutiset/3-12558635>. 2.9.2022.
- Kilpeläinen, J. 2020. Markkinoinnin ja viestinnän eroa kunnioitettava. <https://viestijat.fi/markkinointi-ja-viestinta-pidettava-erillisina/>. 26.9.2022.
- Kosonen, J. 2022. Puheenjohtaja. Liperin Urheilukalastajat ry. Nauhoitettu haastattelu 5.9.2022.

- Kulmat. 2015. Markkinointi ja sidosryhmätyö. <http://www.kulmat.fi/laadun-kehittaminen/tyokaluja/markkinointi-ja-sidosryhmatyo>. 4.3.2022.
- Kuntaliitto. 2017. Tuotteistus on määrittelyä, tarkentamista ja kehittämistä. <https://www.kuntaliitto.fi/sites/default/files/media/file/Tuotteistus-on-m%C3%A4%C3%A4rittely%C3%A4-tarkentamista-ja-kehitt%C3%A4mist%C3%A4.pdf>. 22.9.2022.
- Kuntaliitto. 2022. Mitä on saavutettavuus, mitä sillä saavutetaan ja ketkä siitä hyötyvät? <https://www.kuntaliitto.fi/tietotuotteet-ja-palvelut/verkojulkaisut/saavutettavuusopas/2-mita-on-saavutettavuus>. 10.8.2022.
- Kuokkanen, P. 2022. Puheenjohtaja. Liperi-Seura ry. Nauhoitettu haastattelu 6.9.2022.
- KUPLA-hanke. 2020. KUPLA-tapahtumakoulutukset opiskelijajärjestöaktiiveille. <https://ehyt.fi/tuote/kupla-hankkeen-tapahtumakoulutukset-opiskelijajarjestoaktiiveille/>. 13.10.2022.
- Kuusisto, K. & Sahlsted, M. 2021. Tapahtumateollisuus vuonna 2021. Selvitys suomalaisesta tapahtumateollisuudesta, sen erityispiirteistä, nykytilanteesta ja tulevaisuuden mahdollisuuksista. <https://www.tapahtumateollisuus.fi/wp-content/uploads/2021/09/Tapahtumateollisuuden-toimialaselvitys-2021.pdf>. 19.8.2022.
- Liperi. 2017. Liperin kunnan maapoliittinen ohjelma 2018–2021. <https://www.liperi.fi/documents/90255/576057/Maapoliittinen+ohjelma.pdf/f0e0c650-1058-7f4c-95a9-23d4d4d01b53>. 12.9.2022.
- Liperi. 2018. Lasten ja nuorten hyvinvointisuunnitelma 2019–2022. <https://www.liperi.fi/documents/90255/569542/Lasten+ja+nuorten+hyvinvointisuunnitelma.pdf/8c35538a-c47e-a1bd-cb99-e51135d905f6>. 19.8.2022.
- Liperi. 2022a. Hankkeet ja kehittäminen Liperissä. <https://www.liperi.fi/hankkeet-ja-kehittaminen>. 25.3.2022.
- Liperi. 2022b. Tapahtumat tekevät kunnan eläväksi. <https://www.liperi.fi/-/tarja-luostarinen-allu-karttunen-kuntalaistarina>. 19.7.2022.
- Liperi. 2022c. Visit Liperi -matkailusivusto on julkaistu, Kirkkolahden tapahtumakesässä uusia avauksia. <https://www.liperi.fi/-/visit-liperi-matkailusivusto-on-julkaistu-kirkkolahden-tapahtumakesassa-uusia-avauksia>. 19.7.2022.
- Liperi. 2022d. Harrastustoiminnan vuosikello. <https://www.liperi.fi/harrastustoiminnan-vuosikello>. 13.10.2022.
- Liperi-Seura. 2015. Tervetuloa Liperi-Seura ry:n kotisivuille. <https://www.liperi-seura.fi/>. 14.9.2022.
- Liperin kunnanhallitus. 2022. Kirkkolahden palvelurakennuksen toteutus. <http://dynastyjulkaisu.pohjoiskarjala.net/liperi/cgi/DRE-QUEST.PHP?page=meetingitem&id=2022306-19>. 10.6.2022.
- Liperin kuntastrategia 2021. <https://www.liperi.fi/documents/90255/576057/Liperin+kuntastrategia+2021%E2%80%932025.pdf/154f8540-439f-2a7e-348c-55f8e8c5c6d4>. 27.6.2022.
- Lipertek Oy. 2022. <https://www.lipertek.fi/lipertek-oy>. 19.6.2022.
- Lius, A. 2021a. Toiveissa majakka ja pyykinpesukone – Liperin Kirkkolahden kehittämisprojektissa kuultiin kuntalaisia. <https://yle.fi/uutiset/3-12206188>. 30.8.2022.
- Lius, A. 2021b. Liperin ja Heinäveden seurakunnat yhdistyvät ensi vuoden alusta. <https://yle.fi/uutiset/3-11902655>. 14.9.2022.

- Luukkonen, H. 2017. Opas lastentapahtuman järjestämiseen. Keliakialiitto ry. https://www.keliakialiitto.fi/site/assets/files/8156/lastentapahtuman_jarjestamisopas-1.pdf. 4.3.2022.
- Monimuotoiset perheet verkosto. 2021. Monimuotoiset perheet varhaiskasvatuksessa. Opas kasvatus- ja opetusalan ammattilaisille. <https://monimuotoisetperheet.fi/wp-content/uploads/2021/10/Opas-varhaiskasvattajille.pdf>. 3.9.2022.
- Myllypuoti. 2022. Leipäpitäjän yli satavuotiset myllyperinteet. <https://myllypuoti.fi/pages/myllyn-historia>. 18.8.2022.
- Nielsen, F. 2019. Kuinka Kouluttaa ja Johtaa Tapahtuman Vapaaehtoisia: 10 Tärkeintä Vaihetta. <https://billetto.fi/blog/kuinka-kouluttaa-ja-johtaa-tapahtuman-vapaaehtoisia-10-tarkeinta-vaihetta/>. 7.9.2022.
- Omapaja. 2018. Tuotteistaminen – itseäsi ja asiakkaitasi varten. Blogi. <https://www.omapaja.fi/blogi/tuotteistaminen-itseasi-ja-asiakkaitasi-varten>. 11.3.2022.
- Oppariapu. 2022. Apua opinnäytetyön kirjoittamiseen. 2022. Kysely – Oppariapu <https://oppariapu.wordpress.com/kysely/>. 13.6.2022.
- Palmu, P. 2020. Miten eroaa Zoom, Teams ja Hangouts? Videopuhelu -palvelut vertailussa. <https://www.etevat.fi/blogi/miten-eroaa-zoom-teams-ja-google-hangouts-videopuhelu>. 25.8.2022.
- Partanen, J. 2020. Ruskeakorvet Rantamakasiinin omistajiksi. Kotiseutu-uutiset. 16.4.2020. <https://kotiseutu-uutiset.com/uutiset/2020/04/16/ruskeakorvet-rantamakasiinin-omistajiksi/>. 14.9.2022.
- Paukkeri, M. 2022. Työvoimapula kurittaa nyt monia aloja – tapahtuma-ala kertoo, miten työntekijät saataisiin houkuteltua takaisin. <https://yle.fi/uutiset/3-12525971>. 22.8.2022.
- Pinghelsinki. 2022. Mitä on vaikuttajamarkkinointi? <https://pinghelsinki.fi/mita-on-vaikuttajamarkkinointi/>. 26.9.2022.
- Pitkospuu Productions. 2022. Asiakastyytyväisyyden mittaaminen – mitä yritys siitä hyötyy? <https://pitkospuu.fi/asiakastyytyvaisyyden-mittaaminen/#>. 27.9.2022.
- Puhakka, R. 2011. Matkailukysynnän trendit vuoteen 2030 mennessä. Lahden ammattikorkeakoulu. <https://www.yumpu.com/fi/document/read/34856033/matkailukysynnän-trendit-vuoteen-2030-mennessä-lahden->. 24.2.2022.
- Ruskeakorpi Oy. 2022. Liperin rantamakasiini. <https://liperinrantamakasiini.fi/>. 30.9.2022.
- Ruskeakorpi, P & H. 2022. Omistajat. Liperin rantamakasiini. Nauhoitettu haastattelu 12.9.2022.
- Räsänen, J. 2022. Tapahtumakonsepti takaa onnistumisen. Wolttigroup. <https://wolttigroup.fi/kristallinkirkas-konsepti-takaa-onnistuneen-tapahtuman/>. 13.10.2022.
- Suomen kotiseutuliitto. 2022. Kotiseutumuseot, muut paikallismuseot ja paikalliset erikoismuseot. <https://kotiseutuliitto.fi/tietopankki/kotiseutumuseot/>. 1.10.2022.
- Tampere. 2022. Tapahtumajärjestäjän opas, saavutettavuus tapahtumissa. <https://www.tampere.fi/tapahtumajarjestajille/tapahtumajarjestajan-opas/saavutettavuus-tapahtumissa>. 3.9.2022.
- Tapahtumantekijät Oy. 2022. Vastuullisuus on megatrendi myös tapahtumalalla. <https://www.tapahtumantekijat.fi/fi/blog/vastuullisuus-on-megatrendi-myos-tapahtumalalla>. 26.9.2022.

- Tapahtumateollisuus ry. 2022. Tavoitteet hallitusohjelmaan vuosille 2023–27. <https://www.tapahtumateollisuus.fi/wp-content/uploads/2022/10/Hallitusohjelmatavoitteet-2023-27.pdf>. 21.10.2022.
- Terveyden ja hyvinvoinninlaitos. 2022. Lapset ja perheet. <https://thl.fi/fi/web/hyvinvointi-ja-terveyserot/eriarvoisuus/elamankulku/lapset-ja-perheet>. 10.8.2022.
- Tilastokeskus. 2021. Perheiden määrän lasku pysähtynyt https://www.stat.fi/til/perh/2020/perh_2020_2021-05-28_tie_001_fi.html. 29.9.2022.
- Tilastokeskus. 2010. Ulkomaalaisten perhe kasvaa, osuus yhä pieni. https://www.stat.fi/til/perh/2009/02/perh_2009_02_2010-11-30_tie_001_fi.html. 10.8.2022.
- Tonder, M. 2013. Ideasta kaupalliseksi palveluksi – Matkailupalvelujen tuotteistaminen. Vantaa: Hansaprint Direct Oy.
- Toppi, O. 2022. Varhaiskasvatuksen ohjaaja. Liperin seurakunta. Nauhoitettu haastattelu 7.9.2022.
- Tuominen, T., Järvi K., Lehtonen M. H., Valtanen, J., Martinsuo, M. 2015. Palvelujen tuotteistamisen käsikirja. <https://aalto-doc.aalto.fi/bitstream/handle/123456789/16523/isbn9789526062181.pdf>. 11.3.2022.
- Tutkimuseettinen neuvottelukunta. 2012. Hyvä tieteellinen käytäntö ja loukkausepäilyjen käsitteleminen Suomessa. https://tenk.fi/sites/tenk.fi/files/HTK_ohje_2012.pdf. 23.3.2022.
- Tutkimuseettinen neuvottelukunta. 2019. Ihmiseen kohdistuvan tutkimuksen periaatteet ja ihmistieteiden eettinen ennakoarviointi Suomessa. https://tenk.fi/sites/default/files/2021-01/Ihmistieteiden_eettisen_ennakoarvioinnin_ohje_2020.pdf. 23.3.2022.
- Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum Media Oy.
- Vallo, H. & Häyrinen, E. 2016. Tapahtuma on tilaisuus: opas onnistuneen tapahtuman järjestämiseen. Helsinki: Tietosanoma.
- Vastaaja 1. 2022. Webropol. Kyselyn tulokset. 28.11.2022.
- Vetouistelun Pohjois-Karjalan Cup. 2022. Liperin Urheilukalastajat r.y. <https://pohjoiskarjalacup.fi/seurat/Liperin%20Urheilukalastajat%20r.y.%20>. 14.9.2022.
- Vilka, H. 2015. Tutki ja kehitä. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Vilka, H. 2021. Tutki ja kehitä. Jyväskylä: PS-kustannus. Ellibs-ekirjat. 13.4.2022.
- Visit Liperi. 2022a. Missä Liperi on ja miten tänne pääsee? <https://www.visitliperi.fi/alueinfo/>. 19.8.2022.
- Visit Liperi. 2022b. Majoitus. <https://www.visitliperi.fi/majoitus-liperi/>. 28.9.2022.
- Väätäinen, M. 2015. Miksi jokaisen johtajan tulisi ymmärtää asiakkaiden palvelupolku? Solita. Blogi. <https://www.solita.fi/blogit/miksi-jokaisen-johtajan-tulisi-ymmartaa-palvelupolku/>. 24.2.2022.
- Wirén, M., Westerholm, T. Liikamaa, A. 2020. Tapahtumateollisuuden toimialatutkimus, osa 1. <https://www.tapahtumateollisuus.fi/wp-content/uploads/2020/07/Tapahtumateollisuuden-toimialaraportti-2020-osa-1.pdf>. 5.7.2022.

Saatekirje kyselyyn

Hei, olisiko sinulla noin kymmenen minuuttia aikaa vastata kyselyyn, joka liittyy Liperin Kirkkolahden alueelle suunniteltavaan tapahtumakonseptiin?

Olen matkailualan neljännen vuoden opiskelija Karelia-ammattikorkeakoulusta ja työstätän opinnäytetyötä, jonka aihe on Tapahtumakonseptin luominen Kirkkolahden alueelle. Tapahtumakonseptin kohderyhmänä ovat lapsiperheet. Toimeksiantajana on Kirkkolahden aluetta kehittävä -hanke. Hankkeen tiedot: <https://bit.ly/3M1knaW>

Kysely toteutetaan anonymisti Webropol -alustalla. Tietoja käsitellään luottamuksellisesti. Halutessanne voitte jättää lopuksi yrityksenne/yhteisönne nimen mahdollista Liperin Kirkkolahden alueen kehittämishankkeen yhteydenottoa varten. Yrityksen/yhteisön nimeä ei käytetä tässä opinnäytetyössä. Kyselylomake on avoinna 13.6.2022 klo: 18:00 saakka. Opinnäytetyön valmistuttua kyselyaineisto hävitetään. Halutessanne voitte jättää kyselyn loppuun yrityksenne/yhteisönne nimen, hankkeen yhteydenottoa varten. Vastauksia hyödynnetään opinnäytetyössäni ja opinnäytetyö julkaistaan theseus.fi -sivustolla.

Linkki kyselyyn: <https://link.webropolsurveys.com/S/AE6529D68FC21A47>

Kiitos jo etukäteen vastauksistanne!

Opinnäytetyön tekijä

Rosalin Sallinen

rosalin.sallinen@edu.karelia.fi

Opinnäytetyön ohjaaja

Hanna Vienonen, lehtori

hanna.vienonen@karelia.fi

Webropol-kysely

Tervetuloa vastaamaan Liperin Kirkkolahden alueelle suunniteltavaan tapahtumakonseptin kyselyyn. Vastauksesi on merkittävä tälle työlle, jotta opinnäytetyöni edistyisi ja valmistuminen restonomiksi olisi mahdollista. Kyselyyn vastaaminen vie Sinulta noin kymmenen minuuttia ja kysely on anonyymi.

Kiitos jo etukäteen vastauksistanne!

1. Mitkä ovat yrityksenne/yhteisönne toiminnan pääkohderyhmät?

2. Millaisia tapahtumia yrityksenne/yhteisönne toivoo Liperin Kirkkolahden alueelle ja lähiympäristöön?

3. Millaisia mahdollisuuksia tapahtuman järjestämiseen on Liperin Kirkkolahden alueella yrityksenne/yhteisönne mielestä? _____

4. Millaisia haasteita tapahtuman järjestämiseen on Liperin Kirkkolahden alueella yrityksenne/yhteisönne mielestä? _____

5. Liperin Kirkkolahden aluesuunnitelman tavoitteena on muodostaa Kirkkolahdesta Liperin matkailun sydän, josta käsin alueen luonto-, urheilu- ja kulttuuriaktiviteetit ovat helposti saavutettavissa.

Laita edellä mainitut teemat (luonto, urheilu ja kulttuuri) numerojärjestykseen yrityksen/yhteisön kiinnostuksen mukaisesti. 1=eniten kiinnostava, 3=vähiten kiinnostava.

6. Onko yrityksenne/yhteisönne kiinnostunut toteuttamaan tapahtuman yhdessä muiden toimijoiden kanssa?

- Kyllä
- Ehkä
- Ei, miksi? _____

7. Tarvitaanko yrityksenne/yhteisönne mielestä Liperin Kirkkolahden alueelle tuoda jotain lisää lapsiperheille suunnattuja tapahtumia ajatellen?
1. WC-tilat/vaipanvaihto
 2. Leikkipaikkoja
 3. Huoltotila/lasten ruuan lämmitys
 4. Esteettömyyden näkökulma (esim. rampit) mitä? _____
 5. Saavutettavuuden näkökulma (esim. opasteita) mitä? _____
 6. Palveluita (esim. ruokapaikkoja) mitä? _____
 7. Muuta, mitä? _____
8. Mitä yrityksenne/yhteisönne olisi kiinnostunut tekemään lapsiperheille suunnatussa tapahtumassa?
1. Ohjelman suunnittelu ennen tapahtumaa
 2. Ohjelman toteuttaminen tapahtuman aikana
 3. Myynti- tai markkinointikojun toteuttaminen tapahtumassa
 4. Muuta, mitä _____?
9. Milloin yrityksenne/yhteisönne haluaa olla mukana toteuttamassa lapsiperheille suunnatun tapahtuman? 1. Talvella 2. Keväällä 3. Kesällä 4. Syksyllä
10. Milloin yrityksenne/yhteisönne haluaa olla mukana toteuttamassa lapsiperheille suunnatun tapahtuman? 1. Arkipäivänä 2. Viikonloppuna 3. Juhlapyhinä 4. Muu, mikä? _____
11. Mitkä vuorokauden ajat sopivat tapahtuman toteuttamiseen yrityksellenne/yhteisöllenne? 1. Aamu 2. Aamupäivä 3. Iltapäivä 4. Ilta
12. Mikä on yrityksenne/yhteisönne mielestä sopiva kesto lapsiperheille suunnattuun tapahtumaan? 1. Yksi tunti 2. Kaksi tuntia 3. Kolme tuntia 4. Neljä tuntia 5. Muu, mikä?
13. Mikä on yrityksenne/yhteisönne toimiala? _____
14. Onko jotain muuta, mitä yrityksenne/yhteisönne haluaa tuoda esiin liittyen Liperin Kirkkolahden alueeseen? _____

Haastattelukysymykset

Aloitus: Haastattelun tarkoitus ja toteutus, myös luottamuksellisuudesta kertominen. Varmistaa halukkuus osallistua haastatteluun ja lupa haastattelun tallentamiseen (ääni ja video).

1. Taustakysymykset

- a) Mikä on yrityksenne/yhteisönne toimiala?
- b) Mitkä ovat yrityksenne/yhteisönne pääkohderyhmät?

2. Näkemys Liperin Kirkkolahden alueesta tapahtumapaikkana

- a) Millaisia tapahtumia yrityksenne/yhteisönne toivoo Liperin Kirkkolahden alueelle ja lähiympäristöön?
- b) Millaisia mahdollisuuksia tapahtuman järjestämiseen on Liperin Kirkkolahden alueella yrityksenne/yhteisönne mielestä?
- c) Millaisia haasteita tapahtuman järjestämiseen on Liperin Kirkkolahden alueella yrityksenne/yhteisönne mielestä?

3. Lapsiperheille suunnatun tapahtuman tarpeet ja toiveet

- a) Tarvitaanko yrityksenne/yhteisönne mielestä Liperin Kirkkolahden alueelle tuoda jotain lisää lapsiperheille suunnattua tapahtumaa ajatellen?
- b) Mitä yrityksenne/yhteisönne olisi kiinnostunut tekemään lapsiperheille suunnatussa tapahtumassa?
- c) Mitkä teemat kiinnostavat eniten yritystänne/yhteisöänne Liperin Kirkkolahden aluesuunnitelmasta, joita voisi hyödyntää tapahtuman sisältöön ja miksi? (luonto, urheilu vai kulttuuri).

4. Ajankohdan selvittäminen lapsiperheille suunnattuun tapahtumaan

- a) Minä vuodenaikana yrityksenne/yhteisönne voisi olla mukana toteuttamassa lapsiperheille suunnatun tapahtuman?
- b) Mikä on yrityksenne/yhteisönne mielestä parhain ajankohta olla mukana toteuttamassa lapsiperheille suunnatun tapahtuman? (arkipäivä, viikonloppu, juhlapäivä...)

- c) Mitkä vuorokauden ajat sopivat yrityksenne/yhteisönne mielestä parhaiten lapsiperheille suunnatun tapahtuman toteuttamiseen?
- d) Mikä on yrityksenne/yhteisönne mielestä sopiva kesto lapsiperheille suunnattuun tapahtumaan?

5. Tapahtumakonseptin sisältö

- a) Onko yhdistyksellänne/yrityksellänne mielessä jokin tarkempi teema, mitä olette aikaisemmin toteuttaneet tai haluaisitte toteuttaa lapsiperheille suunnatussa tapatumassa? (toiminta, arvopohja?)

6. Yhteiskumppanuuden selvittäminen

- a) Onko yrityksenne/yhteisönne kiinnostunut toteuttamaan tapahtuman yhdessä muiden toimijoiden kanssa? (Jos ei, miksi ei?)
- b) Onko jotain muuta, mitä haluaisitte kertoa vielä lapsiperheille suunnatun tapahtumakonseptiin liittyen?

Tapahtumakonsepti

Tapahtumakonseptin luominen Liperin Kirkkolahden alueelle

1

Miksi tapahtuma järjestetään?

- Hankkeen tarve
- Tuoda Liperin Kirkkolahti esille
- Huomioida alueen lapsiperheet
- Matkailun kehittäminen, matkailija määrän lisääntyminen

2

Kenelle tapahtuma järjestetään?

- Lapsiperheet Liperistä ja lähialueilta
- Kiinnostuneille
- Järjestäjien iloksi
- Liperin kunnan näkyvyyden hyväksi

3

Keiden kanssa tapahtuma kehitetään?

- Liperin elämäntapahtumat ry
- Liperin seurakunta
- Liperin Urheilukalastajat ry
- Liperi-Seura ry
- Liperin kunta
- Muut yhteistyötahot?

4

Tapahtumakonsepti, mitä halutaan?

Kirkkolahden seikkailupäivät

Kirkkolahden talviolympialaiset

5

Millainen on hyvä tapahtumakonsepti?

- Yhteisöllinen
- Yhdessä tekeminen
- Onnistumisen kokemuksia
- Uusien taitojen oppiminen
- Taloudellisesti järkevä toteuttaa
- Aikaa yhdessä suunnittelulle
- Alueen huomiointi ja hyödyntäminen ympäristöystävällisesti



6