



Tapahtuma-alan yrityksen vastuullisuus organisaatiossa ja tuotannossa

Paula Jyrälä

OPINNÄYTETYÖ
Marraskuu 2023

Palveluliiketoiminnan tutkinto-ohjelma

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Palveluliiketoiminnan tutkinto-ohjelma

JYRÄLÄ, PAULA:

Tapahtuma-alan yrityksen vastuullisuus organisaatiossa ja tuotannossa.

Opinnäytetyö 53 sivua, joista liitteitä 6 sivua
Marraskuu 2023

Tämän tutkimuksellisen opinnäytetyön taustalla on toimintaa aloittava osakeyhtiö, sille laadittu liiketoimintasuunnitelma ja Business Model Canvas. Tarkoituksena on laatia konkreettinen vastuullisuussuunnitelma ja päivitetty Sustainable Business Model Canvas eli tuottaa toimintamalli siitä, kuinka kestävä kehitys ja vastuullisuus tullaan huomioimaan niin yrityksen päivittäisessä toiminnassa kuin asiakkaille tarjottavissa palveluissa. Tavoitteena on löytää sekä ajantasaista että tulevaisuuteen suuntautuvaa tietoa tapahtuma-alan yrityksen ja yksittäisten tapahtumien vastuullisuudesta ja kestävästä toimintatavoista.

Teoriaosuus koostuu yritys vastuusta, tapahtumateollisuutta koskevista vastuullisuusasioista ja tulevaisuuskuvista. Lähteinä hyödynnettiin alan kirjallisuutta ja toimijoiden verkkosivuja, ajankohtaista striimaustallennetta sekä alan ammattilehtiä ja artikkeleita. Tutkimusmenetelmänä käytettiin haastattelua, jolla koettiin saatavan asianmukaista ja ajankohtaista tietoa alalla työskenteleviltä ammattilaisilta. Haastattelukutsujen hyväksymisen jälkeen haastattelut toteutettiin etäyhteydellä ja tallennettiin aineiston analyysia varten.

Haastattelut analysoitiin saatujen tekstiaineistojen perusteella ja niistä nousivat esiin merkittävimmät ja yhtenevät tulokset. Tutkimuksen keskeisistä tuloksista käy ilmi, että vastuullinen tapahtumaliiketoiminta koostuu osaavista tapahtumantekijöistä, ammattitaitoisesta henkilökunnasta, vastuullisista alihankkijoista, tiedostavista asiakkaista ja tarkoituksenmukaisesta kompensatiosta. Alalla tarvitaan positiivisen työnantajakuvan omaavia yrityksiä, moniosaajia ja yhteistyötä. Tapahtumakävijät kaipaavat elämyksiä, kokemuksia ja yhteisöllisyyttä vastuullisesti tuotettuna.

Asiasanat: vastuullisuus, tapahtuma-ala, tapahtumateollisuus, yritys vastuu

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Hospitality Management

JYRÄLÄ, PAULA:

The Responsibility of Event Industry Company in Organization and Production.

Bachelor's thesis 53 pages, appendices 6 pages
November 2023

The basis of this thesis was a starting limited company which has an existing business plan and Business Model Canvas. The purpose was to prepare a concrete responsibility plan and an updated Sustainable Business Model Canvas. The goal was to find both up-to-date and future-oriented information about the responsibility and sustainable operating methods of companies and individual events in the event industry.

The theoretical section consisted of corporate responsibility, responsibility issues concerning the event industry and images of futures. The sources used were industry literature and websites of event operators, professional magazines and articles. The data were collected using interviews which was felt to provide relevant and up-to-date information from professionals working in the field.

The interviews were analyzed on the basis of the text materials and the most significant and consistent results emerged. The findings indicate that a responsible event business consists of competent event organizers, professional staff, responsible subcontractors, knowledgeable customers and appropriate compensation. The industry needs companies with a positive employer image, multi-talented people and cooperation. Event visitors need experiences and a sense of community which are produced responsibly.

Key words: responsibility, event industry, corporate responsibility

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
2	YRITYSVASTUU	8
	2.1 Määritelmä ja vaikutus sidosryhmiin.....	8
	2.2 Ympäristövastuu	9
	2.3 Sosiaalinen vastuu	11
	2.4 Taloudellinen vastuu	12
	2.5 Yritysvastuun toteuttaminen	14
	2.6 Mittaaminen, raportointi ja viestintä.....	16
3	TAPAHTUMATEOLLISUUS	19
	3.1 Tapahtuma-ala teollisuudenalana	19
	3.2 Tapahtuma-alan vastuullisuuden erityispiirteet	20
4	TULEVAISUUS.....	22
	4.1 Tulevaisuuskuvat ja ennakkoinnin merkitys	22
	4.2 Tapahtuma-alan tulevaisuus	24
	4.3 Tapahtuma-alan haasteet	26
	4.4 Tapahtuma-alan mahdollisuudet	28
5	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS JA TULOKSET	29
	5.1 Tutkimusmenetelmä.....	29
	5.2 Keskeiset tulokset	30
	5.2.1 Organisaatio ja kumppanit.....	31
	5.2.2 Tapahtumakävijät ja paikalliset asukkaat	33
	5.2.3 Kompensaatio ja vaikutusten mittaaminen	34
	5.2.4 Haasteet, mahdollisuudet ja tulevaisuus	35
6	ALAN YRITYKSEN VASTUULLISUUS.....	37
	6.1 Vastuullisuussuunnitelman taustaa ja lähtökohta.....	37
	6.2 Laadittu suunnitelma ja Sustainable Business Model Canvas	38
	6.2.1 Avainkumppanit ja ydintoiminnot	38
	6.2.2 Resurssit ja arvot.....	39
	6.2.3 Asiakassuhde, kanavat ja asiakasryhmät.....	40
	6.2.4 Kulurakenne, tulovirrat ja eko-sosiaalinen vaikutus	41
7	JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA.....	43
	LÄHTEET.....	46
	LIITTEET	48
	Liite 1. Haastattelurunko	48
	Liite 2. Haastattelukutsujen saatekirje.....	49
	Liite 3. Tutkimustiedote	50

Liite 4. Sustainable Business Model Canvas	52
Liite 5. Business Model Canvas	53

1 JOHDANTO

Tapahtuma-ala on moniulotteinen ja sen kerrannaisvaikutukset muille aloille ovat merkittävät. Tapahtumantekijöiden monipuoliset taidot, ammattimaisuus ja halu toimia vastuullisesti heijastuvat ympärillä oleviin toimijoihin. Kun oman organisaation perustoiminnot on rakennettu kestävän kehityksen periaatteiden mukaan, on mahdollista vaikuttaa myös kumppaneiden ja sidosryhmien toimintaan valitsemalla vastuullisia toimijoita sekä viestimällä omista teoista ja tavoitteista. Yhteistyöllä tapahtumantekijöiden, julkisen hallinnon ja tapahtumakävijöiden kanssa on mahdollista kehittää kestävämpiä tapahtumia ja tuoda suunnitelmat toiminnaksi.

Opinnäytetyön taustalla on aloittava tapahtuma-alan osakeyhtiö, jolle on laadittu liiketoimintasuunnitelma ja Business Model Canvas -malli. Liiketoiminta pohjautuu yrittäjän monipuoliseen kokemukseen yritystoiminnasta ja taloushallinnosta sekä uudelleen kouluttautumiseen, alustaviin kokemuksiin ja verkostoihin tapahtuma-alalta. Yritys tarjoaa tapahtuma-alan palveluja alihankintana muille alan yrityksille sekä tuottajana yksityisille organisaatioille ja kaupungeille sekä kunnille. Toimialueena on pääosin Pirkanmaa ja erityisesti Tampere, sen tapahtumakaupunki-imagon vuoksi. Tapahtuma-alalla tarvitaan konkreettisia vastuullisuustekoja ja ammattimaista toimintaa, johon yritys on suuntaamassa.

Opinnäytetyön tarkoituksena on tehdä taustatyötä tulevaisuutta varten ja tuottaa toimintamalli siitä, kuinka vastuullisuusasiat tullaan toteuttamaan huomioiden vaikutukset. Työssä pyritään vastaamaan siihen, mitkä ovat tapahtuma-alan liiketoiminnan vaikutukset vastuullisuuden kannalta. Laadittavan vastuullisuussuunnitelman tarkoitus on auttaa muita pieniä ja keskisuuria tapahtuma-alan yrityksiä, vaikka sen taustalla on yksittäinen yritys. Siitä on hyötyä myös alalle suuntaaville työntekijöille, koska vastuullisuus on jo nyt iso osa tapahtuman järjestämistä ja tähän tarvitaan omat vastuuhenkilönsä. Asiat on hyvä koota yhteen, koska tietoa löytyy hajaantuneena useisiin eri lähteisiin.

Opinnäytetyön tavoitteena on löytää ajankohtaista sekä tulevaisuuteen suuntaavaa tietoa niin tapahtuma-alan kuin yksittäisten tapahtumien vastuullisuudesta ja

kestävistä ratkaisuista. Teoriaosuuden aihepiirit koostuvat yritysvastuusta, tapahtuma-alaa koskevista erityispiirteistä ja tulevaisuudesta sekä sen ennakkoinnista. Tärkeimpiä lähteitä ovat yritysvastuukirjallisuus, Tapahtumateollisuus ry:n toimialaraportti sekä artikkeli- ja videolähteet tapahtumatekijöiden ajatuksista ja kokemuksista. Tutkimusmenetelmäksi valittiin haastattelu, jonka perusteella koettiin saatavan ajankohtaista, konkreettista ja tulevaisuutta ennakoivaa tietoa vastuullisuuskäytännöistä. Teorian ja toteutettavan tutkimuksen pohjalta tavoitteena on laatia vastuullisuussuunnitelma, jossa huomioidaan ympäristö-, sosiaalinen ja taloudellinen vastuu. Lisäksi Business Model Canvas päivitetään vastuullisuusasiat mukaan luettuna.

2 YRITYSVASTUU

2.1 Määritelmä ja vaikutus sidosryhmiin

Yritysvastuu tarkoittaa kansallisten lakien noudattamista ja lainsäädännön vaatimukset ylittävää vastuullista liiketoimintaa yhteiskunnan, ympäristön ja ihmisten hyväksi (Liappis, Pentikäinen & Vanhala 2019, 7). Yritysvastuu sisältää ympäristövastuun lisäksi kaksi muuta merkittävää osa-aluetta, sosiaalinen ja taloudellinen vastuu. Näitä on aiemmin käsitelty erillisinä eikä niinkään vastuullisuuden näkökulmasta. Oman toiminnan lisäksi yritysvastuu sisältää alihankkijasuhteet ja yrityksen roolin yhteiskunnassa. Yritysvastuusta tulee strategista, kun tunnustetaan sen vaikutus arvomuodostukseen. Lisäarvoa voivat tuoda parantunut myynti ja pienentyneet kustannukset sekä epäsuorasti lisääntynyt asiakasuskollisuus, henkilöstön sitoutuminen ja parempi maine. Strategisen yritysvastuun kautta voidaan vastata olemassa olevaan asiakastarpeeseen sekä tuottaa vastuullisia palveluita ja tuotteita ennakkoiden tulevaa. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 19, 21.)

Yritys ei toimi vain omia tarpeitaan varten, vaan kannattavassa toiminnassa huomioidaan vuorovaikutteinen sidosryhmätyö yrityksen omistajien, asiakkaiden, alihankkijoiden ja yhteiskunnan välillä. Vuorovaikutteiseen yhteistyöhön tarvitaan joustavuutta reagoida sidosryhmien odotuksiin, kykyä nähdä toimintaympäristön muutokset liiketoimintaan ja avointa keskustelua omien näkemysten sekä toiminnan välittämisestä sidosryhmille. Sidosryhmävetoinen yritysvastuu alkoi kehittyä, kun ymmärrettiin, että läpinäkyvyys ja vuorovaikutus ovat vastuullisuustyön perusta ja menestyksen edellytys. Sidosryhmätyötä voidaan suunnitella tavoitteena muun muassa tunnistamalla tärkeimmät sidosryhmät, toimivien vuorovaikutussuhteiden ylläpitäminen ja yrityksen toiminnasta tiedottaminen. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 121, 124.)

Yleisesti yrityksen tärkeimpiä sidosryhmiä ovat henkilöstö, asiakkaat, kansalaisjärjestöt, viranomaiset, alihankkijat ja paikalliset yhteisöt. Henkilöstölle on tärkeää kertoa avoimesti yrityksen strategia, toimintatavat ja kuinka vastuullisuus näihin

liittyy. Kun henkilöstö otetaan mukaan vaikuttamaan, voi se kasvattaa työmotivaatiota ja sitoutuneisuutta sekä työntekijät voivat tuntea olevansa osa kokonaisuutta oman roolinsa kautta. Henkilöstö on myös yritystoiminnan näkyvä osa asiakkaisiin päin. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 126.) Monet syyt ohjaavat yrityksiä kestäväan ajatteluun ja ottamaan huomioon vastuullisuuden. Usein sivuutetaan se seikka, että henkilöllä, joka tekee vastuullisuusaloitteita, on tärkeä asema ja rooli yrityksen kestäväan kehityksen edistämisessä ja lopputuloksessa. Tämän lisäksi jopa aloitteentekijän persoonallisuus vaikuttaa koko yrityksen sitoutumisasenteeseen. Vastuuhenkilöt ovat usein ylempänä johtoportaan, mutta on mahdollista hoitaa vastuullisuustehtäviä työntekijätasolla joko oman kiinnostuksen tai delegoinnin johdosta. Tällöin tarvitaan kollegoiden tiedostavuus ja tuki sekä johdon sitoutuminen kestäväan kehitykseen. (Ditlev-Simonsen 2022, 104–105.)

Jotta voidaan saavuttaa kestävä yhteiskunta, tarvitaan uusia keinoja liiketoimintaan ja muutosta kulutuskäyttäytymiseen. Haasteista ollaan tietoisia ja ymmärretään kuinka tarttua ongelmiin vähentämällä kulutusta, mutta näin ei toimita riittävästi. Harvat ovat valmiita tekemään tarvittavia muutoksia elintapoihinsa ja toimintaansa. Yleinen ilmapiiri on, että kulutusta ollaan valmiita muuttamaan ja jopa maksamaan enemmän ympäristöystävällisistä tuotteista sekä välttämään sosiaalisesti kestävättömiä tuotteita. Todellisuudessa näin ei toimita, vaan asenteet ja käyttäytyminen ei kohtaa. Yhteistyö liike-elämän, hallituksen, alihankkijoiden, median ja asiakkaiden kanssa on ratkaisevaa kestäväan tulevaisuuden saavuttamiseksi. (Ditlev-Simonsen 2022, 235–237.)

2.2 Ympäristövastuu

Ympäristövastuusta puhutaan, kun organisaatio tekee vapaaehtoisia toimia ympäristönsuojelun parantamiseksi, ympäristön pilaantumisen ehkäisemiseksi ja luonnonvarojen kestäväan käytön edistämiseksi. Pelkkä lainsäädännön minimitalon täyttäminen ei riitä. Tämän ajan suuri ongelma on ylikulutus, johon yritykset voivat jopa lainsäädäntöä paremmin vaikuttaa ohjaamalla asiakkaita ja yhteistyökumppaneita tarjoamalla palveluissaan ja tuotteissaan kestävämpiä vaihtoehtoja. Energiantuotanto on keskeinen osa-alue ilmastovaikutuksissa, jolloin energiayhtiöillä on suora vaikutus ilmastomuutoksen hillitsemiseen. Energiankulutuksen

pienentäminen ja uusiutuvan energian hyödyntäminen on tavoite, johon kaikilla organisaatioilla on mahdollisuus. Kaikella liiketoiminnalla on vaikutusta päästöihin sekä ympäristöön ja on tärkeää kartoittaa ympäristövaikutukset sekä ymmärtää millaisista toiminnoista niitä aiheutuu. Tätä varten tulee huomioida ympäristönäkökohdat, joilla on vaikutusta ympäristövaikutusten syntymiseen ja ympäristöriskeihin. Ympäristönäkökohta on toiminnon, tuotteen tai palvelun osa, joka voi olla vuorovaikutuksessa ympäristön kanssa. Näitä tulee tarkastella merkittävyyden arvioimiseksi (kuvio 1). (Liappis, Pentikäinen & Vanhala 2019, 100–101, 105.)



KUVIO 1. Ympäristönäkökohdan merkittävyyden arvioimiseksi tarkasteltavat seikat (Liappis, Pentikäinen & Vanhala 2019, 105, muokattu).

Luontojalanjälki on kokonaisvaikutus luonnon monimuotoisuuteen ihmisen, organisaation, tuotteen tai palvelun aiheuttamana (Sitra n.d.). Luontokatoa aiheuttavat asiat tulee tunnistaa, niitä kutsutaan ajureiksi ja voidaan jakaa viiteen toimintoon: maan- ja vedenkäyttö, luonnonvarojen hyödyntäminen, ilmastonmuutos, saasteet sekä haitalliset vieraslajit. Luontojalanjälki koostuu tarkasteltavan asian kulutuksen määrästä sekä ympäristövaikutusten tyypistä ja määrästä, sijainnista ja haitasta luonnon monimuotoisuudelle. (Boost n.d.) Sen laskennan tarkoituksena on antaa informaatiota siitä, kuinka paljon, missä ja miten erilaiset toiminnot aiheuttavat luontohaittoja. Laskennan tuloksena on mahdollista selvittää, muun

muassa kuinka suuri luontojalanjälki on, mistä elinkaaren vaiheista haitat muodostuvat ja miten haitat vertautuvat vaihtoehtoisin tapoihin. (Savallampi, Järviö & Uusitalo 2023.)

Kompensaatio on keino, jolla on mahdollista vaikuttaa negatiivisten ympäristövaikutusten pienentämiseen. Tähän liittyy nettovaikutus, joka muodostuu jalanjäljestä ja kädenjäljestä. Jalanjälki tarkoittaa negatiivisia ympäristövaikutuksia ja kädenjälki positiivisia, kun näiden yhteisvaikutus jää negatiiviseksi, on sitä mahdollista kompensoida. Ensisijaista on kuitenkin mitata, seurata ja vähentää negatiivisia vaikutuksia sekä arvioida näiden kohtuulliset kustannukset. Ympäristövastuu tulee ulottaa koko tuotteen tai palvelun elinkaareen, jolloin huomioon otetaan myös organisaation omien välittömien vaikutusten lisäksi välilliset vaikutukset. Välillisiä vaikutuksia aiheutuu muun muassa pakkaamisesta ja kuljetuksesta sekä erilaisten toimittajien, alihankkijoiden ja yhteistyökumppaneiden toiminnasta. Elinkaarinäkökulma varmistaa, ettei ympäristön vastaista toimintaa ulkoisteta muualle tuotanto- tai palveluketjuun. (Liappis ym. 2019, 109–110.)

Kun ympäristövastuun määritelmiä ja elementtejä tarkastellaan yhdessä, voidaan tunnistaa vastuun sisältö; ympäristönsuojelun tason parantaminen, vastuullisuuden aloitteet ja toimintajärjestelmät, elinkaarinäkökulma, ympäristöystävälliset tuotteet ja teknologia, ympäristöriskien huomiointi sekä jatkuva parantaminen. Olennaiset osat edellisten lisäksi ovat johdon sitoutuminen, ympäristöviestintä, henkilöstön koulutus ja osallistaminen sekä vuorovaikutus sidosryhmien kanssa. Ympäristöjohtamisessa tavoitteet otetaan huomioon kaikessa toiminnassa, kuten päätöksenteossa, tuotesuunnittelussa, hankintaketjujen hallinnassa, markkinoinnissa ja operatiivisessa toiminnassa. (Liappis ym. 2019, 111–114, 124.)

2.3 Sosiaalinen vastuu

Yritystoimintaa tehdään ihmisille eli sosiaalisessa vastuussa on kyse liiketoiminnan vaikutuksesta ihmisiin ja näiden vaikutusten vastuunotosta. Sidosryhmien, kuten henkilökunta, asiakkaat ja paikalliset asukkaat, kohtelu on keskeistä yritysvastuun osalta. Tämä tarkoittaa ihmisten huomioimista, arvostamista ja hyvää

kohtelua, mikä näkyy syrjimättömyytenä sekä hyvänä työkuultuurina ja asiakaspalveluna. Perustana on siis ihmisoikeudet, joiden avulla yrityksen vastuu määrittyy. Asia on noussut esiin YK:n vuonna 2011 hyväksymien yritystoiminnan ja ihmisoikeuksien periaatteiden myötä. Ihmisoikeudet ohjaavat niin sijoittajien kuin sidosryhmien toimintaa, jolloin organisaatioissa on ymmärrettävä sisältö, joka määrittää sosiaalivastuun minimiodotukset. (Liappis ym. 2019, 128.)

Teknologinen kehitys on muuttanut työelämää ja näin on muodostunut uudenlainen tarve työlle ja ammattiteille. Tämä tulee ottaa huomioon muuttuneessa toimintaympäristössä. Vaikka useita työtehtäviä on korvattu koneilla, on tuotteiden ja palveluiden suunnittelu-, tuotanto- ja myyntiprosesseissa tarvetta ihmistyövoimalle. Kun fyysinen työ vähenee, korostuu varsinkin erilaisten palveluammattien merkitys. Näillä aloilla tehdään myös paljon etä- ja osa-aikatyötä, työ on epävarmaa ja pirstaleista. Työhyvinvointi, työkyky, hyvä työilmapiiri ja arvostava yrityskulttuuri kuuluvat henkilöstöön liittyvään sosiaaliseen vastuuseen. Luottamuksella ja työn merkityksellisyydellä on positiivinen vaikutus tuottavuuteen. (Liappis ym. 2019, 129.)

Asiakkaisiin liittyvä yritysvastuu on turvallisten ja vastuullisten tuotteiden ja palveluiden tarjoamista sekä syrjimätön ja hyvä asiakaspalvelu. Yritysten mahdollisuutta valita täysin asiakkaansa rajoittaa kuluttajarajapinnassa lainsäädännön asettamat syrjintäkiellot. Yrityskumppanuussuhteissa tilanne on kuitenkin vapaampi ja valinta voidaan kohdistaa samoja toimintatapoja ja vastuullisuutta toteuttaviin toimijoihin. Kokonaisuutena sosiaalinen vastuu rakentuu ihmisoikeusvastuusta ja sitä tukevista hyvän kohtelun toimintatavoista. Monet sosiaalisen vastuun kysymykset linkittyvät sekä taloudelliseen että ympäristövastuuseen, kuten oikeudenmukaiset korvaukset sekä johdon toimintatavat ja moninaisuus. (Liappis ym. 2019, 135–138.)

2.4 Taloudellinen vastuu

Taloudelliseen vastuuseen kuuluu voiton tuottamisen ja kannattavuuden lisäksi se, miten yritys vaikuttaa taloudellisesti sidosryhmiin ja yhteiskuntaan. Vastuu si-

sältää siis myös oikeudenmukaiset korvaukset työntekijöille ja alihankkijoille, vastuullisen veronmaksun sekä korruption ehkäisemisen. Tähän rinnalle on noussut hyvä hallinto, johon kuuluu edellä mainittujen lisäksi yhtiön hallituksen riippumattomuus ja johdon palkitseminen. Taloudellinen vastuu ja hyvä hallinto on tarpeellista nähdä kokonaisuutena ja ne muodostavat toiminnan lähtökohdan, jossa tarkoitus on tuottaa voittoa sekä huomioida taloudelliset vaikutukset ja yrityksen merkityksen vallankäyttäjänä. (Liappis ym. 2019, 73.)

Taloudellisen kannattavuuden osalta yritysvastuun keinoja on pidetty ristiriitaisina, koska niiden on ajateltu tuovan pääosin kuluja. Voittoa ei ole tarkoitus maksimoida lyhyellä aikavälillä, vaan tavoitteena on tuoton ja yhtiön arvon kasvattaminen pitkällä aikajänteellä hyväksytyin menettelytavooin. Yrityksen johdon moninaisuus ja riippumattomuus vaikuttaa kilpailukykyyn. Tällöin käytettävissä on eritaustaustaisten henkilöiden kokemus, mikä tuo näkökulmia ja lisäarvoa yhtiön strategisten valintojen pohdintaan. Johdon, usein hallituksen, riippumattomuus tarkoittaa, että tavoitteena on yhtiön etu eikä siihen vaikuta mahdolliset ristiriidat. Myöskään oma omistajuus tai tietty omistajataho ei voi vaikuttaa päätöksentekoon. Vastuullisuustavoitteisiin pyrittäessä näihin tulee yhdistää myös johdon palkitsemisen periaatteet, jotka kertovat siitä millaista toimintatapaa organisaatiossa arvostetaan. Sen lisäksi, että palkitseminen pohjautuu tehtyyn tulokseen ja taloudellisiin tunnuslukuihin, tulisi huomioida se, miten tavoitteisiin on päästy. Vastuullisuuden mittarit tulee olla valittu yrityksen strategisten tavoitteiden mukaan ja palkitseminen voidaan sitoa esimerkiksi YK:n kestävän kehityksen tavoitteisiin. Tämä antaa selkeän viestin siitä, että kestävä kehitys on toiminnan ytimessä. (Liappis ym. 2019, 75–78.)

Voittoa tuottava yritys maksaa veroja, jolloin tästä on tullut myös vastuullisuuskyseisyys, ja sillä on taloudellinen vaikutus yhteiskuntaan. Verolainsäädäntö sallii verosuunnittelun, mutta raja kulkee veron kiertämisessä. Tehokas verosuunnittelu voi pysyä lain sallimissa rajoissa, mutta sidosryhmien kannalta se ei aina ole hyväksyttävää. Yritysten onkin syytä löytää soveltuvat keinot asiallisen ja aggressiivisen verosuunnittelun välillä. Vastuullinen työnantaja noudattaa työehtosopimuksia ja työlainsäädäntöä. Alihankkijoita ja muita kumppaneita valittaessa huomioidaan näiden vastuullisuusperiaatteet ja niiden tulisi vastata tilaajayrityksen

toimintatapoja. Nämä linkittyvät vahvasti myös sosiaaliseen vastuuseen. (Liappis ym. 2019, 79, 90.)

2.5 Yritysvastuun toteuttaminen

Vastuullisuus yritystoiminnassa saatetaan nähdä irrallisena seikkana, jota ei tuoda mukaan varsinaiseen liiketoimintaan vaan hoidetaan näennäisesti tavoittelun hyvää mainetta. Tavoitteena kuitenkin on yrityksen kannattavuus ja yritysvastuu ilmentää millä keinoin ja toimintatavoin siihen tähdätään. Yritysvastuu-teoksessa termi on suomennettu ”yhteisen arvon tuottaminen” ja mallissa pyritään muuttamaan ajattelutapaa nopeasta voiton tavoittelusta yhteisen arvon tuottamiseen pitkällä tähtäimellä. Sen lisäksi, että yritys tuottaa lisäarvoa asiakkailleen, sitä tulisi tuottaa myös ympäröivälle yhteisölle. Hyödyntämällä paikallista osaamista ja pienyrittäjyyttä sekä yhteistyötä yhteiskunnan kanssa, voidaan parantaa innovaatioita, kasvua ja tuotantoa. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 27, 29–30.)

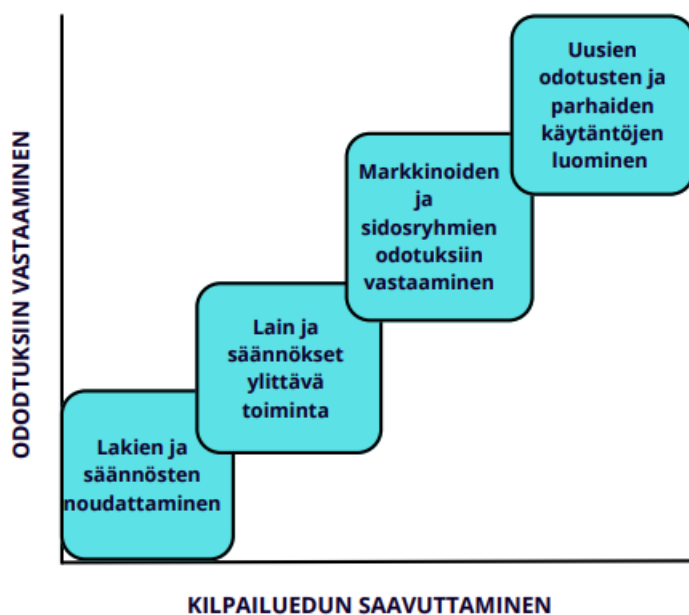
Nettopositiivisuutta voidaan käyttää yritys vastuun tavoitteena, jolloin tarkoituksena on lisätä hyötyjä ihmisille ja ympäristölle sekä nähdä liiketoimintamahdollisuuksia ja toisaalta vähentää toiminnan aiheuttamia haittoja (kuvio 2). Yritys keskittyy oman toimintansa kannalta olennaisiin osa-alueisiin, joista mitataan ja arvioidaan positiiviset ja negatiiviset vaikutukset sekä raportoidaan näkyvästi. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 32.) Nettopositiivisuuteen pyrkiminen voi johtaa kulujen pienentämiseen ja toiminnan tehostamiseen, kuten puhtaan veden säästäminen vähentää hankintakuluja, kierrätys jätehuoltokuluja tai työntekijöiden hyvinvointi poissaoloja ja vaihtuvuutta. Energian käytön tehostamisella voidaan suojautua hintojen vaihtelulta, muun muassa optimoimalla kuljetusketju ja käyttämällä energiatehokasta kalustoa. Vastuullisuus yritystoiminnassa koetaan jo edellytyksenä, jolloin nettopositiivisuuden avulla voidaan sitouttaa ulkopuolisia sidosryhmiä, työntekijöitä ja asiakkaita. Vastuullinen työyhteisö koetaan arvona, joka voi jopa mahdollistaa maltillisen palkkatason. Nettopositiivisuus voidaan tarinallistaa, mikä taas puhuttelee asiakkaita ja ohjaa valintoja vastuullisuuteen. Se voidaan nähdä keinona riskinhallintaan ja tuleviin haasteisiin varautumiseen ilmastonmuutoksen edetessä, luonnonvarojen huetessa ja eriarvoisuuden kasvaessa. (Tynkkynen & Berninger 2017.)

Nettoposiitiivisuuden 12 peruseriaatetta:

1. Yritys pyrkii myönteisiin vaikutuksiin olennaisimmilla vastuullisuuden osa-alueilla.
2. Yritys noudattaa parhaita käytäntöjä kaikilla muilla sosiaalisen, ekologisen ja taloudellisen kestävyuden osa-alueilla.
3. Myönteinen vaikutus on mitattavissa tai ainakin selkeästi osoitettavissa.¹
4. Yritys panostaa innovaatioihin sekä uusien markkina-alueiden ja liiketoimintamallien etsimiseen.
5. Nettoposiitiivisuus on vahvasti mukana toiminnassa. Tähän tarvitaan suuri lähestymistavan muutos, tavanomainen liiketoiminta ei riitä.
6. Raportointi on läpinäkyvää, johdonmukaista, luotettavaa ja mahdollisuuksien mukaan riippumattoman tahon todentamaa.
7. Korvaamattoman luonnon tuhoamista tai ihmisten huonoa kohtelua ei voida kompensoida millään tavalla.
8. Yhteistyö ja laaja verkostoituminen on tarpeen suurempien positiivisten vaikutusten aikaansaamiseksi.
9. Yritys käyttää hyväksi kaikki mahdollisuudet myönteisten vaikutusten aikaansaamiseksi.
10. Yritys osallistuu julkisesti yhteiskunnalliseen vaikuttamiseen positiivisen vaikutuksen aikaansaamiseksi.
11. Yritys ennallistaa luonnonympäristöjä parhaita menetelmiä käyttämällä.
12. Yritys ottaa paikalliset ihmiset ja yhteisöt mukaan luomaan positiivisia vaikutuksia.

KUVIO 2. Nettoposiitiivisuuden peruseriaatteen. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 32.)

Yritysvastuu huomioimalla pyritään vaatimukset ylittävään toiminnan toteuttamiseen ja vastamaan yhteiskunnan ja sidosryhmien odotuksiin asioiden hyvänä hoitona. Mitä pidemmälle mennään pelkästään lain ja säännösten noudattamisesta, sitä paremmin odotukset ja kilpailuetu saavutetaan (kuvio 3). Yritysvastuun kehittäminen voidaan nähdä prosessina, jonka vaiheita ovat toimintaympäristön analyysi, nykytilan arviointi, valmistelu, päätöksenteko ja raportointi. On tärkeää, että kehitystyö on osa liiketoimintaa ja se saadaan sisällytettyä vuosisuunnittelu-prosessiin ainakin tavoitteiden asettamisen ja seurannan osalta. Nykytilan arviointi kattaa vastuullisuuden karkealla tasolla niin historian kuin nykytilanteen osalta. Jotta yritysvastuuta päästään kehittämään, on selvitettävä lähtötilanteen ja tavoitteiden välinen ero, jolloin voidaan valita oikeat kehittämistoimet. Valmisteluvaiheessa yritysvastuu määritellään konkreettisiksi asiakokonaisuuksiksi, joiden pohjalta valmistellaan päätöksentekoa varten tarvittavat dokumentit ja ehdotukset. Valmistelua aloitettaessa on käytävä läpi olennaiset vastuullisuuden seikat omassa yrityksessä ja kyseisellä toimialalla. Päätöksenteko yritysvastuun kehittämisestä liittyy usein tarpeeseen parantaa havaittuja epäkohtia, strategian päivitykseen tai raportoinnin kehittämiseen. Päätöksiä vaativia asioita ovat myös mille tasolle halutaan nousta, toimialajohtajaksi vai riittääkö keskitaso sekä aika-tila ja kenen vastuualueeseen se kuuluu. (Juutinen 2016, 29, 155, 163–164.)



KUVIO 3. Yritysvastuu huomioi vaatimukset ylittävän toiminnan (Juutinen 2016, 29, muokattu).

Sustainable Business Model Canvas huomioi yrityksen sisäiset ja ulkoiset sidosryhmät ja tukee liikeidean kehittymistä toimivaksi liiketoimintamalliksi, mutta tämän lisäksi siinä keskitytään toiminnan ekologisiin ja sosiaalisiin seurauksiin. Kestävä kehitys on sisällytetty ydinliiketoimintaan, jolloin tavoitteena on lisätä myönteisiä ja välttää kielteisiä vaikutuksia yhteiskuntaan ja luontoon. Visualisointi auttaa selkeyden ja yhtenäisyyden luomisessa. Malli sisältää yksitoista eri elementtiä ja liikkeelle voidaan lähteä arvoista ja asiakasryhmistä, joiden osalta selvitetään mikä ja kenen ongelma halutaan ratkaista. Elementit voidaan ryhmitellä seuraavasti: arvot, asiakassuhteet, kanavat ja asiakasryhmät, avainkumppanit, ydintoiminnot ja resurssit, kulurakenne ja tulovirrat sekä eko-sosiaaliset kustannukset ja hyödyt. Tuloksena on tarkoitus saada luotettava ja yhtenäinen liiketoimintamalli, joka muutetaan toiminnallisiksi tavoitteiksi. (The Case KA n.d.)

2.6 Mittaaminen, raportointi ja viestintä

Yritysvastuuta lähdetään helposti mittaamaan keskittymällä vain muutama osa-alueeseen, jolloin tarkastelu jää vähäiseksi tai huomioidaan vain seikat, joista on saatu palautetta. Yritysvastuun mittarit eivät välttämättä sovi lyhyelle

ajanjaksolle ja tästä syystä niitä tulisi tarkastella riittävän pitkällä ajanjaksolla. Tärkeimpien mittareiden tulisi olla tulevaisuuteen suuntavia ja tukea liiketoiminnan strategiaa. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 23.) Nettopositiivisuuden mittaamisen tulee olla läpinäkyvää ja johdonmukaista. On tärkeää kuvata eri lähteistä tulevan tiedon rajaukset, taustaoletukset, tiedonlähteet ja laskentamenetelmät, jotta toimintamallit voivat kehittyä ja sidosryhmät tarkastella tietojen luotettavuutta. Mittaamisessa huomioidaan johdonmukaisesti niin positiiviset kuin negatiiviset vaikutukset niin kattavasti, kuin se olennaisuuden kannalta on toimivaa. Eri osa-alueiden vaikutuksia sekä positiivisia ja negatiivisia vaikutuksia ei tule yhdistää, vaan vertailla rinnakkain. Yhdistämistä varten niille pitäisi määritellä mittayksikkö, mutta arviointi on usein subjektiivista. Vaikutuksia yhdistämällä niiden ominaisuuksista voidaan menettää tietoa eikä positiivinen ja negatiivinen vaikutus kompensoi toisiaan. (Tynkkynen & Berninger 2017.)

Vastuullisuusraportoinnissa on vähän lakisääteisiä vaatimuksia, niihin ei ole luotu standardeja ja se perustuukin pääosin vapaaehtoisuuteen. Tämä on johtanut erilaisten raporttimallien muodostumiseen, ohjeet eivät ole velvoittavia eikä noudattamista valvota. Global Reporting Initiative -säätö on laatinut raportoinnin toimintamallin ja ohjeet. Sitä parannetaan yhdessä muun muassa liike-elämän, sijoittajien, politiikantekijöiden ja työntekijäjärjestöjen kanssa. GRI-raportista on kehittynyt yleisesti hyväksytty ja Suomessakin käytetty malli. (Hellström & Parkkonen 2022, 16.) Raportointimallin tavoitteena on tuoda vastuullisuusraportointia tilinpäätösraportoinnin tasolle sekä toimia viitekehyksenä taloudellisen, sosiaalisen ja ympäristövastuun raportoinnissa. Vaikka standardit on luotu suurten yritysten tarkoituksiin, ne toimivat kuitenkin käyttökelpoisena yritysvastuun ja vastuullisuusraportoinnin ohjenuoran pienille sekä keskisuurille yrityksille. (Koipijärvi & Kuvaja 2017, 42.)

Tuloksista voidaan raportoida siinä vaiheessa, kun muutoksia on viety eteenpäin ja vastuullisuus otettu mukaan liiketoimintaprosesseihin. Raportointi auttaa muutosten seurannassa ja mahdollisessa jatkokehittämisessä. Raportointi edellyttää tavoitteiden ja niitä mittaavien tunnuslukujen määrittelyä, raportointiprosessin luomista ja tiedon keräämistä sekä tulosten oikeanlaista tulkittamista. (Juutinen 2016, 241.) Yritysvastuuraportin tarkoitus on jakaa olennaista tietoa, tuoda esiin se, miten yritys toimii, mitä se tavoittelee ja mitä on saatu aikaan. Sen katsotaan

saavan aikaan maineen nousua, parempaa vuorovaikutusta ja riskienhallintaa sekä toiminnan kehittymistä. Viestinnän kannalta raportoinnissa on tärkeää, että se sisältää oikeaa informaatiota selkeästi ilmaistuna. (Kurittu 2018, 8.)

Yritysvastuuraporttia voidaan pitää kirjanpidollisena koosteena, mutta jos ei halua katsoa pelkästään menneeseen, vaan tuoda esiin mitä on tehty ja miten toimitaan tulevaisuudessa, se kannattaa ottaa osaksi muuta vastuullisuusviestintää. Ympärivuotinen vastuullisuusviestintä huomioi raportin sisällön hyödyntämällä edellisvuoden informaatiota tai tuomalla uutta tietoa kuluvan vuoden raportointiin. Viestinnän ei tule koskea vain ulkoisia sidosryhmiä, vaan raportin sisältöä voidaan soveltaa organisaation sisällä esimerkiksi myynnissä ja rekrytoinnissa. (Kurittu 2018, 178–180.) Vastuullisuusviestinnässä nähdään ongelmana resurssien ja yhtenäisten mittareiden puute, viestinnän kääntyminen negatiiviseksi sekä yhteisen ymmärryksen löytäminen sidosryhmien kanssa. Viestintä on vapaaehtoista, mutta käsitetään väistämättömäksi, koska viestimättä jättämiselläkin on merkitys. Vastuullisuuden tulee sisältyä perustoimintoihin, mutta suhde vastuullisuusviestintään voi olla epäselvä. Standardoitujen vastuullisuusraporttien sijaan viestinnän sisältö ja merkitys muotoutuu yrityksen ja sidosryhmien välisessä vuorovaikutuksessa. (Bruun & Rydenfelt 2023, 133–134.)

3 TAPAHTUMATEOLLISUUS

3.1 Tapahtuma-ala teollisuudenalana

Tapahtuma on aika- ja paikkasidonnainen, se on suunniteltu ja sillä on tavoite. Se voi toimia apuna markkinoinnissa, tuottaa elämyksiä tai välittää uutta tietoa. Tapahtumiin osallistutaan usein harrastuksen pohjalta, vapaa-ajanvietteenä tai työhön liittyvänä tilaisuutena. Tapahtumia järjestetään yksityisesti tai vapaaehtoisvoimin, mutta kun järjestäminen tuottaa liikevaihtoa, tulee siitä tapahtumateollisuutta. Tapahtumien järjestämiselle on ominaista ammattimaisen toiminnan ja vapaaehtoistyön yhdistäminen. Tapahtumilla on vaikutusta erilaisiin toimijoihin; suora vaikutus niihin, joiden liiketoiminta liittyy pääosin tapahtumiin ja toissijainen vaikutus niihin, joiden palveluja tai tuotteita hyödynnetään tapahtuman ohessa. (Wiren, Westerholm & Liikamaa 2020, 6–7.)

Työ- ja elinkeinoministeriö on julkaissut tapahtuma-alan määritelmän Tapahtumateollisuus ry:ltä tilatun selvityksen yhteydessä: ”Selvityksen mukaan tapahtuma-alan toiminta perustuu pienten ja keskisuurten yritysten muodostamiin verkostomaisiin ekosysteemeihin ja poikkeaa näin perinteisen teollisuuden toimintamalleista.” Alan toimintamalleissa painottuu pien- ja yksityisyrityksiä, epätyypilliset työsuhteet ja sesonkiluonteisuus. Nämä ominaisuudet ovat kehittyneet alan tarpeesta mukautua muuttuviin olosuhteisiin. (Kuusisto 2023, 69.) Tapahtumateollisuus ei löydy omana toimialanaan virallisesta toimialaluokituksista. Alan toimijoita löytyy kuitenkin usean virallisen luokituksen alta, kuten hallinto- ja tukipalvelutoiminnot, viestintä, taiteet ja viihde. Tapahtumateollisuus ry:n raportin mukaan virallinen luokitus ei vastaa alan yritysten koko toiminnan luonnetta, alan erityispiirteitä tai kokonaiskäsitystä alasta. Tapahtumateollisuutta on määritelty tapahtumien sisältöjen ja formaattien kautta, kun sitä tulisi käsitellä liiketoiminnan ja kaupankäynnin näkökohdasta. (Wiren ym. 2020, 8–9.)

Tapahtumateollisuuden erityispiirteinä nousevat esiin verkostoitumisen tarpeellisuus ja työnkuva. Yritys tai organisaatio ei juurikaan pysty järjestämään tapahtumaa pelkästään yksin ja omilla resursseilla, vaan yhteistyökumppaneiksi tarvitaan alihankkijoita. Alihankintaverkostot voivat olla moninaisia, mukaan lukien

tila-, teknologia- ja markkinointipalvelut sekä ohjelmistotuotanto ja digitaaliset järjestelmät. Yritykset voivat toimia samanaikaisesti monessa roolissa, niin pääosassa järjestäjänä kuin alihankkijana toisessa tapahtumassa. Työnkuvana tapahtuman järjestäminen pohjautuu usein harrastus- tai vapaa-ajantoimintaan. Tämän yhdistäminen elinkeinotoimintaan on johtanut osittain siihen, että toimiala ei näy ammatillisena toimintana. Työ vaatii tekijältään monipuolista osaamista ja ymmärrystä tapahtuma-alan eri osa-alueista. Osaamisalueita ovat tapahtumien konseptointi, projektijohtaminen, teknologia ja rakentaminen, turvallisuus, taloushallinto, ravitsemuspalvelut ja markkinointi. Tapahtumatuotanto vaatiikin yleensä erikoistunutta ammattitaitoa omaavan alan yrityksen. Ammattitaito hankitaan koulutuksen ja kokemuksen kautta, myös aiemman muussa yhteydessä hankitun osaamisen avulla. Osassa työtehtäviä voidaan käyttää henkilöstöä, jonka tehtävät eivät vaadi erityisosaamista, esimerkkinä vapaaehtoistyö. (Wiren ym. 2020, 12–13.)

3.2 Tapahtuma-alan vastuullisuuden erityispiirteet

Evento-lehden artikkelissa kerrotaan kolmen eri toimijan osalta, kuinka vastuullisuutta voidaan toteuttaa konkreettisesti. Vastaajina olivat Ville Ahtiainen (Warner), Malin Lindfors (Joutsenmerkki) ja Eeva Palmén (Flow Festival). Joutsenmerkki oli mukana Warner:n järjestämällä Mestarit-kiertueella vuonna 2022, josta kerättiin ja laskettiin energiankäytön sekä polttoaineen kulutus. Tuloksia hyödynnetään jatkossa selvittämällä, miten niitä voidaan pienentää. Kiertueen majoitus keskitettiin Joutsenmerkittyihin Scandic-hotelleihin, niin henkilökunnalle, artisteille kuin suosituksena saapuvalla yleisölle. Hotelliketju huomioi ympäristötyön energian, veden, ruuan, jätteiden, biodiversiteetin, kemikaalien ja hankintojen osalta. Kiertueen esiintymisasuissa hyödynnettiin osin kierrätystekstiilejä. Warner Music on kannustanut yleisöä käyttämään julkista liikennettä myös muilla keikoillaan, Tampereella ja Helsingissä konserttilippuun on yhdistetty maksuton paikallisliikenteen matkalippu. Artisteilla fanituotteiden kauppa on myös suuressa roolissa, johon Warner on löytänyt yhteistyökumppanin, jonka kanssa pyritään minimoimaan tuotehävikki ja löytämään vastuullisempia ratkaisuja tuotteille. (Kiiski 2023, 22–25.)

Vastuullisuus huomioidaan myös Flow Festivaalilla monin eri tavoin. Energiantuotannossa käytetään uusiutuvaa dieseliä ja tuulivoimaa, josta ei synny hiilidioksidipäästöjä. Tilojen osalta huomioidaan vihreä backstage ja turvallisen tilan periaatteet. Muovijätteen määrää pyritään vähentämään tarjoamalla alueella useita vesipisteitä, joissa voi täyttää oman juomapullonsa. Kaikki jäte kierrätetään ja lajitellaan sekä ohjataan hyötykäyttöön energiantuotantoon tai materiaalien uusiokäyttöön. Vastuullisessa tapahtumassa huomioidaan myös välineet ja kemikaalit siivouksen, astian- sekä pyykinpesun osalta. Flow Festival käyttää biohajoavia ja myrkyttömiä kemikaaleja. Tapahtumassa on luovuttu punaisesta lihasta ja siipikarjasta, mikä on osoittautunut ilmaston kannalta hyödylliseksi. Ilmastovaikeus on ollut lähes puolet pienempi kävijämäärän kasvusta huolimatta. Promo- ja fanituotteista neuvotellaan kumppaneiden kanssa, ne pyritään pitämään mahdollisimman vähäisenä ja materiaalit vastuullisina. (Kiiski 2023, 22–25.)

Elävän musiikin alalle on tullut voimaan maaliskuussa 2023 eettiset ohjeet, jotka on laadittu yhteistyössä Suomen ohjelmatoimistojen ja agenttien etujärjestön SOA ry:n ja elävän musiikin edunvalvontajärjestön LiveFin ry:n kanssa. Ohjeet pohjautuvat arvoihin, jotka ohjaavat toimimaan toisia kunnioittaen ja tekemään kestäviä sekä eettisiä päätöksiä liiketoiminnassa. Ohjeiden on tarkoitus myös selkeyttää alan toimintatapoja ja työympäristöä turvallisuuden osalta. Ohjeissa korostuu, että jokainen on vastuussa työssään ja liiketoiminnassaan huolehtia, että ihmisiä huomioidaan ja kuullaan sekä työhön voi osallistua yhdenvertaisesti ja tasa-arvoisesti. Tapahtuma-alan ammattimaistuesssa, ohjeissa huomioidaan myös ammattimainen käytös, mikä tarkoittaa, että tapahtuman tekijöillä on oikeus tulla kohdelluksi ammattimaisesti ja velvollisuus käyttäytyä siten. Turvallisuus on tärkeä asia tapahtumiin osallistuvalla yleisöllä, mutta myös siellä työskenteleville. Ohjeissa kannustetaan siihen, että työntekijöillä on oikeus turvalliseen työntekoon ja työyhteisöön. Koska Suomessa tapahtumateollisuuden piiri on kuitenkin melko pieni, on tärkeää jakaa oikeaa tietoa alan sisällä kilpailijat huomioiden. Reilu kilpailu on koko alan etu ja saatu luottamus vaikuttaa koko toimialaan. Eettiset ohjeet opastavat huomioimaan toiminnassa ympäristöystävällisyyden, kestävän kehityksen periaatteet ja energiatehokkuuden. (Ruotsalo 2023, 8.)

4 TULEVAISUUS

4.1 Tulevaisuuskuvat ja ennakkoinnin merkitys

Tulevaisuudentutkimusta kuvataan tiedonalana, joka on tieteidenvälinen ja poikkitieteellinen. Sen avulla voidaan esittää mikä on mahdollista ja todennäköistä sekä mikä toivottavaa tai ei-toivottua. Tarkoituksena on tuoda esiin perusteltuja näkemyksiä tulevaisuudesta ja vaihtoehtoista suunnittelun, päätöksenteon ja toiminnan tueksi. Tietoa voidaan tarkastella vain sellaisena, kuin se esiintyy tällä hetkellä, kuten aikomuksina, unelmina ja pelkoina. Tämän lisäksi pyritään selvittämään olemassa olevia käsityksiä tulevaisuudesta ja siihen kuuluvia toiveita, uhkia ja mahdollisuuksia. Näistä toiminnoista voidaan päätellä miten nämä vaikuttavat toteutuvaan tulevaisuuteen. (Rubin n.d.)

Tulevaisuus koostuu tapahtumista ja trendeistä, uusista asioista ja ilmiöistä sekä tulevaisuudenkuvista, toiminnasta ja näiden välisistä suhteista. Tapahtumilla on vaikutusta asioiden kulkuun ja trendit vastaavasti ovat tapahtumien kehityskulkuja, joita voidaan tarkastella taaksepäin. Uusilla asioilla ja ilmiöillä voi olla merkittävä vaikutus tulevaisuuden luonteeseen, ne voivat muuttaa suuntaa huomattavasti, jolloin voidaan puhua muun muassa heikoista signaaleista. (Rubin n.d.) Heikot signaalit ovat merkkejä mahdollisista muutoksista, mutta eivät tarkoita suoranaisesti esiin nousevia ongelmia. Toisin sanoen, heikot signaalit ovat signaaleja liittyen esiin tuleviin asioihin, joita voi löytää esimerkiksi tieteellisistä artikkeleista, blogeista tai jopa huhuista. (Hiltunen 2010, 104.)

Tulevaisuuskäsitys perustuu tulevaisuudenkuviin, jotka vaikuttavat päätöksiin ja valintoihin sekä yksilön että yhteiskunnan tasolla. Positiiviset ja negatiiviset sisällöt vaikuttavat motivoivana ja aktivoivana tekijänä käsillä olevissa päätöksissä ja valinnoissa. (Rubin n.d.) Tulevaisuuskuva on kuvamainen ajatuskokonaisuus tulevaisuudesta ja pohjautuu arvoihin, mikä antaa mahdollisuuden valita tietoisten, vapaaehtoisten ja vastuullisten vaihtoehtojen välillä. Aligican (2011) mukaan ajatuksilla, arvoilla ja tulevaisuuskuvilla on vaikutusta yhteiskunnalliseen kehityk-

seen, koska ne muokkaavat identiteettejä ja ohjaavat intressejä. Tulevaisuuskuvien käsittely voi lisätä ymmärrystä muutosten edellytyksistä. (Aalto ym. 2022, 297, 300–301.)

Vastuullisuusvaatimuksia ja -trendejä on syytä ennakoida ja seurata sekä suhtautua niihin ennakkoluulottomasti. Trendeistä näkyy, kuinka osa niistä arkipäiväistyy ja toisaalta esiin nousee uusia vastuullisuusvaatimuksia. Suurten kehityskulkujen ohella kannattaa huomioida alkavia muutoksia ja heikkoja signaaleja. Ilmastonvastuun rinnalle nousee luonnon monimuotoisuus ja maaperän köyhtyminen, ihmisoikeuksien osalta yhdenvertaisuus, monimuotoisuus ja syrjimättömyys. Tulevaisuudessa tulee pohtia, millaista vastuuta tuo väestön ikääntyminen, globaalit muuttoliikkeet, väestön heimoutuminen sekä uskontojen ja ideologioiden merkittävyys. Jos yrityksiltä edellytetään aiempaa suurempaa huomiota eriarvoisuuteen tai kasvaviin mielenterveysongelmiin, se vaikuttaa yrityksen toimintatapoihin. Digitalisaation lisääntyminen tarjoaa mahdollisuuden tehokkaampaan toimintaan, mutta samalla on huomioitava energian käyttö, tiedon vastuullinen jakaminen sekä henkilön oikeudet ja yksityisyys. (Hellström & Parkkonen 2022, 40.)

Pelkkä trendien seuraaminen ei kuitenkaan riitä, vaan tulevaisuussuuntautuneen yrityksen tulee mennä syvemmälle vastuullisuuteen pohtimalla, toimivatko tämän päivän vastuullisuusperiaatteet myös tuleville sukupolville. Vastuullisuuden osalta on hyvä ennakoida, miten vastuullisuus tulevaisuudessa ymmärretään ja millaisia tavoitteita uudet sukupolvet asettaisivat tähän hetkeen. Vastuullisuuden tulkinta ja sen viitekehys muuttuu edelleen; mihin se rakentuu ja kohtaa yrityksen strategian, miten johdetaan, luodaan kulttuuria sekä raportoidaan. (Hellström & Parkkonen 2022, 41–42.)

Yritykset tekevät tällä hetkellä vastuullisuustoimintaa lähinnä omissa sidosryhmissään sekä hankintaketjuissaan ja olemassa olevat ohjeistukset on tehty yksittäisten yritysten tarpeisiin. On aika tarkastella edellytys yhteisölliseen vastuullisuusjohtamiseen ja -raportointiin. Raportoinnin aikavälinä on pidetty talouden raportoinnin ohella vuoden sykliä, mikä ei vastaa kestävyys- ja vastuullisuuden tarpeita, koska nämä vaativat pitkäjänteistä työtä. Useimmat vastuullisuuden mit-

tarit eivät myöskään toimi lyhyellä aikavälillä. Yhteisöllinen vastuu tarkoittaa toimivaa verkostoitumista ja yhteistyötä, saman suunnan ja tavoitteiden omaksumista sekä näitä kannustavaa sääntelyä. Yritysten vastuullisuusajattelu perustuu paljolti yksisuuntaisen kehityksen oletukseen ja asteittaisen muutoksen tavoitteeluun. Koska aikaamme kuvastaa epävarmuus, epäjatkuvuus ja arvaamattomuus, ennakkoinnin merkitys kasvaa. (Hellström & Parkkonen 2022, 43–45.)

4.2 Tapahtuma-alan tulevaisuus

Evento-lehden haastattelussa Juhani Merimaa, Mirva Merimaa ja Mikko Merimaa kertovat ajatuksiaan siitä, miltä tapahtumat näyttävät viiden vuoden päästä ja kuinka muutokseen voi varautua. Korona vaikutti siihen, että Tapahtumateollisuus ry perustettiin, ala järjestäytyi ja tuli osin näkyväksi, mikä sai myös tapahtumajärjestäjät huomaamaan, miten laaja-alaisesta toimialasta on kyse. Tapahtumien tekijät otetaan mukaan ministeriöiden keskusteluihin ja lisääntyvä tapahtumallisuus sekä tapahtumien kehittyminen tuleekin olemaan kasvava suunta. (Pääskylä-Malmström 2023, 17–19.)

Tapahtumat tulevat lisääntymään, monialaistumaan sekä kansainvälistymään ja ulkoisten puitteiden kehittyessä tarvitaan uutta osaamista. Tästä johtuen myös alihankintaketjut laajentuvat ja niiden ymmärtäminen on tärkeää. Tapahtumatiloja ja hyviä liikenneyhteyksiä tarvitaan yhä enemmän, jolloin yhteistyö kuntien ja valtion kanssa on keskeistä. Koska Suomessa on turvallista eikä tapahtumien peruuttamiseen johtavia äärimmäisiä sääilmiöitä ole, tapahtumiin tullaan ulkomailta saakka. Matkustaminen aiheuttaa tapahtuman suurimmat päästöt, mutta Juhani Merimaa uskoo, että teknologian avulla siihen löydetään tulevaisuudessa ratkaisu. (Pääskylä-Malmström 2023, 19–20.)

Mikko Merikoski toteaa, etteivät tapahtumat tule olemaan pelkkiä keikkoja tai muita yksittäisiä esityksiä, vaan oheispalvelujen ja kokemusmuotoilun merkitys kasvaa. Palveluiden taso tulee myös parantumaan. Nykyasiakkaiden ollessa entistä tietoisempia, he odottavat järjestäjiltä aiempaa enemmän arvoihin perustuvaa vastuullisuusviestintää. Monialainen osaaminen, omat taidot ja itsensä johtaminen on keskeistä tulevaisuuden tapahtuman tekijöillä. Tietotekniikan hallinta,

yleissivistys, budjetointi sekä projektien ja henkilöstön johtaminen ovat asioita, joihin opetusta tarvitaan lisää. (Pääskylä-Malmström 2023, 20–21.)

SuomiAreenalla Porissa järjestetyssä keskustelussa puhuttiin elämystalouden tulevaisuudesta ja sen merkityksestä Suomelle. Keskustelijoina olivat Laura Kuulasmaa (toiminnanjohtaja Avfi ry), Matias Mäkynen (SDP:n varapuheenjohtaja, kansanedustaja), Henna Virkkunen (Kokoomuksen europarlamentaatikko) ja Paulina Ahokas (Tampere-talon toimitusjohtaja) sekä juontajana Juha Hietanen. Tapahtuma-alan suurimpia haasteita tällä hetkellä ovat työvoimapula ja inflaatio. Näihin toivotaan hallituksen mukaan tuloa, kuten freelancereiden sosiaaliturvan parantamista, jotta kausityövoima saadaan pidettyä alalla, ennakoitavuuden luomista alalle kurjistamisen ja muiden haasteiden sijaan sekä työn ja yrittäjyyden kannustamista. Vahva työnantajakuva vaikuttaa työvoiman saatavuuteen ja alalle tarvitaan luovien alojen kasvusopimus. (SuomiAreena 2023.) Kasvusopimus on toimintasuunnitelma, jonka tarkoituksena on määritellä tulevaisuuden kasvu- ja kehitystavoitteet sekä liiketoimintamahdollisuudet yhdessä julkisen sektorin ja toimialojen edustajien kanssa (Business Finland n.d.). Inflaatio vaikuttaa kustannusten nousuun, mahdollinen alv-kantojen korotus vaikuttaa kuluttajien ostokäyttäytymiseen ja kuitenkin mahdollisuus osallistua tapahtumiin tulisi säilyttää. Inflaation myötä kansainvälistyminen korostuu, jotta päästään nousuun. Myös tapahtumien sisällöt korostuvat, jotta ihmiset saadaan tulemaan paikalle. Varallisuuden ollessa rajallista, tapahtumat kilpailevat kävijöistä, jolloin keskeistä on luoda timanttisia sisältöjä ja tällaista osaamista Suomesta jo löytyy. (SuomiAreena 2023.)

Tapahtuma-ala työllistää 200 000 henkilöä, minkä lisäksi oheispalvelujen kerrannaisvaikutus on merkittävä. Työvoiman turvaamiseksi on tärkeää tiedostaa, millainen väylä tapahtuma-ala työelämään on nuorille aikuisille, mukaan lukien oheispalvelut, kuten ravintola- ja kuljetusala. Esimerkkinä esiin nousi Tampereen kaupunki, joka on ottanut tapahtumallisuuden strategiseksi kärjeksi. Tämä on johtanut siihen, että kaupungissa on jatkuvasti suuria tapahtumia ja vahvoja hyvämaineisia yrityksiä, jolloin työvoiman saaminen onnistuu. Tampere on myös voimakkaasti kasvava kaupunki, jossa on paljon opiskelijoita, joiden on mahdollista tehdä sivu- ja kausityötä, mikä taas mahdollisesti johtaa työllistymiseen alalla.

Elinkeinoelämän ja oppilaitosten toimiva yhteistyö on tärkeää, jotta koulutusohjelmat vastaavat yritysten tarpeita. (SuomiAreena 2023.)

Yleisesti ottaen kaupungit toimivat alustana ja yhteistyön kokoajana sekä uskon luojana, vaikka eivät varsinaisesti tapahtumia järjestäisi. Työvoimaa tarvitaan kansainvälisiltä markkinoilta, jolloin sosiaaliturvaa ja maahanmuuttoa koskevat asiat ovat keskeisiä. Yritysten kasvun tulee olla vastuullista, työvoiman osalta sosiaalisen kestävän kehityksen asiat pitää olla kunnossa, jotta työhyvinvointi ja työssäjaksaminen saadaan turvattua projektiluontoisella alalla. Koronapandemia osoitti sen, jos ennakoitavuutta alalla ei ole, sieltä lähdetään helposti muihin työtehtäviin. Alan yritykset ovat pieniä, jolloin ei välttämättä tiedosteta, millainen kerrannaisvaikutus kokonaisuudella on. (SuomiAreena 2023.)

Tapahtumilla on kosketusta monenlaiseen yhteiskunnalliseen tekemiseen ja kenttä on laaja. Ongelmaksi muodostuu, ettei alaa tunnisteta tilastoissa, lainsäädännössä tai elinkeinona, esimerkiksi vapaaehtoisten paikallistapahtuma rinnastetaan ammattimaisesti järjestettyyn stadionkeikkaan tai sovelletaan rakennusalan säädöstelyä. Sääntelyn heikkous johtaa muun muassa siihen, ettei tunnisteta erilaisia toimijoita tai tiloja ja asioita pyöritellään eri ministeriöiden välillä. Esimerkkinä kulttuuri, joka on usein julkisen sektorin toimintaa ja julkisin varoin tuetua Opetus- ja kulttuuriministeriön toimesta, jolloin yksityinen toiminta jää tämän ulkopuolelle. Yksityinen toiminta kuuluu työ- ja elinkeinoministeriön alle, joka on uuden edessä eikä tunnista alan ominaispiirteitä. Suomessa ministeriöiden rajat ja rakenteet ovat tiukat, mutta tämä ei voi jäädä esteeksi sille, että jokin ala jää väliinpuotoajaksi. Myös tutkimus- ja tuotekehitysrahoitusta tulee kohdistaa luoville aloille, jotta digitaalisuutta, kestäväää kehitystä ja osaamista saadaan vietyä eteenpäin ja näin parannettua vientiä, kasvua ja kansainvälisyyttä. (SuomiAreena 2023.)

4.3 Tapahtuma-alan haasteet

Tapahtumateollisuus ry:n raportissa tuodaan esiin kyselyyn vastanneiden ajatuksia tulevaisuuden haasteista ja mahdollisuuksista. Vuoden 2020 tapahtumien pe-

ruuntuminen ja siirtäminen sekä edelleen jatkuva epävarmuus vaikuttavat suoraan tapahtumayritysten talouteen. Varsinkin pienyrityksissä, jotka toimivat sekä alihankinnassa että tapahtumajärjestäjinä, tilanne on monilla johtanut toiminnan loppumiseen ja yrittäjän jäämiseen tukien ulkopuolelle. Isoilla toimijoilla on parempi mahdollisuus pitää yllä talouden puskureita, mutta tulojen ehtymisen vaikutus on laajempi suuremman työntekijämäärän palkanmaksun ja lippujen takaisinoston näkökulmasta. Puskurin käyttäminen yllättävissä tilanteissa tuo myös pitkäkestoisia haasteita, kun tapahtuman tilaaja vaatii pitkän maksuajan ja vastaavasti alihankkijoille täytyy maksaa nopeasti. Varojen on siis riitettävä tapahtuman ajan, koska järjestäjän kautta kulkee koko tapahtumabudjetti eikä alalla ole muita vakiintuneita tapahtumanrahoitusmalleja. Talouteen on myös välillisiä vaikutuksia; riittääkö tapahtumille tilaajia ja onko ihmisillä varaa ostaa lippuja. (Wiren ym. 2020, 30.)

Haasteeksi osoittautui myös ammattitaitoisten tekijöiden siirtyminen muille aloille pandemian johdosta; kuinka tavoitetaan osaajat takaisin tekemään tapahtumia. Tilanne vaikuttaa niin mikroyrityksiin kuin alan suuriin toimijoihin. Ammattitaito siirtyy usein hiljaisena tietona tuleville alan ammattilaisille ja jos tämä pääoma kadotetaan, toimivien yritysten on vaikea saada sitä takaisin. Tapahtumissa käytetään paljon kansainvälisiä esiintyjä sekä alihankkijoita ja yleisöä saapuu myös kauempaa. Kansainvälisesti pandemia on vaikuttanut matkustusturvallisuuteen ja rajoituksiin, mikä voi johtaa yleisöpohjan ja markkinoiden pienenemiseen. Tästä voi seurata kehä, jos yleisöä ei saada paikalle, tilaajien kiinnostus vähenee. Alan organisaatioiden resurssit pienevät, jolloin on taas vaikeampaa tehdä yleisöä kiinnostavia tapahtumia. (Wiren ym. 2020, 30–31.)

Tapahtumaturvallisuus on ollut jo ennen pandemiaa osa-alue, joka vaatii erityistä ammattitaitoa, mutta on usein yleisölle näkymätöntä. Tapahtumatekijät hallitsevat väkijoukkojen turvaamisen, jonka tavoitteena on yleisön luottamus sekä turvallisuudentunne. Pandemian myötä on tullut uusi näkökulma, terveysturvallisuus, joka vaikuttaa muun muassa tilojen käyttökapasiteettiin. Haasteena on saada yleisö kokemaan tapahtumat turvallisiksi suhteessa muuhun arkipäivän toimintaan. Sama toimii tilaajien suuntaan, sisältääkö tapahtuma tautiriskin tai aiheutuuko tapahtumasta mainehaittoja. Pandemian johdosta verkostoitumistyökalujen ja tapahtumien ohjelmasovellusten rinnalle on noussut etäläsnätekniologia.

Digitaalisuus on tuonut vaihtoehtoja siihen, järjestetäänkö tapahtuma fyysisesti, virtuaalisesti vai näiden yhdistelmänä, hybriditapahtumana. Haastavaa on, kuinka paljon digitaaliset tapahtumat vähentävät fyysisisiä tapahtumia ja halutaanko niihin osallistua sekä millaisesta sisällöstä ollaan valmiita maksamaan. Digitaalisuuteen tarvitaan myös uusia osaajia, resursseja ja tekniikkaa, mikä aiheuttaa kustannuksia ja investointitarvetta. (Wiren ym. 2020, 31.)

4.4 Tapahtuma-alan mahdollisuudet

Tapahtumateollisuus ry:n tutkimuksessa alan työntekijät nähtiin monipuolisina ammattilaisina, joilla on kyky kokonaisuudenhallintaan, yksityiskohtien sovitteluun, ongelman ratkaisuun ja joustavuuteen. Tapahtumien keskeytyessä alalla keskityttiin opettelemaan uutta ja kehittämään omaa ammattitaitoa ja näiden kautta testaamaan uusia konsepteja ja toimintatapoja sekä tapahtumien elämyksellisyttä. Uusi teknologia ja osaaminen motivoi suunnittelemaan erilaisia tapahtumaformaatteja, esimerkiksi hybriditapahtumaan ei riitä, että striimataan vain olemassa olevaa sisältöä. Toisin sanoen tapahtuma-alan pysähtyminen mahdollisti tapahtumateollisuuden uusien palvelukonseptien kehittämisen. Alan ammattimaistuminen nähdään mahdollisuutena, jolloin harrastelijapohjalta toimivat organisaatiot vähenevät. Näiden toimijoiden hinnoitteluun ja toimintatapoihin on mahdollisesti vaikuttanut työlainsäädännön noudattamatta jättäminen. (Wiren ym. 2020, 32.)

Kestävyyden ja vastuullisuuden osalta on paljon keskitytty ympäristöystävällisyyteen ja esille on noussut myös henkilöstön vastuullinen kohtelu palkkatason ja työajan suhteen. Ympäristöystävällisyyttä ja sen esille tuomista on pidetty kilpailuetuna ja jatkossa organisaatioiden sekä järjestettävien tapahtumien odotetaan noudattavan kestävää kehitystä ja yritys vastuuta. Tähän sisältyy myös lähipalveluiden ja paikallisten yhteistyösuhteiden hyödyntäminen. Tapahtumien järjestämisen mahdollistaa tulevaisuudessa se, että ihmiset kaipaavat elämyksiä, yhdessäoloa ja yhteenkuuluvuuden tunnetta sekä kokemusten jakamista. Pandemian aikainen eristäytyminen aiheutti osaltaan sen, että sosiaalista kanssakäymistä kaivataan enenevässä määrin. (Wiren ym. 2020, 33.)

5 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS JA TULOKSET

5.1 Tutkimusmenetelmä

Opinnäytetyön aiheen tutkimiseen sovellettiin kvalitatiivista eli laadullista tutkimusta, jolloin haastattelu katsottiin parhaiten soveltuvaksi menetelmäksi. Haastatteluilla koettiin saatavan alan ammattilaisilta syvällistä tietoa ja käytännön kokemuksia tapahtuma-alan vastuullisuuteen liittyen sekä keskustelua oli mahdollista ohjata esille tulleiden asioiden mukaisesti. Haastateltavien vastuualueina oli tapahtumien koordinointi, tuottaminen ja toimiminen tapahtumapäällikkönä. Haastattelurunko laadittiin aihealueittain teoriaan pohjautuen ja kysymyksiä oli 26 kappaletta (liite 1). Kysyttävät kysymykset ja niiden esittämisjärjestys valikoitui haastattelun edetessä.

Haastateltavat valittiin olemassa olevien yhteyksien sekä kiinnostavien toimijoiden perusteella ja heitä lähestyttiin sähköpostitse ja viestissä kerrottiin lyhyesti mistä on kysymys (liite 2). Sähköpostiin liitettiin tutkimustiedote (liite 3) ja tietosuojailmoitus. Haastattelukutsuja lähetettiin kuudelle henkilölle, joista neljä ilmoitti suostumuksensa ja he saivat Teams-kokouskutsun sekä suostumuslomakkeen sähköisesti allekirjoitettavaksi. Haastattelut toteutettiin ja tallennettiin Teams-etäyhteydellä ja niiden kesto oli 45–60 minuuttia. Haastateltavien tietoja käsiteltiin luottamuksellisesti EU:n tietosuoja-asetuksen ja Suomen tietosuojalain edellyttämällä tavalla. Henkilötiedot kerättiin haastateltavilta itseltään ja tallennettiin Tuni Driveen kaksivaiheisella tunnistautumisella suojattuna. Anonymiteetin varmistamiseksi haastateltavista tuotiin esiin vain vastuualueet.

Tutkimusmenetelmänä oli teemahaastattelut, jotka toteutettiin yksilö- ja parihaastatteluna. Haastattelulla on mahdollista saada syvällistä tietoa tutkimuksen kohteesta, kerätyksi uusia näkökulmia ja sen avulla yksilöllä on mahdollista tuoda asioita esiin vapaasti. Haastattelu vaatii osallistujien välistä luottamusta ja haastatteli ohjaa keskustelun suuntaa. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 106, 108.) Teemahaastattelussa aihepiirit ja kysymykset ovat tiedossa, mutta muoto ja järjestys on avoin. Haastattelut ovat usein yksilöhaastatteluja, mutta parihaastattelut voivat olla luontevampia ja vapautuneempia, kun useampi haastateltava

on paikalla. Parihaastatteluun pätee samat ohjeet kuin ryhmähaastatteluun; tietoja saadaan usealta henkilöltä yhtä aikaa ja haastateltavat voivat täydentää ja tukea toisiaan. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 208, 210–211.)

Tiedon käsittelyn osalta valittiin tekstin purkaminen kirjakielen muotoiseksi, johon vaikutti aineiston käsittely raportointivaiheessa. Aineisto käytiin läpi useaan kertaan ja yhdistettiin käsiteltyyn teoriaan. Aineistoa analysoitaessa tarkasteltiin asioita, jotka olivat haastatteluissa yhteneväisiä. Tämän pohjalta aineisto purettiin teemoiksi, jotka olivat organisaatio ja kumppanit, tapahtumakävijät ja paikalliset asukkaat, kompensatio ja vaikutusten mittaaminen sekä haasteet, mahdollisuudet ja tulevaisuus. Haastatteluiden tallennusaineistosta muodostui sekä videoettä tekstitalenne. Tiedonkeruussa hyödynnettiin tekstitalennetta, siten että keskustelujen välilausehdukset ja puhekieliset lisäsanat poistettiin sekä ajatukset yhdistettiin kokonaisiksi virkkeiksi. Lopuksi tiedostot käytiin läpi rinnakkain videotallenteen kanssa ja tarkistettiin sisällön oikeellisuus. Tekstitiedostojen pohjalta saatu materiaali teemoiteltiin opinnäytetyöraporttiin yhtenäisiksi kappaleiksi aihealueittain nostaen esiin keskeiset tulokset.

5.2 Keskeiset tulokset

Haastatteluista nousi esiin selkeästi yhteneväiset ajatukset tapahtuma-alan vastuullisuudesta ja näiden teemoina olivat alihankkijoiden toimintatavat, työtehtävän vastuun kohdistaminen, kompensatiokäytäntö, tapahtumakävijöiden vastuullisuustietoisuus sekä tapahtumantekijöiden halu toimia vastuullisesti (kuvio 4). Alihankkijat ja muut kumppanit ovat merkittävä sidosryhmä tapahtumaorganisaatioiden toiminnassa. Alihankkijoiden osalta käytetään joko kilpailutusta tai pyritään muulla tavoin valitsemaan toimijat, jotka viestivät ja toteuttavat vastuullisuutta omalta osaltaan. Organisaation sisällä henkilöstöllä on suora vaikutus muihin sidosryhmiin ja siten työtehtävien keskittäminen on suositeltavaa. Koska vastuullisuus koetaan olennaisena osana tapahtuma-alaa ja organisaatioita, pidetään tärkeänä, että kestävä kehitys ja vastuullisuuden tehtävät on kohdistettu pääosin yhden henkilön työtehtäviin.



KUVIO 4. Haastatteluiden keskeiset tulokset.

Alalla havaittavissa oleva kompensatiokäytäntö kohdistuu pääosin ympäristövastuun osa-alueisiin. Haastatteluissa kävi kuitenkin ilmi, että kompensatiota pidetään lähinnä oman tunnon rauhoitteluna, keinotekoisena maailmanparannuksena tai imagon nostamisena. Kompensaation tulisi toimia selkeänä toimintana niin tekijöiden kuin kävijöiden osalta. Ihmiset ovat enenevässä määrin tietoisia ja huolissaan vastuullisuusasioista, mikä vaikuttaa ostokäyttäytymiseen. Tämä pakottaa tapahtumajärjestäjät huolehtimaan kestävyysajattelusta ja panostamaan vastuullisuuteen. Alalla ei uskota olevan tekijöitä, jotka eivät välittäisi aiheesta, mutta on tärkeää käydä läpi mikä on tarkoituksenmukaista ja resurssien käytön kannalta järkevää. Edelleen kuitenkin löytyy rakenteita, että oikein toimimisesta on tehty hankalaa. Haastatteluiden muista tuloksista kerrotaan seuraavissa kappaleissa.

5.2.1 Organisaatio ja kumppanit

Vastuullisuus ulottuu nykyisin myös koko organisaatioon, ei pelkästään järjestettävään tapahtumaan. Mitä laajempi organisaatio sen syvemmälle kestävästi kehityksen osa-alueissa on menty. Alihankkijoiden ja mahdollisten kumppaneiden vastuullisuudesta saa usein tietoa yritysten internet-sivuilta, toisaalta niiden toteutumista aidosti on vaikea todentaa. Toimijoiden, joille on myönnetty esimerkiksi sertifikaatti, tulee toimia annettujen kriteereiden mukaisesti ja vastuullisuus

on tällöin luotettavalla tasolla. Tämä ei kuitenkaan poista niiden yritysten vastuullisuuden merkitystä, joilla sertifikaatteja ei ole. Asiat on monesti hoidettu paremmin kuin suuremmissa organisaatioissa, mutta niitä ei ole osattu raportoida tai tuoda julkisuuteen. Koska tapahtumia järjestetään eri kokoisena ja erilaisten toimijoiden taholta, tulee vastuullisuuden osalta ottaa huomioon myös olennaisuus. Edelleenkin osa tapahtumajärjestäjistä ei nosta vastuullisuutta oleelliseksi asiaksi, vaan valinnat pohjautuvat edullisiin kustannuksiin. Alalla pitkään työskennelleen ammattilaisen mukaan kustannuskysymys ei ole enää merkittävä. Vastuullisesti tuotettujen ja ”bulkkikaman” hintaero ei ole enää kovin suuri sekä rakenteet ja infra ovat nykyisin suunniteltu vastuullisuusnäkökulma huomioiden. Alihankkijan valinnalla pääjärjestäjä voi kuitenkin vaikuttaa omalta osaltaan tapahtuma-alan kestävyysajattelun lisääntymiseen.

Vastuullisuustavoitteita kirjataan ylös vaihtelevasti organisaation luonteesta ja koosta riippuen. Toimijat, joiden taustalla on esimerkiksi jokin julkinen yhteisö, kirjaavat asiat tarkemmin, jotta mahdolliset avustuskriteerit täyttyvät. Toisaalta esiin nousi toive, että kestävän kehityksen ja vastuullisuuden elementit alkaisivat olla pian ”itsestäänselvyyksiä” eikä niitä tarvitse erikseen kirjata ja ohjeistaa. Henkilökunnan kanssa asioita käydään, organisaatiosta riippuen, eri lailla läpi; osassa kirjataan toimintaohjeisiin asiaa sivuten, kerrotaan toimintatavoista perehdytyksen yhteydessä tai palataan viikoittain esimerkiksi palavereiden yhteydessä ja toteutumista seurataan. Työyhteisön osalta vastuullisuuden tulisi näkyä varsinkin ydintiimin osalta tasa-arvoisena ja reiluna kohteluna. Asioihin on toki kiinnitetty huomiota aiemminkin, mutta niitä ei ole osattu nimetä eikä nostaa esiin.

Usein vastuullisuus on muiden työtehtävien ohella hoidettava kokonaisuus ja vaikka se kuuluu koko organisaation tai tiimin toimintaan, on hyvä, että jollain on kokonaisuus ja toteutus hallinnassa. Tällöin on mahdollisuus käyttää ja hyödyntää asiantuntijaa, jolla on näkemyksiä ja ratkaisuehdotuksia toiminnan parantamiseksi. Tämä helpottaa myös muiden asiantuntijoiden toimintaa. Monissa organisaatioissa resurssit eivät riitä kokoaikaisen asiantuntijan työllistämiseen, eikä se myöskään takaa vastuullisuutta, että tällainen henkilö on valittu. Toisaalta, vaikka kyseinen työtehtävä puuttuu organisaatiosta, ei estä toimijaa olemasta vastuullinen. Johdon roolia pidetään tärkeänä kyseisen työtehtävän huomioimisessa. Esiin nousi myös seikka, että organisaatiot, joilla on mahdollisuus käyttää

asiantuntijaa, ovat edelläkävijöitä kestäväen kehityksen mahdollisuuksista tapahtuma-alalla.

5.2.2 Tapahtumakävijät ja paikalliset asukkaat

Vastuullisuus koskettaa myös tapahtumakävijöitä ja riippuu paljon tapahtumasta, kohderyhmästä ja tapahtuman luonteesta kuinka siellä käyttäydytään. Tapahtuman vastuullisuusinfoa voi olla vaikea saada kaikkien näkyville, mutta kokemus on, että suomalaisissa tapahtumissa käyttäydytään pääsääntöisesti hyvin. Toki sillä on merkitystä, onko tapahtuma päivällä perheille suunnattu vai ilta-aikaan, jossa on myös alkoholimyyntiä. Parhaiten aiheena nousee esiin roskien keräys ja kierrättäminen, mitä helpommaksi ja selkeämmäksi se on tehty, sitä paremmin se toteutuu. Asialla on myös toinen puoli, vaikka ohjeet ja kierrätysmerkit ovat selkeitä, niiden mukaan ei kuitenkaan toimita. Tapahtumajärjestäjä mahdollistaa vastuullisen toiminnan, mutta kävijällä on aina vastuu toimia omalta osaltaan oikein. Ympäristövastuun osalta kierrättäminen tapahtumassa on hieno ajatus, mutta ei toimi käytännön tasolla. Tällaisessa tilanteessa on käytetty jopa henkilökuntaa, joka ohjeistaa kierrätystä lajittelupisteillä, mutta siitä huolimatta kävijöiden osalta kierrätys ei onnistu. Toinen merkittävä asia on tapahtumaan saapuminen. Julkisen liikenteen hyödyntämiseen kannustetaan, mutta valinta tehdään mahdollisesti sen perusteella, halutaanko itse ajaa tai maksaa parkkipaikasta.

Paikallisten asukkaiden tiedottaminen tulevista tapahtumista nähdään tärkeänä, mutta missä määrin ja kuinka laajasti, riippuu tapahtumasta. Myös paikka ja aika liittyvät aiheutuviin tosiasiallisiin vaikutuksiin tapahtuman välittömässä läheisyydessä. Kanavina käytetään paljon perinteistä lehdistöä ja sosiaalista mediaa, kohdistettuna tietyille kohderyhmälle. Erilaisten lupaprosessien vaatimukset edellyttävät tiedottamista, kuten melulupa, katujen sulkeminen tai ympäristönsuojelumääräykset. Kaupunkien tai kuntien organisoimista tapahtumista tehdään virallinen kuulutus, joka on luettavissa internet-sivuilta. Siitä ei ole tietoa, kuinka suuri osuus paikallisista hyödyntää tämän informaation. Tähän liittyy usein myös tapahtumista saatu palaute, niin kävijöiden kuin paikallisten osalta. Palautteen aiheena on usein melu, liikennejärjestelyt ja roskaaminen. Toisaalta palaute on ko-

ettu rakentavana, eli mukana tulee korjausehdotus asian hoitamiseksi tulevaisuudessa. Palaute ei aina kohdistu varsinaiseen tapahtumajärjestäjään, ongelmia voivat aiheuttaa tapahtuman ulkopuolinen yleisö tai palaute annetaan esimerkiksi kaupungille.

Paikallisten osallistaminen osaksi tapahtumaa voi olla hankalaa ja pääosin sitä tehdään vapaaehtoisten, seurojen tai yhdistysten kautta. Tapahtumakävijöitä osallistetaan jakamaan kokemuksia sosiaalisessa mediassa, yrityksiä somistamaan tapahtuman teeman mukaan ja yhdistyksiä sekä järjestöjä tapahtuman toimintapisteiden ja erilaisten palvelujen kautta. Paikallisesti tehdään yhteistyötä ohjelmiston osalta myös esiintyjien, kuten artistien, kuorojen ja koulujen kanssa. Myös ammatillista koulutusta on hyödynnetty erilaisten case-tehtävien avulla, joissa haetaan ideoita ja uusia ajatuksia ja opiskelijat pääsevät työstämään tapahtumakokonaisuutta.

5.2.3 Kompensaatio ja vaikutusten mittaaminen

Tapahtuma-alalle on muodostunut kompensaatiokäytäntö, joka monesti tarkoittaa ympäristöhaittojen korvaamista erilaisilla keinoilla. Kysymyksiä herättää se, mihin kompensoidut varat menevät tai onko sillä kokonaisuuden kannalta varsinaista merkitystä. Eräs haastateltava totesi, koska ilmasto on kaikille yhteinen, onko Suomessa tehdyllä ilmastokompensaatiolla käytännön vaikutusta. Kompensointi herättää kannatusta vain sosiaalisen vastuun sektorilla ja sen tulee olla konkreettista. Ehdotuksina nousivat varojen jakaminen paikallisesti seuroille, mielenterveystyöhön tai vähävaraisten perheiden harrastuksiin. Kompensaation vastakohta on olla tekemättä päästöjä ja tapahtumia, mutta tällöin jätetään huomioimatta hyvinvointivaikutukset. Tapahtumien hiilijalanjälkeä ei saada hetkessä pienennettyä, mutta kompensaation kohteen tulee olla tarkoituksenmukainen, ymmärrettävä ja sen vaikutus nähtävissä.

Vastuullisuusasioiden mittaaminen tapahtumissa ja organisaatiotasolla vaihtelee. Tärkein vaihe on se, kun suunnitellaan mitä mitataan ja kuinka mittarit rakennetaan. Kysymykset on usein sisällytetty asiakaspalautteisiin ja niistä saadaan

oikeansuuntaista tietoa myös vastuullisuusasioiden hoidosta. Konkreettinen sähkön- tai vedenkulutuksen mittaaminen koetaan haastavammaksi. Sosiaalisen vastuun, kuten tasa-arvon toteutumisen, mittaamiseen toivotaan lisää kehitystyötä ja työkaluja. Organisaatitasolla ehdotukseksi nousi omalle työlle ja roolille asetetut tavoitteet ja kuinka niitä aikoo toteuttaa sekä näiden peilaaminen jälkikäteen.

5.2.4 Haasteet, mahdollisuudet ja tulevaisuus

Tulevaisuus herättää ajatuksia siitä, voiko käydä niin, että tapahtumia jätetään järjestämättä vastuullisuuden vuoksi, esimerkiksi matkustamisen ja kuljetusten ympäristökuorman takia tai ympäristöä kuormittaville tapahtumille säädetään sanktioita. Uhkana nähdään myös, että tapahtumia siirretään maihin, joissa vastuullisuus ei ole nähtävissä lainkaan. Tapahtumakävijöiden henkilökohtaiset valinnat voivat vaikuttaa entistä enemmän, eli tapahtumiin osallistutaan vastuullisuusasiat huomioiden. Toisaalta alalla uskotaan teknologian kehitykseen, joka auttaa vastaamaan ympäristövastuun haasteisiin. Materiaalien kertakäyttöisyys on hankala haaste, kun tapahtumaan halutaan näkyvyyttä, mutta niiden uusiokäyttö on vaikeaa.

Epävarma maailmantilanne ja kulutuskäyttäytymisen muutos tulee näkymään tapahtuma-alalla. Positiivista on, että tunnetut, pitkään toimineet tapahtumat ovat saavuttaneet jälleen kävijäennätyksiä. Uudet ja pienemmän kokoluokan tapahtumat ovat kärsineet tilanteesta, koska niillä ei ole olemassa vakiintunutta kohdeyhmää tai kävijöiden tunnesidettä. Tämä on johtanut kyseisten taustaorganisaatioiden konkurssiin, tapahtuman järjestämättä jättämiseen tai julkaisun jälkeen perumiseen, koska lipunmyynti ei ole riittävää. Kuilu suurten ja pienempien tapahtumien välillä saattaa kasvaa suureksi. Tulevaisuus kestävyiden kannalta on kuitenkin toiveikas, ihmiset ovat valveutuneimpia kuin 15 vuotta sitten ja asioista puhutaan enemmän. Koronapandemian myötä on huomattu, että tapahtumien järjestäminen ja elämysten kokeminen ei ole itsestään selvää, vaan osataan nauttia vapaudesta ja ihmisten kohtaamisesta. Tulevaisuudesta ajatellaan, että tavara ja materia ei tule olemaan elämyksiä tärkeämpää, vaan halutaan mieluummin panostaa musiikkiin, teatteriin tai jääkiekko-otteluun.

Ympäristövastuun rinnalla sosiaalinen vastuu puhuttaa yhä enemmän ja nähdään imagomielessä tärkeänä. Organisaation vastuullinen asenne ja tapa toimia henkilökunnan, alihankkijoiden ja kumppaneiden suhteen tulee näkymään työkentelytavoissa, asiakasrajapinnassa ja lippuluukulla. Haasteita löytyy asennepuolelta liittyen organisaatioiden taloudelliseen puoleen. Vastuullisesti tuotetuista palveluista ja tuotteista joutuu maksamaan enemmän, mutta näkemys on, että nuoremmille sukupolville tämä ei ole kynnykskysymys. Kaupungit ovat tärkeässä roolissa mahdollistamalla vastuullisen toiminnan tapahtumapaikkojen, maa-alueiden ja olemassa olevien rakenteiden puolesta sekä olemalla edelläkävijä ja luomalla kannustimia tapahtumajärjestäjille. Yhteistyö tapahtumantekijöiden välillä nähdään mahdollisuutena, eli tulevaisuudessa tultaisiin hyödyntämään yhteisiä materiaalitilauksia ja palveluja, kuten tekniikan sekä rakenteiden käyttämistä samalla alueella toimiville peräkkäisille tapahtumille.

6 ALAN YRITYKSEN VASTUULLISUUS

6.1 Vastuullisuussuunnitelman taustaa ja lähtökohta

Tehtävän suunnitelman taustalla on aloitteleva yrittäjä, jolla on jo pienimuotoista toimintaa sekä palkka- ja vapaaehtoistyöstä saatua kokemusta tapahtuma-alalla. Yritykselle on laadittu syksyllä 2022 liiketoimintasuunnitelma ja tätä halutaan jatkaa vastuullisuussuunnitelman muodossa. Aihe suuntautuu tulevaisuuteen, koska työskentely yrittäjänä on mahdollista, mutta tavoitetta varten on kerättävä kokemusta ja luotava verkostoja. Yritys on yhden omistajan yritys ja toimii pääosin omistajan työpanoksella. Omistajalla on vahva ammatillinen tausta yritystoiminnasta, taloudesta, verotuksesta ja palkkahallinnosta. Näiden hyödyntämisen tulevaisuudessa on katsottu onnistuvan tapahtumatuotannon erilaisissa tehtävissä. Vaikka yrittäminen on palkkatyöhön verrattuna huomattavasti riskialttiimpaa, on sen motivoivina asioina mahdollisuus tehdä työtä oman näkemyksen mukaan, itse määritellyin työajoin, toimia hyvänä työnantajana ja luotettavana yhteistyökumppanina.

Yrityksen tarjoamat palvelut ovat pääpiirteissään kaupunkiseikkailujen/erilaisten aktiviteettien veto, tapahtumien suunnittelu kokonaisvaltaisesti tai pienempänä osiona sekä tiedonkeruu- ja raportointipalvelut. Tapahtumiin osallistuminen veto- tai asiakaspalvelutehtävissä on toteutettavissa nopeasti eikä vaadi palveluntarjoajalta suunnittelutyötä. Kaupungeille ja kunnille tarjotaan kokonaispakettia, myös mahdollisesti osana isompaa kokonaisuutta, jonka kaupunki järjestää asukkailleen. Yritys toimii pääsääntöisesti Pirkanmaan alueella, mutta mahdollisia yhteistyötuotantoja muualla ei suljeta pois. Varsinkin Tampere on vahva tapahtuma-kaupunki ja myös kaupunki toimijana on rakentamassa mielikuvaa Suomen suosituimpana tapahtumakaupunkina, mikä mahdollistaa yhteistyön kaupungin tapahtumapalvelujen kanssa. Alueella on paljon eri kokoisia alan toimijoita, jolloin asiakkuus- ja yhteistyösopimuksia on mahdollista tehdä.

6.2 Laadittu suunnitelma ja Sustainable Business Model Canvas

Vastuullisuussuunnitelma tehdään pienyritykselle, jossa vastuullisuus halutaan huomioida koko liiketoiminnassa. Suunnitelmassa huomioidaan yhtiön kannalta oleelliset osa-alueet taloudellisen, sosiaalisen ja ympäristövastuun osalta niin koko organisaatiossa kuin yksittäisissä tapahtumissa. Suunnitelman pohjalta laaditaan Sustainable Business Model Canvas (SBMC), joka ohjaa tulevaisuudessa yrityksen strategista toimintaa (liite 4). Malli pohjautuu työn lähtökohtana olleeseen liiketoimintasuunnitelmaan ja Business Model Canvasiin (liite 5). Vastuullinen BMC on vastaava taulukko, jossa on huomioitu eko-sosiaaliset kustannukset ja hyödyt.

Vastuullisuussuunnitelma mukailee SBMC-mallia ja teemat on ryhmitelty osioissa toisiaan täydentäviksi osa-alueiksi. Suunnitelman sisältö rakentuu teorian ja haastatteluiden pohjalta ja se täydentää laadittua mallia, jossa pääasiat on ilmaistu lyhyesti. SBMC-mallin laatimisessa on hyödynnetty useampaa erilaista pohjaa, joissa on ollut ohjaavia kysymyksiä ja pohdittavia seikkoja aihealueen purkamiseksi. Taulukkoa rakennettaessa on pohdittu juuri tapahtuma-alan piirteitä niin kustannusten kuin tuottojen osalta.

6.2.1 Avainkumppanit ja ydintoiminnot

Avainkumppanit ja -toimittajat tulevat tapahtuma-alan muilta sektoreilta, joihin luokituvat tekniikka ja rakenteet, ravintola ja catering, markkinointi ja viestintä, esiintyjät, logistiikka sekä alan freelancerit. Yhteistyötä pyritään tekemään saman toiminta-alueen ja kokoluokan tapahtumayritysten kanssa sekä hyödyntää yhteisiä tekniikka-, rakennus- ja materiaalitulauksia. Kumppaneilta edellytetään vastuullisen liiketoiminnan huomioimista ja sen esille tuomista konkreettisilla keinoilla, kuten selkeää ja ajantasaista viestintää somekanavissa tai nettisivuilla. Kumppaneiden tulee mahdollisuuksien mukaan hyödyntää toiminnassaan uusiutuvia energianlähteitä, materiaaleja sekä välttää ylituotantoa ja hävikkiä. Sosiaalinen vastuu näkyy usein imagossa ja välittyy maineen kautta. Kumppaneilta toivotaan avoimuutta ja ehdotuksia taloudellisesti kannattavien vaihtoehtojen tarjoamiseen.

Alihankkijoina ja tavarantoimittajina pyritään käyttämään paikallisia yrityksiä taloudellisuus ja ympäristönäkökulmat huomioiden. Sopimukset tehdään samojen toimintaperiaatteiden kanssa huomioiden oikeanlainen korvaus ja työaika.

Yrityksen ydintoiminnot ovat palvelun tuottaminen ajallaan, sopimusten mukaan ja luotettavasti sekä ylläpitää yhteistyöverkostoa. Asiakas- ja kumppanuussuhteiden ylläpitäminen vaatii johdon ja henkilöstön ajantasaista ammattitaitoa, aktiivista vuorovaikutusta, avoimuutta ja yhteistyötä uusien konseptien kehittämisessä. Vastuullisuudesta, palveluista ja ajankohtaisista asioista viestitään säännöllisesti sosiaalisen median kanavia hyödyntäen. Vastuullisuusviestintä on johdonmukaista ja läpinäkyvää ja se otetaan osaksi yrityksen muuta viestintää ympärivuotisesti.

6.2.2 Resurssit ja arvot

Yrityksen liiketoiminta nivoutuu vahvasti yrittäjään henkilönä palveluiden luonteesta johtuen, jolloin tiedot, taidot ja kokemus nousevat avainresursseiksi. Saa-dun kokemuksen kautta tietojärjestelmien ja eri ohjelmistojen käyttö on sujuvaa sekä talouden, yritystoiminnan ja erilaisten toimintojen ymmärrys on monipuolista. Uudella toiminta-alueella on varsin lyhyellä aikavälillä saavutettu hyvä maine ja kohtuulliset yhteistyöverkostot. Oma-aloitteinen ja itsenäinen työskentelytapa mahdollistavat aktiivisen yhteydenpidon asiakkaisiin sekä sopimus-kumppaneihin ja tiimityöskentelytaidot sujuvaan yhteistyöhön erilaisten toimijoiden ja yhteisöjen kanssa.

Henkilöstö on tärkeä osa resursseja vastuullisuuden toteutumiseksi. Vaikka ammattimaisen henkilöstön saaminen on haaste, pyritään tämä saavuttamaan huolehtimalla työsuhhteissa työehtosopimuksen mukaisesta ja kannustavasta korvauksesta sekä työajasta henkilön taidot ja kokemus huomioiden. Työaika pyritään pitämään joustavana ja työn sekä vapaa-ajan yhteensovittaminen sujuvana. Henkilöstön työhyvinvointiin, -terveyteen ja työssä jaksamiseen panostetaan oikein kohdistetulla työterveydenhuollolla sekä ajantasaisella koulutuksella. Työyhteisön kanssa käydään läpi yrityksen vastuullisuustavoitteet ja toimintatavat niin

organisaation kuin asiakkaille tarjottavan palvelun osalta. Vastuullisuuden työtehtäviin valitaan henkilö, joka vastaa kokonaisuudesta ja toteutuksesta muiden tehtävien ohella, mutta koko yhteisön avustuksella. Henkilöstö pidetään ajan tasalla käynnissä olevien asiakastöiden ja organisaation sisällä tapahtuvien asioiden osalta. Tämä toteutetaan viikoittaisten palaverien yhteydessä, jossa tuodaan esiin työtehtävien vaiheet, mahdollinen avuntarve sekä muut yhteisöön vaikuttavat asiat. Tällä pyritään varmistamaan se, että henkilökuntaa kuunnellaan, kaikki ovat tietoisia mitä tehdään, missä aikataulussa ja työmäärä pysyy kohtuullisena.

Arvolupaus koostuu ammattitaitoisesta palvelusta, joka on nopeasti saatavilla ja matalalla riskillä. Yritys ja henkilökunta on luottamuksen arvoinen ja kattaa palvelun monipuolisen hallinnan. Yritys tarjoaa asiakkaalle ratkaisuksi palvelukokonaisuuden, joka hoidetaan sovitusti alusta loppuun saakka ja asiakasta informoidaan avoimesti. Arvoina on tarjota elämyksiä, vaikuttavia kohtaamisia, yhteisöllisyyden kokemuksia ja uusia kontakteja.

6.2.3 Asiakassuhde, kanavat ja asiakasryhmät

Asiakassuhteet ovat henkilökohtaisia ja palvelut räätälöityjä, yritys ei tarjoa itsepalvelua tai automatisoituja ratkaisuja. Vaikka palvelutarjonnassa on konseptoituja tapahtumavaihtoehtoja, ne muokataan asiakkaan toiveiden ja tarpeiden mukaan. Kohderyhmästä riippuen asiakassuhteen kesto vaihtelee. Yksittäisten yritysten tai yhdistysten kanssa toimiessa suhde voi jäädä kertaluonteiseksi, joskin tavoitteena on saada uudelleen tilaava asiakas. Kaupunkien ja kuntien kanssa sopimukset saattavat kattaa pidemmän aikavälin ja suhde muodostuu pitkäaikaiseksi sekä henkilöityy samoihin toimijoihin.

Asiakasryhmiä ovat sekä tapahtuma-alan erikokoiset sekä muut yksityiset yritykset ja yhdistykset, jotka tarvitsevat kumppania, alihankkijaa tai yksittäistä tapahtumaa oman toimintansa tueksi. Kaupungit ja kunnat eivät pääsääntöisesti järjestä tapahtumia, vaan etsivät niille ulkopuolisen toteuttajan. Nämä lukeutuvat asiakasryhmään ja yritys osallistuu kyseisten palveluiden kilpailutuksiin. Asiakasryhmiä tavoitellaan ja viestitään Instagramin, Facebookin ja LinkedIn:n välityksellä. Näiden kautta tuodaan vahvasti esiin myös vastuullisuuskäytäntöjä, jotka

on koottu selkeästi ja konkreettisesti yrityksen internetsivuille ja joita päivitetään säännöllisesti. Verkostoja luodaan ja ylläpidetään erilaisissa alan sisäisissä tapahtumissa ja seminaareissa. Tunnettuuden lisääntyessä kanavana toimii myös suusta suuhun-markkinointi.

6.2.4 Kulurakenne, tulovirrat ja eko-sosiaalinen vaikutus

Yrityksen toiminta on arvopohjaista ja tarkoituksena arvonluominen, jolloin vaikutukset vastuullisuuden kannalta muodostuvat oheispalveluista. Kulurakenne painottuu ulkopuolisiin palveluihin, alihankinta- ja henkilöstökuluihin. Markkinointi- ja muut kulut sekä rahoituskulut ja verot ovat pienempiä eriä. Asiakkaiden erityis-toiveet ja henkilöstön koulutus voivat aiheuttaa lisäkustannuksia. Ulkopuolisista palveluista kuluja muodostuu eniten ohjelmasta, kuljetuksista, rakentamisesta ja tekniikasta.

Tuotteiden, rakenteiden ja ihmisten kuljettaminen tuo suurimman kuluvaikutuksen ympäristövastuuseen ja tapahtuman hiilijalanjälkeen. Tapahtumista aiheutuva jätemäärä, kuten pakkausmateriaalit, oheistuotteet ja elintarvikehävikki, kuluttaa ympäristöä. Tapahtumissa käytettävät näkyvyys-elementit, kuten flagit, banderollit ja markkinointimateriaalit, eivät ole uusiutuvia tai helposti kierrätettäviä. Tällöin kiinnitetään huomiota materiaalin määrään ja uudelleen käytettävyyteen eli suunnitellaan mahdollisuuksien mukaan pysyvän brändin mukaisia tuotteita ilman päivämääriä ja vuosilukuja. Tämä on tosin mahdollista vain uudelleen järjestettävissä tapahtumissa tai yleisluontoisten materiaalien osalta, kuten opastuskyltit. Suuret tapahtumat aiheuttavat myös tapahtuma-alueen ympäristön kulumista sekä huomattavaa sähkön- ja vedenkulutusta.

Liikevaihto muodostuu tehdystä työstä, välitetyistä palveluista ja tuotteista sekä myyntikatteesta. Hinnoittelun pohjana on työstä veloittettava tuntihinta, ulkopuolisten palveluiden edelleen laskutus katteella huomioituna, sopimus-/neuvottelu- sekä lisätöiden laskutus. Suuremmista sopimuskokonaisuuksista muodostuu isompi liikevaihtoerä, mutta niitä on vähemmän kuin tuntitöinä tai yksittäisistä tilauksista saatava tulo. Myös ulkopuolisten palveluiden edelleen laskutus näkyy

tulovirroissa huomattavana eränä. Kannattavan tuntihinnoittelun taustalla tulee olla ymmärrys palkkatasosta ja huomioitavista sivukuluista.

Tapahtuma- ja palvelutuotannossa huomioidaan vastuulliset valinnat käytännön järjestelyissä, jolloin asiakkaalle pyritään tarjoamaan ensisijaisesti kestävän kehityksen mukaiset ratkaisut. Yritysassiakkaiden katsotaan olevan valmiita maksamaan vastuullisesti tuotetusta palvelusta. Hävikin välttäminen sekä jätehuollon ja kierrätyksen järjestäminen tapahtumissa vaikuttavat vahvasti ympäristöön. Henkilöstön ja alihankkijoiden toiminta vaikuttaa sosiaaliseen vastuuseen, koska yhteistyön on oltava sujuvaa ja tasavertaista sekä huomioivaa ja ratkaisukeskeistä erilaisista toimijoista riippumatta. Sosiaalisina hyötyinä nähdään tapahtumien hyvinvointivaikutukset, kuten kävijöiden yhdessäolo, kokemukset ja vuorovaikutus yleisön ja esiintyjien kesken sekä työyhteisön ja alihankkijoiden oikeanlainen kohtelu. Paikallisyhteisön osallistaminen vaikuttaa tuotteiden ja palvelujen hyödyntämiseen, esiintyjien valintaan ja vapaaehtoistyöhön. Yritystoiminnan ollessa kannattavaa, se vaikuttaa toiminnan jatkumiseen ja sen kehittämiseen, työllistämiseen ja sitä kautta alueen ostovoimaan sekä verojen maksuun. Yhteistyö kaupunkien ja kuntien kanssa mahdollistaa tapahtumien saatavuuden muun muassa ilmaistapahtumia järjestettäessä.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Tapahtuma-ala vaikuttaa vastuullisuuden kannalta niin ympäristöön, sosiaalisesti kuin taloudellisesti ja vaikutukset ovat sekä positiivisia että negatiivisia. Taloudellinen ja sosiaalinen vaikutus nähdään usein positiivisena, mutta vaikutukset ympäristöön ovat kuluttavia. Negatiivisilta ympäristövaikutuksilta vältyttäisiin täysin vain olemalla tekemättä tapahtumia ja sitä kautta päästöjä. Elämystaloudella on kuitenkin vahva yhteiskunnallinen ja sosiaalinen vaikutus eikä tapahtumatoiminnan lopettaminen tule toteutumaan. Ala on merkittävä työllistäjä suoraan ja välillisesti eikä hyvinvointivaikutuksia voida sivuuttaa. Vastuullisuusajattelu on lisääntynyt merkittävästi, tapahtumakävijät osaavat vaatia oman arvomaailmansa mukaisia palveluita ja tapahtumantekijöillä on halu tarjota mahdollisuus tehdä vastuullisia valintoja. Siten tapahtumakävijät saavat arvoa omasta toiminnastaan. Jotta vastuullisista tapahtumista ollaan valmiita maksamaan, tulee alan yritysten tuoda viestinnällä esiin, millaisia resursseja tarvitaan ja mitä konkreettisesti tehdään.

Opinnäytetyön teorian pohjalta muotoutuivat haastattelukysymysten aihepiirit ja varsinaiset kysymykset. Teorian artikkeli- ja videolähteet alan tekijöiden kokemuksesta vastaa hyvin haastatteluista saatua sisältöä. Teoriaosuudesta ja tutkimustuloksista käy ilmi kuinka tärkeää yhteistyö tapahtuma-alalla on. Yhteistyön on toimittava tapahtumantekijöiden ja kumppaneiden välillä sekä alan toimijoiden, tapahtumakävijöiden, paikallisten asukkaiden ja yhteisöjen kesken. Vastuullisuus alkaa yrityksen strategiasta ja ydintoiminnoista, se otetaan huomioon alihankkijoiden ja kumppaneiden valinnassa ja johtaa tapahtumakävijöiden oikeuteen, mutta myös velvollisuuteen toimia vastuullisesti. Sosiaalisen vastuun osat alueet alkavat nousta merkittävänä asiana ympäristövastuun rinnalle. Vastuun alue on laaja sen kattaessa työyhteisön, tapahtumakävijät, kumppanit sekä paikalliset asukkaat ja ihmisoikeudet ovat huomioitavien asioiden perustana. Alan toivotaan kehittyvän ammattimaiseen suuntaan ja tavoittavan tekijöiksi ammattitaitoisia moniosaajia sekä asiantuntijuutta vastuullisuuteen. Mittareiden laadintaan, mitattavien asioiden valintaan ja raportointiin kaivataan lisää työkaluja ja yhtenäisyyttä. Vastuullisuuden mittaaminen on jäänyt vähäiseksi ja se koetaan myös hankalaksi. Mittaaminen ja raportointi on huomioitu teoriaosuudessa, koska

ne ovat tärkeitä osa-alueita vastuullisuuden seuraamisessa, kehittämisessä ja viestinnässä.

Tutkimusongelma oli melko haastava, mutta aiheesta löytyi hyvin ajantasaista tietoa, jota haastatteluiden tulokset tukivat ja vastaukset olivat hyvin löydettävissä laaditun aineiston perusteella. Teorian ja soveltavan osuuden kokonaisuus tuo esiin keskeiset liiketoiminnan vaikutukset vastuullisuuden kannalta. Yrityksen johdon osaamisella organisaation omat toiminnot ovat kestävän kehityksen mukaisia ja alihankkijoiden sekä kumppaneiden vastuullisen valinnan kriteereillä voidaan vaikuttaa alan muihin toimijoihin. Ammattitaitoisen henkilöstön avulla ja työtehtävien kohdistamisella mahdollistetaan asiantuntijuuden hyödyntäminen sekä vastuullisuuden kehittäminen edelleen. Asiakkaiden ja tapahtumakävijöiden tietoisuuden ymmärtäminen ja sen lisääminen ohjaa heitä tekemään valintoja vastuullisuuden perusteella. Negatiivisten vaikutusten kompensatio tulee saada tarkoituksenmukaiseksi ja konkreettiseksi, haastatteluiden perusteella sen nähdään toimivan tällä hetkellä paikallisesti sosiaalisen vastuun osalta.

Haastateltavia olisi toivottu saatavan kaikkiaan viisi tai kuusi, jotta tulokset olisivat olleet luotettavampia ja näin saatu mahdollisesti lisää tietoa käytännön toimista. Haastateltavien taustan perusteella kuitenkin koettiin, että saturaatiopiste tavoitettiin, eli haastattelut eivät tuoneet enää olennaista uutta tietoa. Tämän tutkimuksen osalta aineiston määrä ei olisi korvannut laatua ja tulokset ovat luotettavia haastatteluiden monipuolisen ja syvällisen sisällön johdosta. Tapahtuma-alan toimijat ovat hyvin erikokoisia, yhden yrittäjän yhtiöstä suuriin tapahtumatuotantoyrityksiin, ja toimivat erilaisilla toiminta-alueilla niin maantieteellisesti kuin tapahtuman luonne huomioiden. Tutkimuksen tuloksilla on merkitystä ja ne ovat yleisesti käytettäviä, mutta käytännön tekojen toteutus riippuu edellä mainitusta. Tutkimuksesta käy myös ilmi, että toimijoiden tulee arvioida vastuullisuuden osa-alueiden olennaisuutta ja siihen tarvittavia resursseja.

Lainsäädännön ylittävän toimien ja uudistavan liiketoiminnan luominen vaatii yrityksen johdolta asennetta, motivaatiota, kärsivällisyyttä ja ajankohtaisten asioiden seuraamista. Yksittäinen toimija voi helpommin vaikuttaa sosiaaliseen vastuuseen huomioimalla ihmisoikeudet, työhyvinvoinnin ja tasa-arvoisen kohtelun

sidosryhmästä riippumatta. Taloudellisen vastuun osalta tulee huomioida lain-säädäntö, työehtosopimukset, verosuunnittelu ja tapahtumien saavutettavuus sekä tavoitella kannattavaa yritystoimintaa jatkuvuuden turvaamiseksi. Ympäris-tövastuun uudistavien toimien osalta tarvitaan kuitenkin laajempaa yhteistyötä yrityksen ja sen sidosryhmien lisäksi hallitukselta, viranomaisilta, paikallishallin-nolta, teknologian kehittäjiltä ja globaalilta ympäristöpolitiikalta. Tapahtuma-alan vastuullisuus rakentuu laaja-alaisen toiminnan, verkostojen ja yhteistyön poh-jalta.

Tässä työssä tapahtumayrityksen vastuullisuus on tuotu tutkimuksen kautta val-miiksi suunnitelmaksi ja malliksi, jonka jälkeen sitä voidaan lähteä toteuttamaan käytännön tasolla. Tätä tutkimustyötä voidaan jatkaa syventämällä aihealuetta organisaation strategiseen toimintaan, jossa vastuullisuus kirjataan toiminnoittain selkeästi ymmärrettäviksi kokonaisuuksiksi. Vastuullisen strategian luomista var-ten on selvitettävä mitattavat asiat, laatia mittarit ja määritellä raportoinnin muoto sekä aikasykli. Jatkotutkimuksessa olisi mahdollista selvittää kuinka käytännön toimissa mennään pidemmälle kuin lakisääteisiin vaatimukseen ja luodaan uudis-tavaa liiketoimintaa tapahtuma-alalle. Samassa yhteydessä tulisi arvioida kom-pensaatiokäytännön merkitystä, kun tavoitteena on kestävätkä toiminnot alusta saakka. Toisin sanoen liiketoiminnassa tulisi tavoitella tilannetta, jossa negatiivi-sia vaikutuksia ei synny ja kompensatio on näin ollen tarpeeton tai ainakin vii-meinen vaihtoehto. Mahdollista jatkotutkimusta varten aihealueiden tulisi pysyä samoina, jotta voidaan nähdä muutokset aiempaan. Huomioon on otettava kui-tenkin uudet ajankohtaisiksi nousseet tapahtuma-alan liiketoimintaan vaikuttavat seikat.

LÄHTEET

Aalto, H-K., Heikkilä, K., Keski-Pukkila, P., Mäki, M. & Pöllänen, M. 2022. (toim.) Tulevaisuuden tutkimus tutuksi. Perusteita ja menetelmiä. Tulevaisuudentutkimuksen Verkostoakatemia julkaisu. Viitattu 29.10.2023.

<https://www.utupub.fi/bitstream/handle/10024/153465/TVA-1-2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Boost. n.d. Askeleet organisaation luontojalanjäljen arviointiin. Verkkosivu. Viitattu 8.11.2023. <https://boostbiodiversityoffsets.fi/askeleet-organisaation-luontojalanjaljen-arviointiin/>

Bruun, L. & Rydenfelt, H. 2023. Vastuullisuusviestinnän paineet ja haasteet. Media & Viestintä 46/2023, 113–137.

Business Finland, n.d. Luovien alojen kasvusopimus. Kohti yhteistä tulevaisuutta. Verkkosivu. Viitattu 30.10.2023. <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/ohjelmat/luovien-alojen-kasvusopimus>

Ditlev-Simonsen, C.D. 2022. A Guide to Sustainable Corporate Responsibility. From Theory to Action. E-kirja. Springer Nature Switzerland AG. Viitattu 16.11.2023. <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-030-88203-7>

Hellström, E. & Parkkonen, P. 2022. Vastuullisuuden tulevaisuus: Miten vastuullisuus kohtaa kestävyuden ja vaikuttavuuden? Sitran selvityksiä 214. Viitattu 17.10.2023. https://www.sitra.fi/app/uploads/2022/06/sitra_vastuullisuuden_tulevaisuus_fin_0822.pdf

Hiltunen, E. 2010. Weak Signals in Organizational Futures Learning. Helsingin kauppakorkeakoulu. Viitattu 23.10.2023. <https://aaltodoc.aalto.fi/bitstream/handle/123456789/11544/a365.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. uud. painos. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.

Juutinen, S. 2016. Strategisen yritys vastuun käsikirja. E-kirja. Alma Talent Oy. Viitattu 7.11.2023. Vaatii käyttöoikeuden. [https://verkkokirjahylly-almatalent-fi.libproxy.tuni.fi/teos/IAFBHXCTEB#/kohta:STRATEGISEN\(\(20\)YRITYSVASTUUN\(\(20\)K\(\(c4\)SIKIRJA/piste:b0](https://verkkokirjahylly-almatalent-fi.libproxy.tuni.fi/teos/IAFBHXCTEB#/kohta:STRATEGISEN((20)YRITYSVASTUUN((20)K((c4)SIKIRJA/piste:b0)

Kiiski, T. 2023. Vastuullisuus edellä. Evento 01/2023, 20–25.

Koipijärvi, T. & Kuvaja, S. 2017. Yritysvastuu. Johtamisen uusi normaali. E-kirja. Tallinna: Printon. Viitattu 30.8.2023. Vaatii käyttöoikeuden. [https://kauppakamari-tieto-fi.libproxy.tuni.fi/ammattikirjasto/teos/yritysvastuu-johtamisen-uusi-normaali-2017#kohta:Yritysvastuu\(\(20\)\)\(\(2013\)\)\(\(20\)Johtamisen\(\(20\)uusi\(\(20\)normaali](https://kauppakamari-tieto-fi.libproxy.tuni.fi/ammattikirjasto/teos/yritysvastuu-johtamisen-uusi-normaali-2017#kohta:Yritysvastuu((20))((2013))((20)Johtamisen((20)uusi((20)normaali)

Kurittu, K. 2018. Yritysvastuuraportointi. Kiinnostavan viestinnän käsikirja. E-kirja. Alma Talent Oy. Viitattu 16.11.2023. Vaatii käyttöoikeuden. <https://verkko->

[kirjahylly-almatalent-fi.libproxy.tuni.fi/teos/CACBFXDTEB#/kohta:Yritysvastuuraportointi\(\(20\)\(\(2013\)\(\(20\)Kiinnostavan\(\(20\)viestinn\(\(e4\)n\(\(20\)k\(\(e4\)si-kirja/piste:t2](http://kirjahylly-almatalent-fi.libproxy.tuni.fi/teos/CACBFXDTEB#/kohta:Yritysvastuuraportointi((20)((2013)((20)Kiinnostavan((20)viestinn((e4)n((20)k((e4)si-kirja/piste:t2)

Kuusisto, K. 2023. Tapahtuma-ala määriteltiin ensimmäistä kertaa työ- ja elinkeinoministeriön julkaisemassa selvityksessä. Evento 02/2023. 69.

Liappis, H., Pentikäinen, M. & Vanhala, A. 2019. Menesty yritysvastuulla. Käsi-kirja kokonaisuuteen. E-kirja. Edita Publishing Oy. Viitattu 4.10.2023. Vaatii käyttöoikeuden. <https://shop-edita-fi.libproxy.tuni.fi/digikirja/37-7510-0#Lyhenteet>

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2014. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. 3. uud. painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Pääskylä-Malmström, T. 2023. Näkijät. Evento 02/2023, 16–21.

Rubin, A. n.d. Tulevaisuudentutkimus tiedonalana. Tulevaisuuden tutkimuskeskus, Turun kauppakorkeakoulu, Turun yliopisto. Verkkosivu. Viitattu 23.10.2023. <https://tulevaisuus.fi/perusteet/tulevaisuudentutkimus-tiedonalana/>

Ruotsalo, J. 2023. Ole eettinen. Evento 03/2023. 8.

Savallampi, J., Järviö, N. & Uusitalo, V. 2023. Mikä on luontojalanjälki ja mitä se kertoo meille? Biodiful. Verkkosivu. Viitattu 8.11.2023. <https://biodiful.fi/blogi/mika-on-luontojalanjalki-ja-mita-se-kertoo-meille/>

Sitra. N.D. Luontojalanjälki. Verkkosivu. Viitattu 8.11.2023. <https://www.sitra.fi/tulevaisuussanasto/luontojalanjalki/>

SuomiAreena. 2023. Elämys-Suomi 2030-ymmärrämmekö elämystalouden merkityksen Suomelle? MTV Katsomo 27.6.2023. Viitattu 30.10.2023. <https://www.mtv.fi/video/b8250d234261a9cc2263/el%C3%A4mys-suomi-2030-ymm%C3%A4rr%C3%A4mmek%C3%B6-el%C3%A4mystalouden-merkityksen-suomelle>

The CASE Knowledge Alliance. N.D. Sustainable Business Model Canvas. Verkkosivu. Viitattu 7.11.2023. <https://www.case-ka.eu/index.html%3Fp=2174.html>

Tynkkynen, O. & Berninger, K. 2017. Nettopositiivisuus. Menestyvän ja vastuullisen liiketoiminnan uusi taso. E-kirja. Alma Talent Oy. Viitattu 8.11.2023. Vaatii käyttöoikeuden. [https://bisneskirjasto-almatalent-fi.libproxy.tuni.fi/teos/EAEBBXTBBAED#/kohta:6.\(\(20\)MITTAAMI-NEN\(\(20\)piste:b0](https://bisneskirjasto-almatalent-fi.libproxy.tuni.fi/teos/EAEBBXTBBAED#/kohta:6.((20)MITTAAMI-NEN((20)piste:b0)

Wiren, M., Westerholm, T. & Liikamaa, A. 2020. Tapahtumateollisuuden toimialatutkimus 2020. Osa 1. Tapahtumateollisuus ry. Verkkosivu. Viitattu 19.9.2023. <https://www.tapahtumateollisuus.fi/wp-content/uploads/2020/07/Tapahtumateollisuuden-toimialaraportti-2020-osa-1.pdf>

LIITTEET

Liite 1. Haastattelurunko

Vastuullisuus tapahtumatoiminnassa, kysymykset

Taustatiedot: nimi, yhteystiedot asema ja työnkuva organisaatiossa

Onko organisaatiossa huomioitu kestävyysajattelu ja miten?

Millä laajuudella (henkilöstö, alihankkijat, ympäristö, taloudellisuus, sosiaalinen)?

Kuinka hyvin saa tietoa alihankkijoiden vastuullisuudesta?

Onko yrityksen koolla vaikutusta?

Kenen työnkuvaan vastuullisuus kuuluu?

Onko osana tai lisänä suurempaa työnkuva/määrää?

Miten vastuullinen toiminta näkyy työympäristössä, -hyvinvoinnissa ja henkilöstön sisäisessä vuorovaikutuksessa?

Miten vastuullisuustavoitteita on asetettu ja onko kirjattu erikseen ylös?

Miten vastuullisuudesta informoidaan sidosryhmiä?

Onko henkilökunta tietoinen toimintatavoista?

Toimivatko asiakkaat/kävijät vastuullisuudesta annettujen ohjeistusten mukaisesti?

Asiakkaiden hyvä tai huono käyttäytyminen tapahtumassa ja sen ulkopuolella?

Näkyykö tämä kaupunkikuvassa ja miten se voidaan huomioida?

Saadaanko asiakkailta palautetta vastuullisuuteen liittyen, millaista?

Ovatko asiakkaat valmiita maksamaan enemmän?

Kuinka paikallisia asukkaita tiedotetaan ja informoidaan?

Kuinka asukkaita osallistetaan tapahtumiin?

Onko vastuullisuuden huomioiminen tuonut merkittäviä lisäkustannuksia?

Mitä ekologisia tai sosiaalisia hyötyjä vastuullisuus tuo?

Ketkä vastuullisuudesta hyötyvät?

Mitä mieltä kompensatiosta?

Mitkä ovat liiketoiminnan vaikutukset vastuullisuuden kannalta?

Onko vastuullisuusasioille laadittu mittarit?

Näkyykö vastuullisuus yrityksistä ulospäin?

Tuodaanko niitä konkreettisesti esille?

Näkyykö se tapahtumissa?

Millaisia asioita nousee esiin katsottaessa tulevaisuuteen?

Kestävän kehityksen haasteet ja mahdollisuudet tapahtuma-alalla?

Liite 2. Haastattelukutsujen saatekirje

Hyvä XX XX,

Olen neljännen vuoden restonomiopiskelija Tampereen ammattikorkeakoulusta ja tavoitteeni on valmistua vuoden loppuun mennessä. Teen opinnäytetyötä työnimellä **Kestävyysajattelu tapahtumatuotannossa. Vastuullista toimintaa käytännössä**. Tutkimuskysymys on: Mitkä ovat tapahtuma-alan liiketoiminnan vaikutukset vastuullisuuden kannalta? Tutkimuksen tuloksia voidaan hyödyntää pohjana alan organisaatioiden toiminnassa vastuullisuuden korostuessa yhä enemmän. Tutkimus käsittelee kestävyysajattelua ja vastuullisuutta niin organisaation toiminnassa kuin tapahtumien järjestämisessä huomioiden ympäristö-, sosiaalisen ja taloudellisen vastuun sekä sidosryhmät. Tutkimusaiheella on yhä kasvava merkitys tapahtuma-alan kehittämisessä.

Olen erittäin kiinnostunut haastattelemaan teitä ja kuulemaan kokemuksistanne ja/tai ajatuksistanne tapahtuma-alan yritys vastuusta, kestävän kehityksen keinoista ja konkreettisista toimenpiteistä. Haastatteluissa keskustellaan alan mahdollisuuksista ja haasteista sekä tulevaisuuden näkymistä. Tutkimus toteutetaan yksilohaastatteluna, joka kestää noin 45–60 min. Haastattelu voidaan toteuttaa Teams- tai Zoom-etähaastatteluna teille parhaiten sopivana ajankohtana. Haastattelu on luottamuksellinen ja se äänitallennetaan. Haastateltavien henkilöiden nimet anonymisoidaan ja vastauksia käytetään pääosin yhteenvedonomaaisesti. Haastatteluaineistoa tullaan käyttämään ainoastaan kyseisessä opinnäytetyössä.

Ohessa tutkimustiedote ja tutkimuksen tietosuojailmoitus tutustuttavaksenne. Mikäli tutkimukseen osallistuminen sopii teille, lähetän tietoon perustuvan suostumuslomakkeen allekirjoitettavaksi TUNI Sign -sähköisellä allekirjoituspalvelulla.

Löytyisikö seuraavilta viikoilta teille sopivaa n. 45–60 min haastattelu-aikaa?

Vko 41, Ma 9.10. – To 12.10.

Vko 42, Ma 16.10. – To 19.10.

Myös vko 43 on mahdollinen.

Olen teihin yhteydessä lähipäivinä ja tiedustelen mahdollisuutta sopia haastattelun ajankohtaa. Vastaan mielelläni opinnäytetyötä koskeviin kysymyksiinne! Mikäli organisaatiostanne löytyy toinen haastateltava, viestiä saa vapaasti lähettää edelleen.

Ystävällisin yhteistyöterveisin

Paula Jyrälä

TAMK | Palveluliiketoiminta
20RESTO



Kestävyyssajattelu tapahtumatuotannossa. Vastuullista toimintaa käytännössä.

Kyseessä on AMK-opinnäytetyö ja pyydämme Teitä osallistumaan tähän tutkimukseen, jossa tutkitaan mitkä ovat tapahtuma-alan liiketoiminnan vaikutukset vastuullisuuden kannalta? Yhteystietonne olen saanut aiemman yhteistyön kautta tai verkkosivuiltanne.

Perehdyttyänne tähän tiedotteeseen teille järjestetään mahdollisuus esittää kysymyksiä tutkimuksesta, minkä jälkeen teiltä pyydetään suostumus tutkimukseen osallistumisesta.

Tutkimuksen tarkoitus

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on kerätä tietoja ja kokemusta alalta liittyen tapahtuma-alan organisaation ja tapahtumien järjestämisen vastuullisuuteen.

Tutkimuksen kulku

Tutkimukseen sisältyy haastattelut, jotka toteutetaan todennäköisesti etäyhteydellä, käyttäen Zoom tai Teams -kokousta. Haastattelun kesto on 45 minuuttia, kuitenkin enintään 1 tunti.

Tutkimukseen osallistumisesta ei makseta palkkiota.

Millä tavalla tutkimusaineistoa kerätään?

Tutkimukseen osallistuvat haastatellaan.

Tutkimukseen liittyvät hyödyt ja riskit

Tutkimuksen tuloksia voidaan hyödyntää pohjana alan organisaatioiden toiminnassa vastuullisuuden korostuessa yhä enemmän. Tutkimus käsittelee kestäväysajattelua ja vastuullisuutta niin organisaation toiminnassa kuin tapahtumien järjestämisessä huomioiden ympäristö-, sosiaalisen ja taloudellisen vastuun sekä sidosryhmät. Tutkimusaiheella on yhä kasvava merkitys tapahtuma-alan kehittämisessä.

Tutkimuksessa käytettäviin menetelmiin ei liity terveydellisiä, sosiaalisia, taloudellisia tai henkilötietojen käsittelyyn liittyviä riskejä.

Luottamuksellisuus, tietojen käsittely ja säilyttäminen

Teistä kerättyä tietoa käsitellään luottamuksellisesti EU:n tietosuoja-asetuksen ja Suomen tietosuojalain edellyttämällä tavalla. Henkilötiedot kerätään haastateltavilta itseltään ja tallennetaan Tuni Driveen kaksivaiheisella tunnistautumisella suojattuna. Tärkeimmät tiedot löytyvät tietosuojailmoituksesta.

Tutkimusaineistoa ei käytetä muualla.

Henkilöiden yksityisyys/yksityisyydensuoja turvataan tutkimusjulkaisuissa

Opinnäytetyön tekijä säilyttää haastatteluaineistoa opinnäytetyön valmistumiseen asti, jonka jälkeen aineisto tuhotaan.

Vapaaehtoisuus

Tutkimukseen osallistuminen on täysin vapaaehtoista ja voitte peruuttaa osallistumisenne tutkimukseen koska tahansa.

Mahdollinen osallistumisen peruuttaminen ei estä siihen asti kerättyjen tietojen käyttämistä tutkimuksessa edelleen.

Yksityisyys tutkimusjulkaisuissa ja tutkimuksesta tiedottaminen

Haastattelujen yksityisyys turvataan eikä opinnäytetyössä julkaista henkilötietoja. Valmis opinnäytetyö julkaistaan avoimesti Theseus-palvelussa.

Opinnäytetyön tekijän yhteystiedot

Paula Jyrälä

Tampereen ammattikorkeakoulu, Palveluliiketoiminnan tutkinto-ohjelma



Liite 4. Sustainable Business Model Canvas

Sustainable Business Model Canvas



Liite 5. Business Model Canvas

BUSINESS MODEL CANVAS				
KUMPPANIT	YDINTOIMINNOT	ARVOLUPAUS	ASIAKASSUHDE	ASIAKASRYHMÄT
alan yritykset: tekniikka markkinointi ravintola/catering esiintyjät rakenne/lavasteet alan freelancerit	palvelun tuottaminen ajallaan palvelun tuottaminen oikein palvelun tuottaminen luotettavasti yhteistyöverkoston ylläpito	ammattitaitoista palvelua nopeasti saatavilla matala riski luottamuksen arvoinen palvelun monipuolinen hallinta	henkilökohtainen palvelu räätälöity palvelu säännöllinen yhteydenpito	tapahtumatuotannon erikokoiset yritykset kaupungit ja kunnat erilaiset yhdistykset
(tilitoimisto)	RESURSSIT tietojärjestelmät ja ohjelmistot talouden ymmärrys monipuolinen kokemus hyvä maine hyvät verkostot		KANAVAT some verkostoituminen alan tapahtumiin osallistuminen	
KULURAKENNE alihanointikulut ulkopuoliset palvelut henkilöstökulut markkinointikulut rahoituskulut verot	muut kulut	TULOVIRRAT sopimus-/neuvotteluhinta/lisähinta monipuolisten palveluiden myynti palveluiden välitys		