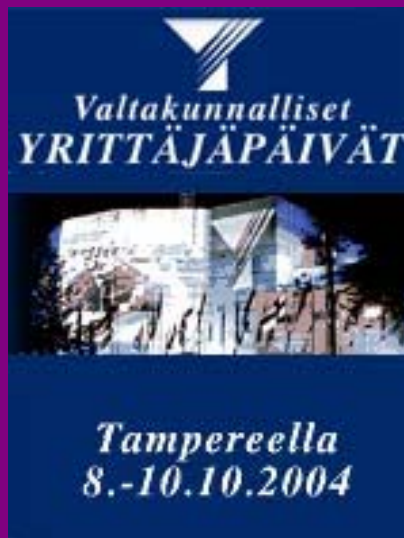




TAMPEREEN
AMMATTIKORKEAKOULU
LIIKETALOUS

TUTKINTOTYÖRAPORTTI

**Valtakunnalliset Yrittäjäpäivät -
kuinka helpottaa järjestäjän urakkaa?**



Noora Bergroth
Laura Nissinen

Liiketalous/ Markkinointi ja Viestintä
huhtikuu 2005
Pietro Albanese



Tekijä(t):	Noora Bergroth ja Laura Nissinen	
Koulutusohjelma(t):	Liiketalous	
Tutkintotyön nimi:	Valtakunnalliset Yrittäjäpäivät - kuinka helpottaa järjestäjän urakkaa?	
Title in English:	National Business Fare - How to ease the organising process?	
Työn valmistumis- kuukausi ja -vuosi:	Huhtikuu 2005	
Työn ohjaaja:	Pietro Albanese	Sivumäärä: 98

TIIVISTELMÄ

Valtakunnalliset Yrittäjäpäivät on suomalaisille yrittäjille suunnattu tapahtuma, joka järjestetään vuosittain. Vastuullisina järjestäjinä Yrittäjäpäivillä toimivat Suomen Yrittäjät ry ja tapahtumapaikkakunnan mukaan vaihtuva paikallinen aluejärjestö. Ongelma Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien järjestämisessä on se, että järjestävä organisaatio vaihtuu vuosittain, jolloin joka vuosi järjestäminen aloitetaan alusta ilman kokemusta edellisistä vuosista.

Työmme tarkoituksena oli kerätä yksiin kansiin ohjeita ja kokemuksia Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien tuleville järjestäjille. Ajatuksena on, että työtämme voidaan täydentää vuosittain kertyneillä uusilla kokemuksilla.

Työssä käydään läpi tapahtuman järjestäminen projektityöskentelyn periaatteiden mukaan. Tapahtuman järjestäminen on jaettu kolmeen vaiheeseen; suunnittelu-, toteutus- ja päättämisvaiheeseen. Nämä kolme vaihetta on edelleen jaettu useampaan alaotsikkoon. Suunnitteluvaiheessa käsitellään mm. projektin ja riskien arviointia, sidosryhmiä ja tapahtuman ohjelmaa. Toteutusvaihe keskittyy projektiryhmään, tiedottamiseen ja markkinointiin. Päättämisvaiheessa kerrotaan toimenpiteistä, joilla tapahtuma saatetaan päätökseen.

Avainsanat	tapahtumajärjestäminen, projektinhallinta, projektityöskentely, viestintä, markkinointi, tiedottaminen
-------------------	--

Esipuhe

Jokaisen tapahtuman järjestäminen on haaste järjestäjälle. Tutkintoyömmme tavoitteena on helpottaa Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien järjestämisprojektiä siten, että joka vuosi vaihtuvan järjestäjän ei tarvitse lähteä tyhjästä aloittaessaan tapahtuman suunnittelun.

Tapahtumajärjestämisestä on yleisellä tasolla kirjoitettu muutamia oppaita suomeksi. Tutkintoyömmme on laadittu nimenomaan Valtakunnallisia Yrittäjäpäiviä ajatellen ja niitä esimerkkinä käyttäen, sillä järjestelyistä ei ole aikaisemmin tehty kirjallista analyysia. Työtämme voi hyödyntää käytännönläheisenä oppaana myös muiden tapahtumien järjestämisessä.

Keräsimme käytännön tietoa ja kokemusta niiden viiden kuukauden ajan, jonka osallistuimme järjestelyprojektiin. Teoriatietoa aloimme etsiä projektin ollessa loppusuoralla. Tutkintoyömmme otsikko, ”Valtakunnalliset Yrittäjäpäivät - kuinka helpottaa järjestäjän urakkaa?”, tarkentui vasta projektin lopussa, kun olimme konkreettisesti kokeneet tapahtuman kaikki järjestelytoimet ja itse tapahtuman.

Uskomme, että työ helpottaa Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien järjestelytoimenpiteitä. Työ on tarkoitus antaa työkaluksi jokaiselle järjestäjälle järjestämisprosessin alussa. Projektin loppuraportointiin liittyen järjestäjien toivotaan lisäävän tähän oppaaseen omia kokemuksiaan ja neuvoja seuraavia järjestäjiä varten. Näin on mahdollisuus jakaa edellisten järjestäjien onnistumiset, ja säästää tulevia järjestäjiä jo koetuilta epäonnistumisilta. Työn neuvoja noudattamalla ja ”Järjestäjän muistiota” päivittämällä helpotetaan konkreettisesti Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien järjestäjän urakkaa.

Kiitämme kaikkia toimeksiantajiamme, Suomen Yrittäjät ry:tä, Pirkanmaan Yrittäjät ry:tä ja Tampereen Kongressi- ja Vientipalvelu TAVI Oy:tä, joiden ansiosta saimme mahdollisuuden kuulua ison tapahtuman kulissemiin ja olla mukana järjestämässä Valtakunnallisia Yrittäjäpäiviä.

Lisäksi kiitämme perheitämme tuesta työmme eri vaiheissa.

Tampereella keväällä 2005

Noora Bergroth

Laura Nissinen

Johdanto

Aloitimme tutkintotyön tekemisen pohtimalla, millaisesta työstä olisi apua seuraaville Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien järjestäjille: kuinka jo olemassa olevaa tietoa ja kokemuksia järjestämisestä voisi hyödyntää? Työn tutkimusongelmaksi määräytyi lopulta, kuinka helpottaa Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien järjestäjän urakkaa tulevaisuudessa.

Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien järjestäjän urakkaan liittyy paljon erilaisia ja eritasoisia tehtäviä ja useita hallittavia tapahtumapaikkoja, sekä yhteistyötä useiden sidosryhmien kanssa. Tapahtuma vaatii onnistuakseen paljon toimijoita ja tehtävien tarkan suunnittelun. Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien järjestämisen kokonaishallinta on siten vaativa ja tarkoin organisoitava tehtäväkokonaisuus. Suomen Yrittäjillä on jonkin verran kokemusta kyseisen yrittäjätaapahtuman järjestämisestä, koska he ovat olleet vuodesta 2000 toinen vastuullinen järjestäjä. Täsmällisempi ja suunnitelmallisempi tiedon jakaminen on kuitenkin tarpeen. Järjestämisestä jo olemassa olevan tiedon levittäminen helpottaa aina seuraavaa järjestäjää.

Tutkintotyössämme on hyödynnetty Kauppalehden vuoden 2004 Yrittäjäpäivistä tekemää tyytyväisyystutkimusta, jonka suunnittelussa olimme itse mukana, sekä Pirkanmaan Yrittäjien Innolink Research Oy:llä teettämää Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien ennakoititutkimusta. Olemme liittäneet työhön kummastakin tutkimuksesta vain kyselylomakkeen, sillä loppuraportit ovat useamman sivun mittaisia.

Kauppalehden tutkimuksen kohderyhmään lukeutuivat kaikki vuoden 2004 Yrittäjäpäivien osallistumisilmoituksessaan sähköpostiosoitteen maininneet. Kysely lähti sähköpostikyselyä 1042 yrittäjälle. Vastauksia saatiin 403:lta vuoden 2004 Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien osallistujalta.

Innolink Research Oy:n tutkimuksen kohderyhmän muodostivat 5072 yrittäjää Pirkanmaalta ja muualta Suomesta. Vastauksia saatiin 531 yrittäjältä: 231 Pirkanmaalta ja 300 muualta Suomesta. Tutkimustulokset perustuvat näihin 531:n vastaukseen. Tutkimus suoritettiin internetkyselyä.

Tutkimustuloksia kummastakin tutkimuksesta hyödynsimme tutkintotyössämme mittaamaan muun muassa missä ohjelmanumeroissa on onnistuttu ja missä on parantamisen varaa. Tutkimusten loppuraporteista on liitetty tutkintotyöhömmö runsaasti kuvioita, jotka havainnollistavat työssä käsittelemiämme asioita ja tukevat tekemiämme johtopäätöksiä.

Tutkimusten ja omien kokemusiemme lisäksi etsimme muuta aineistoa etupäässä tapahtumajärjestämiskirjallisuudesta, mutta myös tapahtumamarkkinoinnin, projektinhallinnan ja projektityöskentelyn lähteistä. Tärkeänä lähteenä tässä työssä on käytetty tekijöiden omaa kokemusta kyseisen tapahtuman järjestämisestä. Kokemuksemme rajoittuivat viiden kuukauden harjoittelujakson ajalle, joten tietoa sitä edeltävistä järjestelytoimenpiteistä keräsimme haastatteleamalla vuoden 2004 Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien järjestämisestä vastuussa olleita Pirkanmaan Yrittäjiä, Suomen Yrittäjiä, sekä Tampereen Kongressi- ja Vientipalvelu TAVI Oy:tä. Tutkintotyömme on siis teoretiedon, haastattelujen, vuoden 2004 Valtakunnallisista Yrittäjäpäivistä tehtyjen tutkimusten ja omien kokemustemme pohjalta syntynyt tuotos.

Sisällysluettelo

Esipuhe	8
Johdanto	9
1 Tapahtumajärjestäminen ja Valtakunnalliset Yrittäjäpäivät	14
1.1 Tapahtumajärjestäminen	14
1.1.1 Tapahtumajärjestämisen kehittyminen	14
1.2 Yrittäjäpäivät: Mitä, kenelle ja miksi?	10
1.2.1 Yrittäjäpäivien tapahtumakonsepti	11
1.3 Vuoden 2004 Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien lähtöasetelma	11
1.3.1 Suomen Yrittäjät ry	11
1.3.2 Pirkanmaan Yrittäjät ry	12
1.3.3 Tampereen Kongressi- ja Vientipalvelu TAVI Oy.....	13
1.4 Valtakunnalliset Yrittäjäpäivät 2004.....	14
2 Suunnitteluvaihe	14
2.1 Tapahtuman suunnittelu	15
2.1.1 Projektin arviointi	16
2.1.2 Projektisuunnitelma	19
2.1.2.1 Yleisömäärä ja näkyvyys.....	21
2.1.2.2 Tapahtuman liikeidean syventäminen	21
2.1.2.3 Projektisuunnitelman päivittäminen	24
2.1.3 Riskien kartoitus, arviointi ja hallinta.....	25
2.1.3.1 Ilmoittautumismenettely riskienhallintakeinona	28
2.1.3.2 Muita riskienhallinnan keinoja	31
2.1.3.3 Riskienhallintaprosessin vaiheet	32
2.1.4 Aikataulu ja resurssisuunnittelu	33
2.2 Sidosryhmät	34
2.2.1 Sponsorit.....	34
Alihankkijat	35
2.2.2 Esiintyjät.....	36
2.3 Tapahtuman ohjelma	38
2.3.1 Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien 2004 ohjelma	38
2.3.1.1 Uudet ohjelmanumerot	40
2.3.1.2 Iltajuhlat.....	43
2.3.2 Seuralaisen ohjelma.....	47
2.3.2.1 Seuralaisen ohjelma Yrittäjäpäivillä 2004.....	48
3 Toteutusvaihe	48
3.1 Projektiryhmä	48
3.1.1 Projektiesimies	50
3.1.2 Työnjako ja vastualueet vuonna 2004	51
3.1.3 Käytännön työskentely	52

3.1.3.1	Kokoukset.....	53
3.1.3.1.1	Kokousryhmät ja kokoustyöskentely vuonna 2004.....	53
3.1.3.1.2	Muistiot.....	55
3.2	<i>Tiedottaminen</i>	55
3.2.1	Sisäinen tiedottaminen.....	56
3.2.1.1	Tiedottaminen projektiryhmässä.....	56
3.2.2	Ulkoisen tiedottaminen.....	57
3.2.2.1	Tiedottaminen sidosryhmille.....	57
3.3	<i>Markkinointi</i>	58
3.3.1	Tapahtuma tuotteena.....	58
3.3.2	Markkinointiviestinnälliset ratkaisut.....	61
3.3.2.1	Segmentointi Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien kohdalla.....	62
3.3.3	Yrittäjäpäivien kilpailijat.....	63
3.3.4	Tapahtuman hinnoittelu ja budjetti.....	64
3.3.5	Markkinointiaikataulu.....	66
3.3.5.1	Markkinoinnin seuranta.....	67
3.3.5.1.1	Valtakunnalliset Yrittäjäpäivät 2004 -ennakointitutkimus.....	68
4	Päätäminen	74
4.1	<i>Palautteen käsittely</i>	74
4.1.1	Palautteesta oppiminen.....	75
4.2	<i>Tapahtuman arviointi</i>	75
4.2.1	Valtakunnalliset Yrittäjäpäivät 2004 -tyytyväisyystutkimus.....	77
4.2.2	Loppuraportit.....	78
5	Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien järjestäjän muistio	80
	Yhteenvedo	82
	Lähteet	83
	Haastattelut	84
	Liitteet	85
	<i>Liite 1: Sähköpostihaastattelun kysymykset Suomen Yrittäjät ry/ järjestöjohtaja Kari Hiltunen</i>	85
	<i>Liite 2: Haastattelun kysymykset Pirkanmaan Yrittäjät ry/ Jari Jokilampi</i>	87
	<i>Liite 3: Haastattelun kysymykset Tampereen Kongressi- ja Vientipalvelu TAVI Oy/ toimitusjohtaja Anja Hakkarainen ja projektikoordinaattori Sari Kamula</i>	88
	<i>Liite 4: Ilmoittautumistilasto / Osanottajaraportti</i>	89
	<i>Liite 5: Valtakunnalliset Yrittäjäpäivät 2004-ennakointitutkimuksen kyselylomake pirkanmaalaisille</i>	93
	<i>Liite 6: Valtakunnalliset Yrittäjäpäivät 2004-ennakointitutkimuksen kyselylomake muu Suomi</i>	95

Liite 7: Valtakunnalliset Yrittäjäpäivät 2004-tyytyväisyystutkimuksen kyselylomake 98

1 Tapahtumajärjestäminen ja Valtakunnalliset Yrittäjäpäivät

1.1 Tapahtumajärjestäminen

Ihmiset ovat kautta aikojen kokoontuneet yhteen. On järjestetty turnajaisia, festivaaleja ja torimyyjäisiä. Nykyisin yhteen kokoonnutaan entistä enemmän: järjestetään Yrittäjäpäivien kaltaisia koulutustilaisuuksia, seminaareja ja kongresseja, sekä virkistystilaisuuksia.

Kokoontumisen taustalla on Maslowin tarvehierarkian mukaan sosiaalisuuden ja yhteenkuuluvuuden tunteen tyydyttäminen, jonka Antikainen ja Sutinen niin ikään luokittelevat tapahtumien järjestämisen taustaksi (Antikainen, Sutinen 1996:1/1.1). Ihmisillä on tarve kokoontua yhteen ja tuntea itsensä tällä tavoin tiettyyn joukkoon kuuluvaksi. Lisäksi tapahtumissa suurimmaksi osaksi on kyse ihmisten tarpeesta edistää hyväksi katsomiaan asioita ja aatteita. (Antikainen, Sutinen 1996:3/1.1.) Harvemmin osallistutaan tilaisuuksiin, joiden perusaatteiden kanssa oma arvomaailma ei kohtaa ja joissa tuntee itsensä ulkopuoliseksi kokoontuvasta joukosta.

1.1.1 Tapahtumajärjestämisen kehittyminen

Tapahtumat ja niiden järjestäminen on kehittynyt ajan myötä muun muassa tekniikan, erilaisten tarpeiden lisääntyneisyyden ja elintason kohoamisenkin myötä. Nykytekniikka helpottaa ja kehittää järjestelyprojektia, mutta on muistettava, että projekti tarvitsee kuitenkin aina toimijoita. Tapahtuman peruskaava on kutakuinkin säilynyt samanlaisena. Suurimman muutoksen on kokenut tapahtumien sisältö.

Vastapainoksi elintason kohoamisen myötä vaatimukset tapahtumien laatua ja sisältöä kohtaan ovat lisääntyneet. (Antikainen, Sutinen 1996:2/1.1.) Kun kyseessä on valtakunnanlaajuinen tapahtuma, ovat ihmisten odotuksetkin järjestämisen suhteen korkealla.

Siihen, ovatko osallistujat tyytyväisiä järjestettyyn tapahtumaan, vaikuttaa tapahtumasta luodun mielikuvan ja kokemusten kohtaaminen. Mielikuvaa Valtakunnallisista Yrittäjäpäivistä on muokannut aikaisempien vuosien Yrittäjäpäivien onnistuneisuus markkinoinnin ja viestinnän ohella.

1.2 Yrittäjpäivät: Mitä, kenelle ja miksi?

Tapahtuman liikeidea koostuu siitä, mitä järjestetään, kenelle järjestetään ja miten järjestetään (Antikainen, Sutinen 1996:4/1.21). Valtakunnalliset Yrittäjpäivät on yrittäjille suunnattu tapahtuma, joka järjestetään vuosittain. Suurin osa osallistujista on yrittäjiä, tai ainakin kiinteästi yhteydessä yrittäjyyteen. Tapahtumaan voi kuitenkin osallistua kuka tahansa, riippumatta siitä onko yrittäjä vai ei.

Yrittäjpäivien historia liittyy valtakunnallisen yrittäjjärjestön vuosittain järjestämään Yritteliäisyyden viikkoon, jonka päätteeksi järjestettiin pääjuhla. Tämä pääjuhla on ajan myötä muovautunut Valtakunnallisiksi Yrittäjpäiviksi. Alun perin tapahtuman tavoitteena oli tuoda suurelle yleisölle tiedoksi yksityisen yritystoiminnan merkitys suomalaiselle yhteiskunnalle. Ensimmäiset nykyisessä muodossa pidettävät Yrittäjpäivät järjestettiin Tampereella vuonna 1968. Järjestäjinä olivat valtakunnallinen Yrittäjjärjestö ja Pirkanmaan aluejärjestö (Hiltunen 8.3.2005, haastattelu).

Suomen Yrittäjien järjestöjohtaja Kari Hiltunen kertoo, että nykypäivänä Yrittäjpäivien tavoite on kerätä vuosittain yhteen merkittävä määrä yrittäjiä, sekä tehdä mahdolliseksi sosiaalinen yhdessäolo. Yrittäjpäivien yhteydessä järjestään aina Suomen yrittäjien liittokokous ja jaetaan valtakunnalliset Yrittäjpalkinnot. Näiden kahden tapahtuman avulla Yrittäjpäiville saadaan myös valtakunnallista julkisuutta. Taloudellisia tavoitteita keskusjärjestön, eli Suomen Yrittäjien, osalta ei ole erikseen määritelty muuten kuin että tappiota ei saa tulla. Aluejärjestön osalta tapahtumalle on myös pieni taloudellinen tavoite, jonka tarkoituksena on parantaa aluejärjestön taloutta. Toisena tavoitteena on saada järjestölle maakunnallista näkyvyyttä (Hiltunen 8.3.2005, haastattelu).

Yrittäjpäivien merkitys yksilölle vaihtelee osallistujan omien tarpeiden mukaan. Joillekin Yrittäjpäivät on nykyisten tai potentiaalisten liikekumppaneiden kohtaamispaikka, toisille virkistäytymisviikonloppu tai pelkkä kouluttautumistapahtuma. Yrittäjillä on erilaisia syitä osallistua Yrittäjpäiville, sekä erilaisia odotuksia ja tavoitteita päivien kululle.

1.2.1 Yrittäjöpäivien tapahtumakonsepti

Tapahtuma muuttuu ajan mittaan, vaikka taustalla olisikin sama perusidea ja nimi. Parhaassa tapauksessa toistuvalla tapahtumalla muodostuu tapahtumakonsepti, jolloin tapahtumat ideoidaan, suunnitellaan ja toteutetaan tapahtumakonseptin mukaisesti vuosittain. Tällöin joka tapahtuma on erilainen, mutta saman konseptin mukainen (Häyrinen, Vallo 2003:80).

Valtakunnallisten Yrittäjöpäivien tapahtumapaikkakunta vaihtelee vuosittain. Yrittäjöpäivät järjestetään vuoronperään niissä Suomen kaupungeissa, joissa on majoituskapasiteettia noin 2000 osallistujalle. Yrittäjöpäivät on aina Suomen Yrittäjien ja vuosittain vaihtuvan aluejärjestön yhteistyön tulos.

Valtakunnallisilla Yrittäjöpäivillä ei ole ollut varsinaisesti tapahtumakonseptia. Kuten edellä on todettu, Yrittäjöpäivät toteutetaan joka vuosi eri paikkakunnalla yhteistyössä Suomen Yrittäjien kanssa. Osa aikaisemmista kokemuksista on siten vuosittain Suomen Yrittäjien kautta järjestämisessä mukana, mutta siitä puuttuvat joka vuosi toistuvat, valmiit toimintatavat ja järjestelmällinen suunnittelu- ja toteutus.

1.3 Vuoden 2004 Valtakunnallisten Yrittäjöpäivien lähtöasetelma

Valtakunnallisia Yrittäjöpäiviä Tampereella vuonna 2004 olivat toteuttamassa Suomen Yrittäjien ja Pirkanmaan Yrittäjien lisäksi Tampereen Kongressi- ja Vientipalvelu TAVI Oy (jatkossa TAVI). TAVI valittiin hoitamaan yhteistyössä Pirkanmaan Yrittäjien kanssa tapahtuman käytännönjärjestelyjä, sekä osallistujien majoitusjärjestelyt ja rahaliikenne saapuvien maksujen osalta.

1.3.1 Suomen Yrittäjät ry

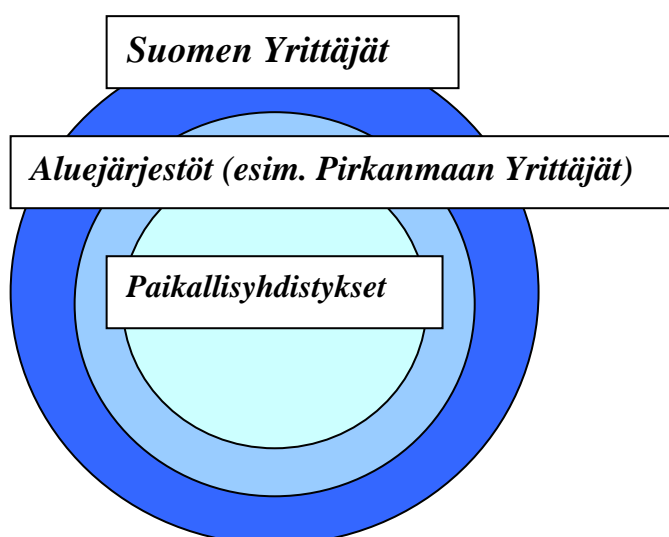
Suomen Yrittäjät on ollut järjestämässä Valtakunnallisia Yrittäjöpäiviä vuodesta 2000 lähtien. Vuoden 2004 Yrittäjöpäivät olivat siis viidennet Yrittäjöpäivät, joissa Suomen Yrittäjät ry on toisena vastuullisena järjestäjänä. Suomen Yrittäjien asema Valtakunnallisten Yrittäjöpäivien järjestämisessä on lähinnä valvoa järjestelyprosessia.

Vuoden 2004 Valtakunnallisten Yrittäjöpäivien johtoryhmään kuuluivat Suomen Yrittäjistä järjestöjohtaja Kari Hiltunen, tiedotuspäällikkö Raija-Liisa Konkola ja kehityspäällikkö Kari Björklöv,

Pirkanmaan Yrittäjistä puheenjohtaja Kari Kantalainen, toimitusjohtaja Jari Jokilampi ja TAVI:sta toimitusjohtaja Anja Hakkarainen. Johtoryhmä teki Yrittäjäpäiviä koskevat suuremmat linjaukset ja päätökset.

1.3.2 Pirkanmaan Yrittäjät ry

Pirkanmaan Yrittäjät on Pirkanmaalla toimiva yrittäjien edunvalvontajärjestö, joka auttaa jäseniään yritys-elämään liittyvissä asioissa ja järjestää heille yrittäjän raskaan työn vastapainoksi muun muassa erilaisia virkistystilaisuuksia. Pirkanmaan Yrittäjät on Suomen Yrittäjien suurin aluejärjestö. Jäseniä on yli 7000.



Kuvio 1 Yrittäjäjärjestörakenne ja -suhteet
(Pirkanmaan Yrittäjät...2005)

Yrittäjät kuuluvat yrittäjäjärjestön jäsenenä paikallisyhdistykseen. Paikallisyhdistykset ovat aluejärjestön jäseniä ja aluejärjestöt Suomen Yrittäjien jäseniä. (Pirkanmaan Yrittäjät...2005)

Yrittäjäpäivät järjestettiin Tampereella, koska Pirkanmaan Yrittäjät oli vuonna 2001 hakenut ja saanut Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien järjestelyoikeuden Suomen Yrittäjiltä. Pirkanmaan Yrittäjillä on kattava tuntemus Pirkanmaalla toimivista yrityksistä ja yrittäjistä, sekä pitkä kokemus yrittäjille suunnattujen tilaisuuksien järjestämisestä.

Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien järjestelyissä Pirkanmaan Yrittäjistä oli mukana toimitusjohtaja Jari Jokilampi, toimistosiihteri Pia Peltonen, järjestösihteri Sari Järvelin, yhteyspäällikkö Juha Raitti-

la, projektipäällikkö Pertti Rantamäki, sekä Heidi Salonen, Tapani Kaskela, Kaj Heiniö ja Laura Nissinen.

1.3.3 Tampereen Kongressi- ja Vientipalvelu TAVI Oy

Tampereen Kongressi- ja Vientipalvelu TAVI Oy on erikoistunut tilaisuuksien järjestämiseen. TAVI hoitaa kongressien, ja asiakas- ja koulutustilaisuuksien käytännön järjestelyt kokonaan, tai erikseen sovittavat osa-alueet sopimuksen mukaisesti. Myös messukonsultointi ja kansainvälistymispalvelut ovat osa TAVI:n toimintaa.

TAVI tarjoaa asiakkailleen muun muassa seuraavanlaisia palveluja:

Kokous- ja kongressipalvelut

- osallistuminen ohjelman suunnitteluun ja budjetointiin
- tilavaraukset, majoitus- ja kuljetusjärjestelyt
- painotuotteet
- oheisohjelmien suunnittelu ja toteutus
- markkinointi ja tiedottaminen
- ilmoittautumiset, rekisteröinti ja rahaliikenne sekä osallistumisvahvistukset
- yhteydenpito osallistujiin
- näyttelyn markkinointi ja käytännön järjestelyt
- yhteydenpito kokouspaikkaan
- kongressitoimisto kokouspaikalla
- palaute, yhteenveto ja loppuraportti

Asiakas- ja koulutustilaisuudet

- ohjelman ideointi ja suunnittelu
- vaihtoehdot, tarjouspyynnöt, varaukset ja vahvistukset
- ilmoittautumiset ja rahaliikenne, sekä järjestelyjen sujuvuuden valvonta

Kansainvälistymispalvelut

- suomalaisten yritysten kontaktit Pohjoismaihin ja Keski-Eurooppaan, ja ulkomaisten yritysten kontaktit Suomeen
- messukoulutus ja -konsultointi, messuedustukset
- yhteydet YK-järjestöihin

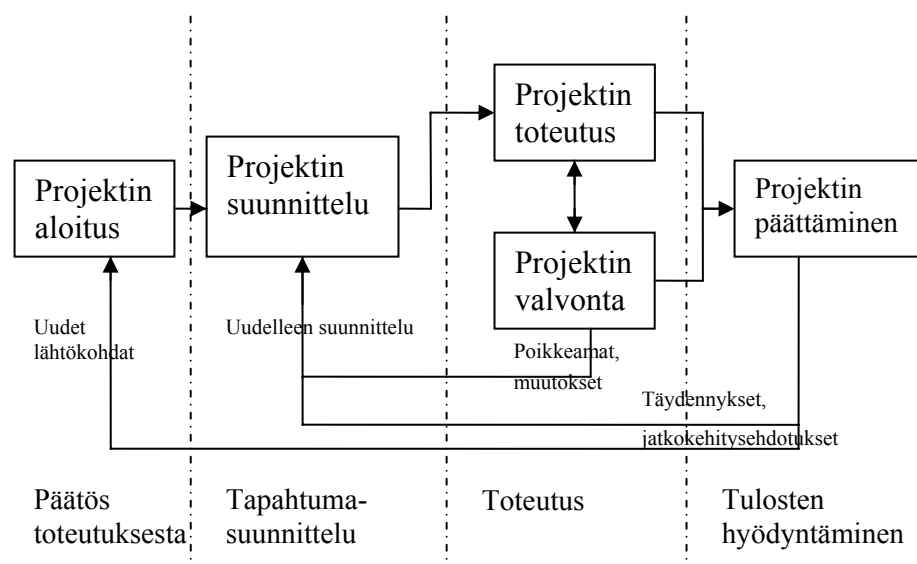
TAVI:n henkilöstöön kuului neljä henkilöä, toimitusjohtaja Anja Hakkarainen, projektikoordinaattorit Heidi Hovi ja Sari Kamula, sekä projektisihteeri Teresa Saari. Vuoden 2004 Valtakunnallisten Yrittäjöpäivien valmistelujen ajan TAVI:ssa työskenteli myös Noora Bergroth, joka avusti Sari Kamulaa ja Anja Hakkarasta Yrittäjöpäivien järjestelytehtävissä.

1.4 Valtakunnalliset Yrittäjäpäivät 2004

Vuoden 2004 Valtakunnalliset Yrittäjäpäivät järjestettiin Pirkanmaalla, Tampereella, 8.-10.10.2004. Järjestävänä aluejärjestönä toimi Pirkanmaan Yrittäjät ry, toisena vastuullisena järjestäjänä Suomen Yrittäjät, ja kongressitoimistona Tampereen Kongressi- ja vientipalvelu TAVI Oy. Pääasiallisena tapahtumapaikkana toimi Tampere-talo. Iltatilaisuudet järjestettiin Museokeskus Vapriikissa ja MetroAuto Areenalla. Yrittäjäpäivien aikana järjestettiin myös tutustumisretkiä Pirkanmaan lähikuntiin: Valkeakoskelle, Kangasalle, Hämeenkyröön, Lempäälään, Pirkkalaan, Ylöjärvelle, Nokialle ja Vammalaan.

2 Suunnitteluvaihe

Suurten tapahtumien suunnittelu on tärkeää aloittaa tarpeeksi aikaisin, sillä mitä suurempi on tapahtuma, sitä enemmän on tekemistä. Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien järjestämisessä on paljon liikkuvia osia, joka johtuu suurimmaksi osaksi moninaisesta ohjelma-tarjonnasta ja runsaasta osallistujamäärästä. Suuren ihmismassan ohjailu ja liikuttaminen sekä aikataulujen yhteensovittaminen on haasteellinen tehtävä ja vaatii huolellista suunnittelua.



Kuvio 2 *Projektityön toteutusmalli (Antikainen, Sutinen 1996: 28/1.3.)*

Edellisellä sivulla oleva kuvio esittää projektityön toteutusmallia, joka samalla kuvaa hyvin tutkintotyömme rakennetta ja päämää-

rää. Projekti aloitetaan suunnittelulla. Huolellisen suunnittelun jälkeen siirrytään projektin toteutukseen. Projektin toteutusta valvotaan, ja kun poikkeamia tai muutoksia ilmenee, projektin toteuttamista suunnitellaan uudelleen. Projektin päättäminen saattaa johtaa uusiin projekteihin ja niiden suunnitteluun täydennys- ja jatkokehitysehdotusten myötä, joita voi ilmetä päättämävaiheessa, kun projektin tuloksia mietitään ja hyödynnetään. Koko projektisykli alkaa käytännössä huolellisella suunnitteluvaiheella.

2.1 Tapahtuman suunnittelu

Usein tehdään se virhe, että tekninen sihteeri tai kongressipalvelu-toimisto palkataan liian myöhään, vasta viimeiseen vaiheeseen noin vuosi ennen tapahtumaa, jolloin heille ei jää tarpeeksi aikaa perehtyä asiaan ennen varsinaisen ilmoittautumismenettelyn alkua (Aarrejärvi 1994:35). Kongressitoimisto hoitaa ilmoittautumismenettelyn ohella yleensä myös muita käytännön toimia, joten sen palkkaaminen tulisi hoitaa ajoissa.

Vuoden 2004 Yrittäjäpäivien projektiesimiehen, Pirkanmaan Yrittäjien toimitusjohtajan Jari Jokilammen, mielestä he palkkasivat kongressitoimiston juuri oikeaan aikaan, eli lähes puolitoista vuotta ennen itse tapahtumaa (Jokilampi 22.2.2005, haastattelu). TAVI:n toimitusjohtaja Anja Hakkarainen oli kuitenkin sitä mieltä, että kongressitoimiston olisi voinut palkata jo hieman aikaisemmin, jotta kaikkiin valmisteleviin tehtäviin olisi ollut riittävästi aikaa. Käytännön työskentely aloitettiin elokuussa 2003, kun Pirkanmaan Yrittäjien toimitusjohtaja Jari Jokilampi ja TAVI:n toimitusjohtaja Anja Hakkarainen istuivat ensimmäistä kertaa saman pöydän ääreen. Suunnittelu aloitettiin ohjelmasta, jonka määrään ja laatuun haluttiin erityisesti kyseisenä vuotena panostaa. Hakkaraisen mielestä käytännön järjestelyt, eli lähinnä projektiryhmän tapaamiset, olisi ollut hyvä aloittaa pienessä, tiiviissä ryhmässä samaan aikaan, noin vuotta ennen tapahtumaa, jotta asioita olisi ehditty ideoimaan enemmän ja pohtimaan tarpeeksi eri kannoilta (Hakkarainen 2.3.2005, haastattelu).

Tapahtuman järjestämisessä on erittäin paljon huomioon otettavaa ja harvoin yleisö pystyy edes kuvittelemaan kuinka suuren työn ja pitkän ajan tapahtuman valmistelu on vienyt. Tapahtuman järjestämiseen sisältyy myös paljon erilaisia tehtäviä, joten järjestelyprosessissa on hyvä olla mukana eri alojen osaajia. Kauhanen ja muut suosittelvatkin tapahtuman järjestämisprosessin noudattavan projektityöskentelyn periaatteita suunnittelusta lähtien (Kauhanen, Juurakko, Kauhanen 2002:23).

Projektityöskentelyn periaatteisiin kuuluu käsitys, että projekti on selkeästi asetettuihin tavoitteisiin pyrkivä ja ajallisesti rajattu kerta-luonteinen tehtäväkokonaisuus, jonka toteuttamisesta vastaa varta vasten perustettu, johtosuhteiltaan selkeä organisaatio, jolla on käytettävissään selkeästi määritellyt resurssit ja panokset (Silfverberg, 1996:11). Työssämme lähdemme siitä ajatuksesta, että Yrittäjöpäiväkin pitäisi jatkossa toteuttaa vielä selkeämmin projektityöskentelyn periaatteiden mukaan.

2.1.1 Projektin arviointi

Projektin alustavan valinnan pitäisi perustua selkeästi arvioituun vaihtoehtoon (Kauhanen, Juurakko, Kauhanen 2002:27). SWOT-analyysi on arviointiin usein tarkoituksenmukainen työkalu. SWOT-analyysissä punnitaan organisaation vahvuuksia ja heikkouksia, sekä ympäristön uhkia ja mahdollisuuksia harkittavana olevan projektin suhteen. Sen avulla on helpompi hyväksyä tai hylätä kyseessä oleva projekti.

Yrittäjöpäivien kohdalla hylkäämisuhan alla ei ole itse projekti, vaan isännyyttä hakevat aluejärjestöt. Isäntäpaikkakunnan valinnan tulee olla tarkoin harkittu. On punnittava muun muassa paikkakunnan majoituskapasiteetin riittävyyttä ja muita resursseja järjestää maanlaajuinen tapahtuma. Jokaisen Yrittäjöpäivien isännyyttä hakevan aluejärjestön olisi tarpeellista tehdä SWOT-analyysi, jonka avulla kartoitetaan, riittävätkö rahkeet valtakunnanlaajuisen tapahtuman järjestämiseen.

On hyvin loogista, että toimintaa rakennetaan vahvuuksien varaan ja että niitä osa-alueita kehitetään, joissa havaitaan kehitystarpeita, tai ne jätetään täysin yrityksen toiminnasta ulkopuolelle (Bangs Jr 2002:89). Tämä kuitenkin edellyttää, että heikkoudet ja vahvuudet on tunnistettu. Mahdollisuuksista ei pääse hyötymään, eikä heikkouksia kehittämään, ellei niistä ole tietoinen. Heikkouden tunnistaminen onkin puolet ongelmanratkaisua, puolet kehityssuunnitelmaa. (Bangs Jr 2002:96).

Taulukko 1 SWOT-analyysi Yrittäjäpäivistä 2004

	Vahvuudet	Heikkoudet
<i>Sisäiset tekijät</i>	<ul style="list-style-type: none"> + järjestämispaikkakunta (nähtävyydet, maine, sijainti) + runsas hotellimajoituskapasiteetti keskustassa + runsas ja laadukas alihankkijaverkosto + sponsoreiden panostus 	<ul style="list-style-type: none"> - tiedonkulku - kahden vastuullisen järjestäjän ongelma
	Mahdollisuudet	Uhat
<i>Ulkoiset tekijät</i>	<ul style="list-style-type: none"> + suurimmat, näyttävimmät ja runsas ohjelmanumeroisimmat Yrittäjäpäivät 	<ul style="list-style-type: none"> - kävijöiden korkeat ennako-odotukset - monta liikkuvaa osaa järjestämisessä - järjestelyorganisaation osan pettäminen

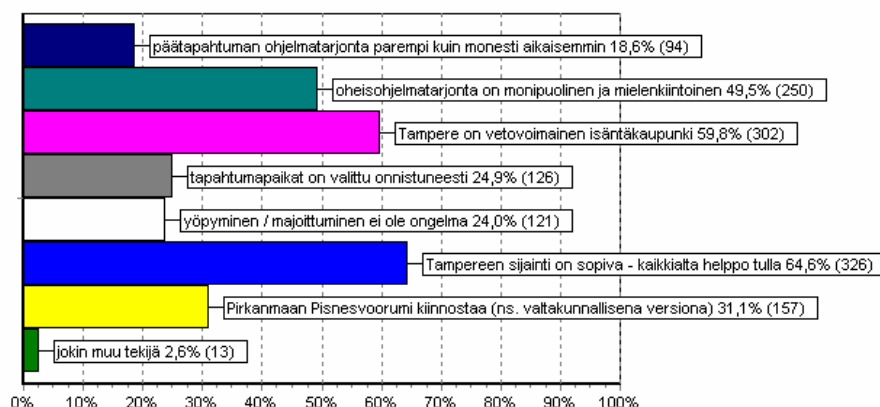
Vahvuudet

Organisaation vahvuuksiksi voidaan lukea muun muassa tuote, ammattitaitoinen henkilöstö, kehittynyt teknologia tai hyvä/läheinen sijainti (Bangs Jr 2002:97). Vuoden 2004 Yrittäjäpäivien vahvuuksia oli ehdottomasti hyvä ja läheinen sijainti järjestämispaikkakuntana toimineen Tampereen johdosta. Tampere on tasokas kokouskaupunki monine erilaisine kokous- ja kokoontumistilavaihtoehtoineen.

Tampere on myös kaunis kaupunki, ja se tarjoaa ympäristökuntineen runsaasti nähtävyyksiä ja useita mahdollisuuksia vapaa-ajan viettoon ja on siten kiinnostava kohde myös Yrittäjäpäiville osallistuvien yrittäjien seuralaisille. Moni Yrittäjäpäiville vuonna 2004 osallistunut tekikin osallistumispäätöksensä sijainnin perusteella. Usea osallistuja kertoi muun muassa halunneensa nähdä Tampere-talon ja Tampereen historiallisia paikkoja sekä ympäristökuntia ja tehdä ostoksia kauniissa vanhan ajan rakennuksien täyttämässä keskustassa. Tampereen vetovoimaisuudesta ja roolista osallistumispäätökseen kertoo myös Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien 2004 ennakkointitutkimus (ks. Kuvio 3 s.18).

Vuoden 2004 Yrittäjäpäiville osallistuttiin myös Tampereen maantieteellisen sijainnin ansiosta. Tampereelle on helppo tulla ympäri Suomea sen keskeisen sijainnin ansiosta ja kaikki tietävät, missä Tampere sijaitsee. Ihmisten tietoisuus Tampereen sijainnista säästi

myös mainonnan kustannuksia, koska sijaintia ei tarvinnut erikseen markkinoida (Bangs Jr 2002:84).



Kuvio 3 Valitse kolme menestystekijää, joiden koet olevan tämän vuoden tapahtuman vahvuuksia (Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien 2004 ennakoititutkimuksen raportti, Innolink Research Oy)

Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien 2004 ennakoititutkimukseen vastanneista 64,6 % on vastannut vuoden 2004 Yrittäjäpäivien yhdeksi kolmesta menestystekijästä ja vahvuudesta Tampereen sijainnin. Toiseksi suosituimpana menestystekijänä on mainittu Tampereen vetovoimaisuus isäntäkaupunkina (59,8 % vastaajista) ja kolmanneksi oheisohjelman monipuolisuus ja kiinnostavuus (49,5 % vastaajista). Innolink Research Oy:n tekemästä ennakoititutkimuksesta kerrotaan enemmän kappaleessa 3.3.5.1.1. ”Valtakunnalliset Yrittäjäpäivät 2004 -ennakoititutkimus”.

Mahdollisuudet

Yrittäjäpäivien järjestäjälle voi olla tarjolla lukemattomia mahdollisuuksia, mutta useimpia on mahdotonta kontrolloida, koska ne ovat yleensä niin usean tekijän yhteensattumaa. Usein mahdollisuuksien kontrolloinnin estää niiden taipumus olla vain väliaikaisia tai muuten lyhytkestoisia (Bangs Jr 2002:98). Tästä syystä järjestäjien täytyy tarkkaan seurata ajankohtaisia asioita, jotta kaikki mahdollisuudet onnistutaan hyödyntämään.

Pirkanmaan Yrittäjät olivat seuranneet aikaisempien vuosien ohjelmatarjontaa ja olleet siihen tyytymättömiä. He halusivat korjata tilanteen omilla Yrittäjäpäivillään. Vuoden 2004 Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien isännöimisen myötä Pirkanmaan Yrittäjille avautui mahdollisuus järjestää tapahtumaan aikaisempia Yrittäjäpäiviä runsaammin ohjelmaa.

Mahdollisuudet onnistuneeseen tapahtumaan saattavat syntyä myös vasta itse Yrittäjäpäivillä jonkin tekijän aiheuttamina. Tren-

ditapahtumia kuten trendituotteitakin voi luoda aikaa, ihmisten käyttäytymistä ja kulutustottumuksia seuraamalla ja ennustamalla. Sitä, ottavatko yrittäjät joka vuosi erilaisen ja järjestäjän mukaan omaleimaisen Yrittäjöpäivä-juhlan omakseen, ei voi kuitenkaan tietää etukäteen. Ei voida tietää, pitääkö Yrittäjöpäiville osallistuja Yrittäjöpäiviä joka vuosi juuri itselleen suunnattuna tapahtumana, mutta ennustuksia ja yleistyksiä voidaan tehdä aikaisempien vuosien kokemuksella.

2.1.2 Projektisuunnitelma

Projektisuunnitelma on olennaisen tärkeä asia koko projektin onnistumisen suhteen. Siihen kiteytetään kaikki olennainen aikataulusta ja budjetista vastuiden jakamiseen asti. Toisin sanoen kaikki tehdyt suunnitelmat yhdistetään projektisuunnitelmaksi. (Salonen 1992:21). Projektin suunnittelun tulisi lähteä projektisuunnitelman laatimisesta.

Valtakunnallisten Yrittäjöpäivien projektisuunnitelma on tärkeä laatia huolellisesti, sillä tapahtuman järjestäminen sisältää paljon toimintaa ja muistettavia yksityiskohtia. Kirjallisesta muodosta asiat on helppo tarkistaa tarpeen vaatiessa.

”Projektisuunnitelma on väline kuvaamaan ulkopuoliselle, mistä on kysymys.” (Antikainen, Sutinen 1996:3/1.21). Se on siis selkeä kuvaus, millaisesta tapahtumasta on kyse ja kuinka aiotaan toimia. Siihen tulisi kirjata ainakin mitä tehdään, miksi tehdään, kuka tekee, kuinka tehdään, kenen kanssa toimitaan ja milloin tehdään (Salonen 1992:33).

Projektisuunnitelman sisältö voi olla esimerkiksi seuraavanlainen (Kauhanen, Juurakko, Kauhanen 2002: 28-29):

1. Johdanto ja tausta
2. Projektina olevan yleisötapahtuman tavoitteet
3. Projektiorganisaatio
4. Toteutussuunnitelma
 - toteutusvaiheet
 - aikataulu
 - tehtäväluettelo
 - henkilöstösuunnitelma
 - riskien kartoitus, arviointi ja hallinta
5. Talous ja päätöksenteko
 - tapahtuman talousarvio, sponsorointi
 - kustannusten hyväksymismenettely
 - kustannusseuranta
6. Ohjaussuunnitelma
 - kokoussuunnitelma

- tiedottaminen
- ohjaus ja raportointi
- laadunvarmistus

7. Päätäminen ja arviointi

Seuraavassa on esitelty lyhyesti Vuoden 2004 Yrittäjäpäivien projektisuunnitelman sisältö:

- Markkinointiviestintä
- Koulutusohjelma
- Ohjelmat
- Kokousjärjestelyt ja kokoustoimisto
- Kuljetukset
- Yhteistyökumppanit
- Kongressinäyttely
- Kokousorganisaatio
- Ohjelman aikataulu ja rakenne

Vuoden 2004 Yrittäjäpäivien projektisuunnitelmassa on kirjattu järjesteltävät asiat pääpiirteittäin. Sitä on täydennetty ja täsmennetty varsinkin alkuvaiheessa suunnittelun edetessä. Vuoden 2004 projektisuunnitelmaa tarkempi suunnitelmien paperille kirjaaminen on Yrittäjäpäivien laajuuden huomioon ottaen tarpeen, jotta olisi helppo tarkistaa, kuten jo edelläkin on mainittu, mitä on sovittu hoidettavaksi ja miten. Tarkka yksityiskohtainen asioiden kirjaaminen on ainakin alussa mahdotonta, mutta pienemmät hoidettavat asiat kirjataankin kokousmuistioihin. Projektisuunnitelmasta tulisi ennen kaikkea käydä selkeästi selville jokaisen vastuut ja se, mitä projektiorganisaation keskuudessa on sovittu.

Projektisuunnitelman laatijat

Projektisuunnitelman laadinnassa projektia järjestävien tahojen ajatuksia tarkastetaan ja liikeidea yhdenmukaistetaan. (Antikainen, Sutinen 1996:3/1.21). Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien projektisuunnitelma tulisi laatia aina järjestävien tahojen yhteistyönä, sillä kuten edellä on mainittu, sitä laatiessa tarkastetaan, että kaikilla on samanlainen käsitys tapahtuman järjestämisestä.

Koska viime vuosina Yrittäjäpäiviä on ollut järjestämässä kaksi vastuullista järjestäjää, on projektisuunnitelman tekeminen entistä tärkeämpää, jotta näkemykset ja suunnitelmat saadaan yhteneväisiksi. Projektisuunnitelmaan voidaan kirjata kummankin järjestäjän vastuualueet, mikä helpottaa myös yhteistyössä toimivien tahojen toimintaa. TAVI:n henkilökunta mainitsi (Hakkarainen, Kamula 2.3.2005, haastattelu), että välillä järjestäjien vastuista oli epäselvyyksiä ja se hankaloitti myös kongressitoimiston työtä.

2.1.2.1 Yleisömäärä ja näkyvyys

Yleisömäärän ja näkyvyytavoitteiden asettaminen on vaikeaa, mutta niiden asettaminen on etenkin budjetoinnin kannalta tärkeää. Vuoden 2004 Yrittäjäpäivien kävijätavoite oli 2000 vierasta. Kävijätavoite saavutettiin, mutta markkinointibudjetti kaksinkertaistui, sillä se oli asetettu aikaisempien vuosien Yrittäjäpäiväbudjetin perusteella. Ei otettu riittävässä määrin huomioon, että kävijätavoite on vuonna 2004 suurempi, jolloin markkinointiinkin jouduttiin panostamaan enemmän.

Yleisötapahtumalla tulee olla näkyvyyttä, se on markkinoinnin kannalta yksi tärkeimmistä tavoitteista. Projektin loppuraportissa on hyvä eritellä, millä toimilla on saavutettu minkinlaista näkyvyyttä. Se helpottaa tiedotuksen ja markkinoinnin kohdentamista paremmin seuraavissa projekteissa, toteavat Kauhanen ja muut (Kauhanen, Juurakko, Kauhanen 2002: 46-47).

Vuoden 2004 näkyvyys saavutettiin etupäässä jo aiemmin mainituilla runsailla markkinointitoimenpiteillä, kuten erillisen Yrittäjäpäivä-mainoslehden välityksellä ja ilmoittelulla sanomalehdissä tasisin väliajoin: Yrittäjäpäivistä painettiin 500 000 kpl mainoslehteä, joita jaettiin Pirkanmaan Yrittäjä – lehden, Suomen Yrittäjien Yrittäjäsanomien, Kauppalehden ja Aamulehden välissä, sekä yhteistyökumppaneiden toimipisteissä kautta maan. Mediajulkisuusseuranta ei vuonna 2004 tehty, mutta tiedotustilaisuudessa oli enätysmäärä median edustajia, joka osoitti, että mainonta oli purrut ja näkyvyyttä oli saavutettu.

2.1.2.2 Tapahtuman liikeidean syventäminen

Kun projektisuunnitelma on ensin laadittu huolellisesti yhteistyössä järjestäjien kesken, myös tapahtuman liikeidean syventäminen on välttämätöntä. Projektisuunnitelman laatiminen kuuluu olennaisesti liikeidean syventämiseen. Projektisuunnitelma täsmentää sovitut asiat.

Liikeidean syventämisen prosessimalli

Liikeidean syventämiseen voidaan käyttää projektisuunnitelman ohella ”Liikeidean syventämisen prosessimallia” (Antikainen, Sutinen 1996:7/1.2). Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien kohdalla liikeidean syventäminen on joka vuosi uusi asia, vaikka tapahtuman kaava ja mahdolliset toimintatavat olisivatkin samat, sillä tapahtumapaikka ja toinen järjestäjä on kuitenkin aina eri, paikkakunnan perusteella määräytyvä aluejärjestö. Jokainen järjestävä paikkakunta/aluejärjestö haluaa painottaa ”omilla Yrittäjäpäivillään” eri asi-

oita, ja heillä on myös oma käsityksensä ja omat toimintatapansa projektin toteuttamisesta.

Taulukko 2 Liikeidean syventämisen prosessimalli (Antikainen, Sutinen 1996:7/1.2)

Liikeidean syventämisen prosessimalli:

1. *Tapahtuman markkina-alueen määrittely*
2. *Potentiaalisten kävijöiden jako ryhmiin*
3. *Kävijäryhmien odotusten määrittäminen*
4. *Kilpailevien tapahtumien arviointi*
5. *Tapahtuman vahvuudet ja heikkoudet*
6. *Tapahtuman kuvailu etukäteen*

Tapahtuman markkina-alueen määrittely (1.) on perusasia, jolla kartoitetaan, kuinka suuri ja maantieteellisesti laajalle levittänyt tapahtumasta tulee ja miltä maantieteelliseltä alueelta on mahdollista löytää tapahtumakävijöitä. Yrittäjäpäivät on valtakunnanlaajuinen tapahtuma, joten tapahtumakävijöitä on koko Suomesta.

Potentiaaliset kävijät jaetaan ryhmiin (2.) iän, asuinpaikan tai sukupuolen mukaan, jotta esimerkiksi markkinointia voidaan kohdentaa heille tehokkaasti kunkin tarpeet mahdollisimman hyvin huomioon ottaen. Myös järjestelyjen suunnittelua auttaa kävijöiden jako ryhmiin. Vuonna 2004 Yrittäjäpäivien kävijät jaoteltiin pirkanmaalaisiin ja muualta Suomesta tullessiin. Muualta Suomesta tulleiden tarpeisiin osattiin kohdentaa muun muassa majoitustarve, jonka perusteella Tampereen hotelleiden majoituskapasiteetti laskettiin ja hotellivarausjärjestelmä suunniteltiin. Pirkanmaalaisten tiedettiin tarvitsevan kuljetuksia Tampereelle ja tässä tehtiinkin yhteistyötä Pirkanmaan Yrittäjien paikallisyhdistysten kanssa, jotka järjestivät kiitettävästi kuljetuksia Yrittäjäpäiville omilta paikkakunniltaan.

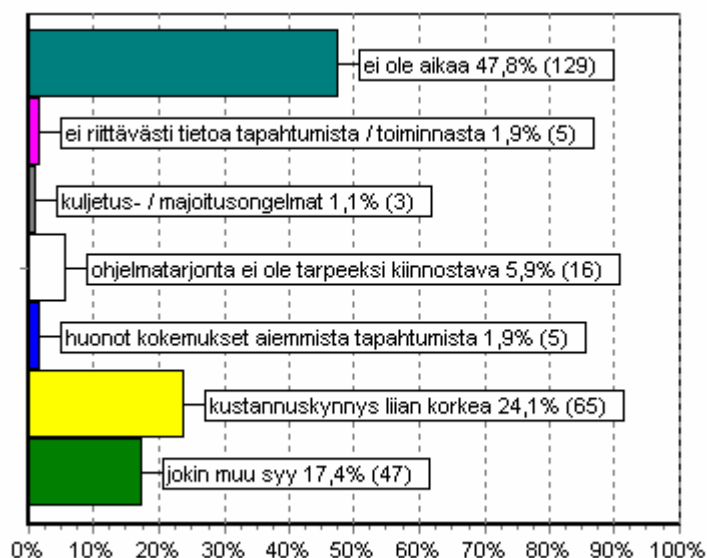
Kävijäryhmien odotukset määritellään (3.), jotta pystyttäisiin vastaamaan niihin ja onnistumaan tapahtuman tavoitteissa. Vuoden 2004 Yrittäjäpäivävieraiden odotusten oletetaan olleen korkealla, koska kyseessä oli maineikas kongressikaupunki, Tampere, ja tiedettiin, että järjestäjänä on Suomen suurin yrittäjien aluejärjestö. Odotuksia lisäsi varmasti osaltaan uusi, entistä monipuolisempi ohjelmatarjonta. Odotuksiin pystyttiin järjestäjien mielestä vastaamaan lähes kaikilta osin lauantai-illan juhlaillallisen kömmähdystä lukuun ottamatta (ks. sivu 24, Ruokatoimitusten täyttyminen).

Kilpailevien tapahtumien arvioinnilla (4.) pyritään ennustamaan potentiaalisia oman tapahtuman kävijämääriä muun muassa tapahtumien aikataulullisen lähekkäisyyden perusteella ja identifioimaan

oman tapahtuman vahvuuksia ja heikkouksia verrattuna kilpaileviin tapahtumiin. Yrittäjäpäivien kanssa samaan aikaan järjestetään myös paikallisyhdistysten omia tapahtumia, jotka etupäässä voidaan rinnastaa kilpaileviksi yrittäjätapauksiksi. Rinnakkaisiin yrittäjätapauksiin osallistuneet olisivat mahdollisesti osallistuneet Yrittäjäpäiville ilman oman paikallisyhdistyksensä juhlaa.

Kaikkien Yrittäjäpäivien ja sitä mukaa aluejärjestöjen voidaan katsoa kilpailevan toistensa kanssa. Päivät itsessään kilpailevat aina edellisten Yrittäjäpäivien kanssa loistokkuudesta ja onnistuneisuudesta. Yrittäjäpäiviä verrataan luonnollisesti keskenään. Yrittäjäpäiviä järjestävät aluejärjestöt ovat samalla kuitenkin yhteistyökumppaneita kaikkien aluejärjestöjen kuuluessa saman kattojärjestön, Suomen Yrittäjien, alaisuuteen.

Perheellisten yrittäjien kohdalla Yrittäjäpäivien kanssa kilpailevaksi asiaksi osoittautuivat myös lasten lomat. Muutama Innolinkin ennakoititutkimukseen vastannut perheellinen yrittäjä ilmoitti jättävänsä Yrittäjäpäivät lasten loman takia väliin.



Kuvio 4 *Jos et aio osallistua, niin mikä on mielestäsi suurin este tapahtumaan osallistumisellesi? (Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien 2004 ennakoititutkimuksen raportti, Innolink Research Oy)*

Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien ennakoititutkimuksessa lähes puolet (47,8 %) vastasi, ettei heillä ole aikaa osallistua Yrittäjäpäiville. Tähän ryhmään voitaneen sisällyttää myös edellä mainitut lasten lomat, jotka muutama ennakoititutkimukseen vastannut mainitsi esteekseen heihin yhteyttä otettaessa. Ajanpuute esteenä osallistumiselle korostuu muuta Suomea edustavilla vastaajilla, sekä vastaajilla, jotka eivät ole aikaisemmin Yrittäjäpäiville osal-

listuneet. Myös korkea kustannuskynnys korostuu osallistumisen esteenä (24 % vastaajista). Korkea kustannuskynnys korostuu Pirkanmaata edustavilla vastaajilla.

Omia vahvuuksia (5.) kilpaileviin tapahtumiin verrattuna voidaan myöhemmin käyttää hyödyksi markkinoinnissa. Esimerkiksi paikallisyhdistysten yhtä aikaa Yrittäjäpäivien kanssa järjestämät tapahtumat ovat vain paikallisen tason tapahtumia, kun taas Yrittäjäpäivät on koko valtakunnan laajuinen tapahtuma, jossa on mahdollista tavata yrittäjäkollegoita ympäri Suomea. Tampereen Yrittäjäpäiviä 2004 voidaan verrata edellisvuoden Porissa järjestettyihin Yrittäjäpäiviin. Innolinkin tekemän ennakointitutkimuksen mukaan Tampereen Yrittäjäpäivien vahvuuksiksi voidaan lukea loisteliaat tapahtumapaikat, Tampere-talo ja Vapriikki, sekä monipuolinen ohjelma. Vahvuuksista on kerrottu tarkemmin kappaleessa 2.1.1. ”Projektin arviointi”.

Tapahtuman kuvailu etukäteen (6.) auttaa antamaan syvemmän käsityksen tapahtuman perusajatuksista ja liikeideasta sekä muille, mutta varsinkin itse tapahtuman järjestäjille, jotta todella sisäistetään, millainen tapahtumasta halutaan järjestää. Vuoden 2004 Yrittäjäpäivät kuvailtiin etukäteen pirkanmaalaisiksi ja asetettiin imagoiksi pirkanmaalaisuus, jonka haluttiin näkyvän monessa eri asiassa päivien aikana (ks. luku 2.2.3. Esiintyjät).

2.1.2.3 Projektisuunnitelman päivittäminen

Toimintasuunnitelma on yksi projektisuunnitelman osa, sillä tehtävien monimuotoisuus vaatii hyvän ennakkosuunnittelun (Antikainen, Sutinen 1996:22/1.33) Varsinkin Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien kaltaisessa, osallistujamäärältään runsaslukuisessa ja -ohjelmanumeroisessa, tapahtumassa suunnittelu on sujuvan järjestämisen kannalta olennaisen tärkeää jokaisessa tehtävässä asiassa, sillä tehtäviä on lukuisia ja liikkuvia osia paljon.

Niin projektisuunnitelmaa kuin sitä mukaa toimintasuunnitelmaa-kin on välttämätöntä tarkistaa koko ajan projektin edetessä, sillä projekti elää jatkuvasti. Jos projektisuunnitelmaan tulee korjauksia, myös toimintaan tulee muutoksia.

Projektisuunnitelman tarkastaminen ja korjaaminen vaatii, että muuttuneet suunnitelmat päivitetään projektisuunnitelmaan, ja että muutoksiin sitoutuu jokainen projektin osapuoli. Projektisuunnitelma on tärkein projektinhallinnan dokumentti, jonka sisällysluettelo on hyvä pitää samanlaisena muutoksista huolimatta (Salonen 1992:33). Tarkemmin ottaen projektisuunnitelmaan lisätään vain alaotsikoita rungon pysyessä samana.

Vuoden 2004 Yrittäjäpäivien projektisuunnitelmaan on tehty toimintaan liittyviä lisäyksiä ensimmäisen kerran 13.10.2003. Esimerkkinä kaksi ensimmäistä kohtaa:

- Markkinointiviestintä
 - Markkinointikeinot
 - Esittelymateriaali*Suunnittelu aloitettu*
- Koulutusohjelma
 - Yhteistyökumppaneiden ja kouluttajien valinta*Muutamia ehdotuksia*

Varmistettavia asioita

Tapahtuma vaatii onnistuakseen monien osa-alueiden varmistamista (Antikainen, Sutinen 1996:13/1.24). Varmistettavia asioita ovat muun muassa:

- tapahtuman kokonaisuuden tarkastaminen
 - tapahtuma on järjestetty kokonaisuudeksi pieniä yksityiskohtia myöden
- osallistujien tarpeiden ja mielipiteiden huomioiminen
 - tarpeista ja mielipiteistä on otettu etukäteen selvää ja niitä seurataan jatkuvasti muutoksiin ennakoivasti reagoiden
- tapahtuman erikoistuminen on mietitty loppuun saakka
 - jotta suunnitellut osallistujat kokisivat tapahtuman omakseen
- tapahtuman ajoitus
 - niin kilpaileviin tilaisuuksiin kuin kohderyhmän aika-
tauluun verrattuna sopivaksi
- markkinointihenkilöiden tietoisuus kohderyhmän haluista
- ennen kaikkea järjestäjäorganisaation yksimielisyys tapahtuman liikeideasta ja järjestämisen tavoitteista.

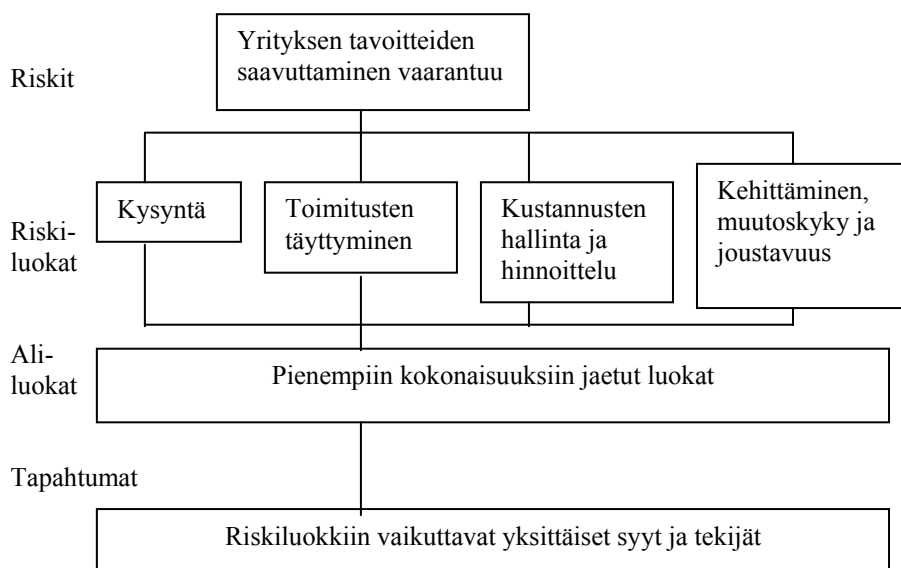
Edellä mainituilla toimenpiteillä on vaikutus välillisesti myös tapahtuman taloudelliseen puoleen. Kun tapahtuman järjestelyt on hyvin hoidettu ja edellä mainitut asiat varmistettu, näkyy se myös ulospäin. Osallistujat ovat halukkaita maksamaan korkeammankin hinnan, kun järjestelyt on tehty asiakas huomioon ottaen.

2.1.3 Riskien kartoitus, arviointi ja hallinta

Kaikki tekeminen, ja varsinkin liiketoiminta, sisältää aina riskejä. Riskien minimoimiseksi projektia tulee valmistella ennen sen aloittamista ja projektiin liittyviin asioihin tulee perehtyä kunnolla. Riskien hallinnan yhteydessä puhutaan ABC-ajattelusta, jolla tarkoitetaan seuraavia vaiheita:

- A Tiedosta riskit = *riskien kartoitus*
- B Luokittele riskit niiden todennäköisyyden ja merkittävyyden suhteen = *riskien arviointi*
- C Tee tarpeelliset suunnitelmat ja päätökset riskien siirtämiseksi muille, minimoimiseksi tai eliminoimiseksi = *riskien hallinta*

Hallikas, Lehtinen, Karvonen & muut ovat kehittäneet haastattelututkimuksen avuun puumaisen riskimallin verkostossa toimivan pk-yrityksen riskinkartoitukseen (ks. Kuvio 5, s.27). Mallissa esitetään ryhmiteltyinä tekijät, jotka voivat vaarantaa verkostossa toimivan pk-yrityksen tavoitteiden saavuttamisen. (Hallikas, Karvonen, Lehtinen & muut 2001:41). Tätä mallia voidaan soveltaa myös tapahtuman järjestämiseen, sillä riski tarkoittaa aina myös tapahtuman järjestämisessä tavoitteiden saavuttamisen vaarantumista. Yrittäjäpäiviä järjestävät tahot ovat myös suhteellisen pieniä organisaatioita, kuten pk-yritykset joille malli on kehitetty, ja toimivat tietyllä tavalla verkostoituneena Yrittäjäpäivien järjestämisen yhteydessä. Myös riskiluokat ovat pääosin samat, kuin alla olevassa puumaisessa riskimallissa.



Kuvio 5 Puumainen riskimalli (Hallikas, Karvonen,.. 2001:33)

Toimitusten täytyminen (ks Kuvio 5 yllä) on usein yksi merkittävimmistä riskeistä tapahtuman järjestämisessä, ja varsinkin Valtakunnallisilla Yrittäjäpäivillä, sillä Yrittäjäpäivien tehtäviä on suorittamassa niin monta eri tahoja: alihankkijoita, yhteistyökumppaneita ja kaksi vastuullista pääjärjestäjää kongressitoimiston ohella.

Ruokatoimitusten täytyminen

Valtakunnallisilla Yrittäjäpäivillä 2004 riskiksi arvioitiin muun muassa ruoan määrä ja toimitus. Oli vaikea arvioida perjantai- ja lauantai-päivien lounasmääriä, koska ennakkoon ei voitu tietää kuinka moni lounaalle saapuu, kun ohjelma oli jakaantunut moneen eri pisteeseen (retket ja kaupunkikierrokset, koulutustarjonta ja ihmisten omat suunnitelmat). Perjantain lounasmäärä arvioitiinkin liian vähäiseksi, kun taas lauantaina se arvioitiin liian suureksi. Vaikka tapahtumiin oli ennakoilmoitaututtu, oli vaikea luottaa ihmisten kykyyn ymmärtää ilmoittautumisten sitovuus.

Juhlaillallisen toimituksessa lauantaina MetroAuto Areenalla ilmeni suuri ongelma: ruoka loppui kesken. Tarjoilun järjestäjänä toiminut Linkosuo Oy ei ole pystynyt vielä jälkepäinkään täysin selittämään, mistä tapahtunut johtui. Järjestäjät olivat kilpailuttaneet ruoan toimittajan ja valinneet tunnetun, varman ja pitkään toimineen yrityksen, tamperelaisen Linkosuo Oy:n, hoitamaan juhlaillallisen. Ruokaa tilattiin reilusti enemmän kuin juhlaillalliselle oli ilmoittautunut osallistujia ja paikan päällä oli osallistujia vielä vähemmän kuin ilmoittautuneita, joten liian vähäinen tilausmäärä ei voi olla mahdollinen selitys ruoan loppumiselle.

Asiaa spekuloidiin paljon, mutta selvää vastausta ei löydetty. Linnkosuo Oy hoiti kiitettävästi ja suoraselkäisesti tulleet reklamaatiot lähettämällä hyvityslahjan ruoatta jääneille, mutta tapahtuneesta jäänyttä mainetta Tampereen Yrittäjäpäiville se ei valitettavasti pysty korvaamaan.

Riskien arviointi

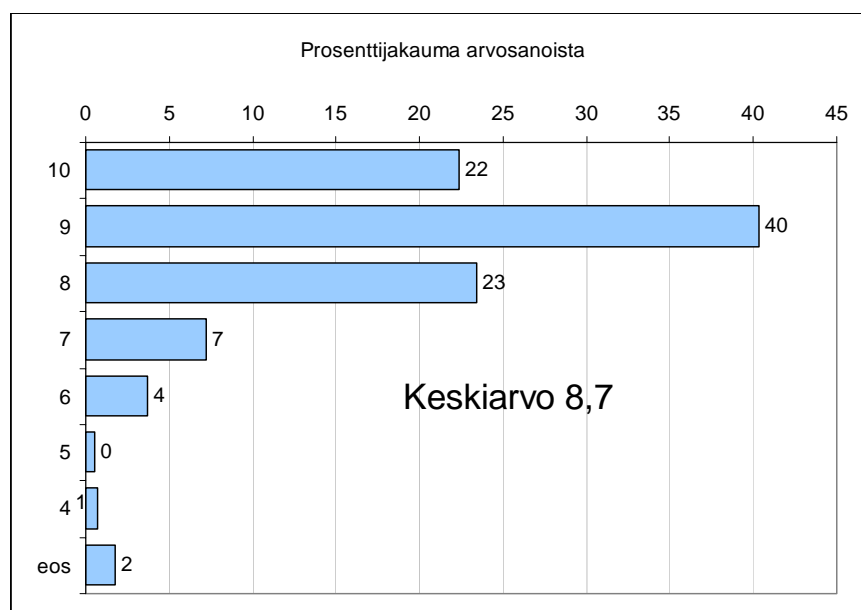
Riskien arvioinnin tehtävä on osoittaa, mitkä riskit ovat suurimpia tapahtuman onnistumisen esteitä. Riskien arvioinnissa priorisointi näyttelee siten merkittävää roolia. ”*Priorisoinnilla etsitään ne asiat, jotka vaativat tarkempaa selvitystä tai jatkotoimenpiteitä*” (Hallikas, Karvonen, Lehtinen & muut 2001:41). Hallikkaan & muiden mukaan priorisointiin kuuluu muun muassa riskien vertaileminen. Riskille voidaan määrittää korkean, kohtalaisen tai alhaisen riskin luokka. Luokittelun perusteella tapahtumat saadaan tärkeysjärjestykseen kokonaisriskin suhteen. (Hallikas, Karvonen, Lehtinen & muut 2001:51)

Riskinhallintakeinoja ovat riskin välttäminen, riskin pienentäminen, riskin siirtäminen tai jakaminen ja riskin ottaminen (Hallikas, Karvonen, Lehtinen & muut 2001:53). Päätös siitä, mitä keinoa näistä käytetään, tulee tehdä riskien arvioinnin pohjalta. Jos riskiä ei voi välttää, pienentää tai siirtää/jakaa, on riski otettava.

2.1.3.1 Ilmoittautumismenettely riskienhallintakeinona

Riskin välttämisellä pyritään kokonaan estämään riskin toteutuminen. Tämä voidaan saada aikaan tekemällä ei-toivottu tapahtuma mahdottomaksi (ts. nollaamalla sen todennäköisyys) tai kehittämällä suojausmenetelmä, joka estää riskitapahtuman seuraukset.

Vuoden 2004 Yrittäjäpäivien järjestäjät välttivät tarkoituksellisesti aikaisempina vuosina esiintyneen ongelman ilmoittautumisten ja hotellivarausten suhteen. Vuonna 2004 oli ensimmäistä kertaa Yrittäjäpäivien historiassa käytössä ilmoittautumisjärjestelmä, joka esti kiintiöiden varaamisen. Jokaisesta ilmoittautujasta vaadittiin oma ilmoittautumislomake. Näin esimerkiksi hotellihuoneet varattiin todellisille henkilöille, jolloin ylimääräisiä huoneita ei jäänyt järjestäjien vaivoiksi.

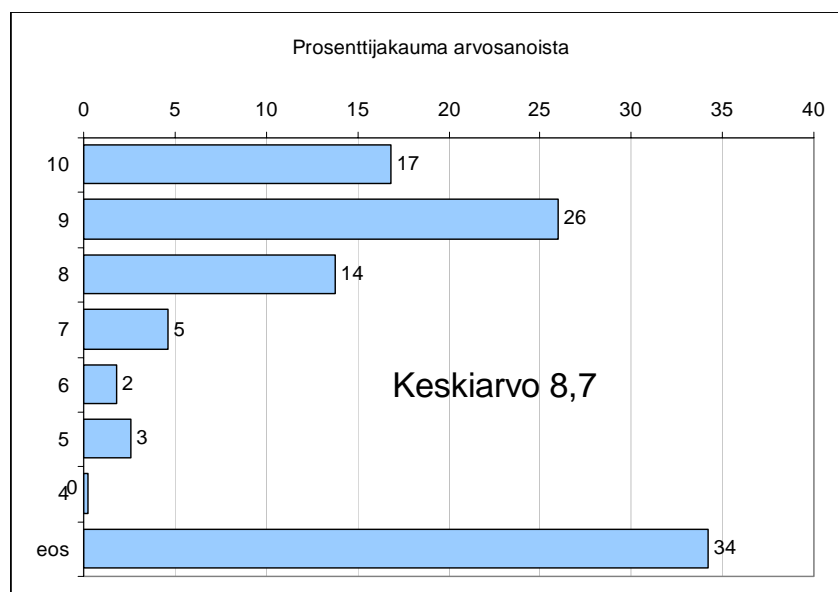


Kuvio 6 *Miten ilmoittautumisjärjestelyt onnistuivat? (Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien 2004 tyytyväisyystutkimuksen raportti, Kauppalehti)*

Kauppalehden tutkimuksessa vuoden 2004 Yrittäjäpäiville osallistuneilta kysyttiin, miten heidän mielestään ilmoittautumisjärjestelyt onnistuivat. Kyselyyn vastanneista 40 % antoi ilmoittautumisjärjestelyjen onnistumiselle arvosanan 9. Toiseksi eniten oli annettu arvosanoja 8 (23 %) ja kolmanneksi eniten arvosanoja 10 (22 %). Vastaajista 2 % ei ole osannut sanoa, jolloin voidaan olettaa, että joidenkin tähän ryhmään kuuluneiden puolesta ilmoittautumisen on saattanut suorittaa joku toinen, esimerkiksi vaimo tai yhtiökumppani.

Hotellivarausjärjestelmä toimi siten, että ilmoittautumislomakkeen yhteydessä ilmoittautujat täyttivät ilmoittautumislomakkeesta kohdan, jossa valittiin mieleinen hotelli. Lomakkeeseen pyydettiin merkitsemään neljä vaihtoehtoista hotellia, siltä varalta että suosituimmat hotellit olisivat täynnä. Kun ilmoittautumislomake oli täytetty ja toimitettu TAVI:in, varattiin ilmoittautuneelle huone mieluisimmasta vapaana olevasta hotellista. Sen jälkeen osallistujalle lähetettiin varausvahvistus ja lasku ensimmäisestä vuorokaudesta. Muut mahdolliset vuorokaudet maksettiin paikanpäällä suoraan hotelliin. Ensimmäinen vuorokausi laskutettiin niin kutsuttujen ”no show” – tapausten varalta, eli jos näin ei olisi toimittu ja osallistuja olisi jättänyt tulematta hotelliin, olisi hotellihuone jäänyt järjestäjien maksettavaksi. Vuoden 2004 hotellivarausjärjestelmällä poistettiin siis se riski, että järjestäjille olisi tullut kuluja peruuttamattomista huoneista.

Hotellivarausjärjestelmästä tuli muutamia reklamaatioita, mutta pääsääntöisesti menettelyn hyödyt ymmärrettiin. Vuonna 2004 Yrittäjäpäivillä käytetty järjestelmä on kansainvälisten kongressien yhteydessä yleisesti käytössä oleva hotellivarausjärjestelmä. Osa osallistujista ihmetteli sitä, miksi ei voinut maksaa etukäteen kaikkia vuorokausia. Koska osallistujat muuttelivat hyvin paljon huonevaraustensa päivämääriä, huoneen kokoa, tai kokonaan hotellia, kaikkien vuorokausien maksaminen kerralla olisi aiheuttanut turhaa maksuliikennettä, kun rahoja olisi pitänyt siirrellä edestakaisin osallistujan ja kongressitoimiston välillä.



Kuvio 7 *Miten majoitusjärjestelyt onnistuivat? (Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien 2004 tyytyväisyystutkimuksen raportti, Kauppalehti)*

Kauppalehden jälkitutkimuksessa kysyttiin myös osallistujien mielipidettä majoitusjärjestelyjen onnistumisesta. Vastaajista 34 % ei osannut sanoa, todennäköisimmin siksi, että ei ollut majoittunut Yrittäjäpäivillä. Heidän oletetaan olevan suurimmaksi osaksi pirkanmaalaisia, sillä Pirkanmaan Yrittäjien paikallisyhdistykset järjestivät paljon kuljetuksia Yrittäjäpäiville. Lähes kolmasosa (26 %) antoi majoitusjärjestelyjen onnistumisesta arvosanan 9, lähes yksi viidesosa antoi arvosanaksi 10 (17 %) ja 14 % vastaajista antoi arvosanaksi 8. Majoitusjärjestelyjen voidaan arvioida vastausten perusteella onnistuneen kiitettävästi keskiarvon ollessa 8,7.

2.1.3.2 Muita riskienhallinnan keinoja

Riskin pienentäminen voidaan kohdistaa joko riskin todennäköisyyden pienentämiseen tai sen seurausten rajoittamiseen. Tämä onnistuu esimerkiksi varasuunnitelmien avulla, jolloin häiriön sattuessa voidaan ottaa käyttöön toinen suunnitelma tai järjestelmä. Varasuunnitelmakin voi pettää, joten toinen tapa vähentää todennäköisyyttä, on puuttua vaikuttavan järjestelmän, prosessin tms. ominaisuuksiin.

Vuonna 2004 riskinä mietittiin ruokamääriä. Ruoan loppumisen estämiseksi valittiin riskinhallintakeinoista riskin pienentäminen ja osin myös riskin ottaminen. Ruokaa tilattiin reilusti, mutta ei voitu silti tietää, tilattiinko sitä tarpeeksi. Riskin välttäminen ei tullut kysymykseen, koska ruokaa oli joka tapauksessa tilattava.

Yrittäjöpäivien tapahtumapaikoista eniten riskejä aiheuttavaksi arvioitiin MetroAuto Areena. Sen järjestelyjä mietittiin moneen kertaan. MetroAuto Areenan järjestelyissä riskejä yritettiin pienentää, muun muassa alueen sokkeloisuuden ja käymälöiden riittävyuden sekä tilojen riittävyuden suhteen. Käymälöitä tilattiin lisää (ns. konttikäymälöitä tapahtumapaikan pihaan), tehtiin opastekylttejä sisätiloihin ja suunniteltiin pöytäjärjestys huolella, jotta tarvittava pöytämäärä saadaan mahdutettua MetroAuto Areenan saliin.

Riski voidaan myös *siirtää* toiselle osapuolelle joko kokonaan tai *jakaa* eri osapuolien kesken, mutta tämä ei vähennä kokonaisriskiä. Se voi kuitenkin vähentää jonkin osapuolen riskiä ja lisätä sitä toiselle osapuolelle. Näinä viimeisinä vuosina kun Suomen Yrittäjät on ollut järjestämisprosessissa mukana, riski ja vastuu on jaettu järjestävän aluejärjestön ja Suomen Yrittäjien kesken. Riskien hallinnasta on syytä keskustella ja projektisuunnitelmaan on syytä kirjata, miten riskien vastuu on käytännössä hoidettu ja jaettu Yrittäjöpäiviä järjestävän aluejärjestön ja Suomen Yrittäjien välillä.

Kaikille häiriöille ei voi pystyttää varajärjestelmiä/-suunnitelmia, mutta häiriöstä selviytymistä voi auttaa myös toimenpiteiden suunnittelu, jolloin ei-toivotun tapahtuman sattuessa voidaan käyttää hyväksi mahdolliset keinot rajoittaa sen seurauksia. (Hallikas, Karvonen, Lehtinen & muut 2001:54). Yrittäjöpäivillä Tampereella 2004 iltajuhlassa tapahtunut ruoan loppuminen on esimerkki mallikkaasti hoidetusta ei-toivotun tapahtuman seurauksien rajoittamisesta. Reklamaatiot hoidettiin mallikkaasti ja suoraselkäisesti, jolloin tilanne ei päässyt enää pahenemaan, vaan saatiin osaksi jopa kiitosta.

2.1.3.3 Riskienhallintaprosessin vaiheet

Niin verkostoyhteistyössä kuin usean tahon yhdessä järjestämässä valtakunnallisen tapahtuman järjestämisessäkin, riskienhallintaprosessi voidaan toteuttaa yhteistyössä, toteavat Hallikas & muut (2001:61). Yhteistyötahojen yhteinen toimintaympäristö asettaa yritykset samanaikaisesti alttiiksi erilaisille epävarmuus- ja riskitekijöille, jolloin yhteisten riskien hallinta tulee tehokkaammaksi, jos tahot tunnistavat yhteisiä hallintakeinoja ja toteuttavat niitä sopivasti yhteistyössä. (Hallikas, Karvonen, Lehtinen & muut 2001:61). Tällöin yksittäisten tahojen riskienhallintaprosessit voidaan kytkeä yhteen tietyiltä osilta.

Taulukko 3 Riskienhallintaprosessin vaiheet (Hallikas, Karvonen, Lehtinen & muut 2001:61).

1. Riskin tunnistaminen
2. Riskin merkittävyyden arviointi ja tärkeysjärjestyksen tunnistaminen
3. Riskienhallintakeinojen valinta (riskien alentaminen tai siirtäminen)
4. Riskienhallinnan toimeenpano
5. Riskien seuranta

Vuonna 2004 riskien kartoitus, arviointi ja hallinta olivat Pirkanmaan Yrittäjien vastuulla. Riskejä arvioitiin pääsääntöisesti projektiryhmän kokouksessa. Riskeiksi tunnistettiin (1.) jo edelläkin mainitut: ruokamäärät ja MetroAuto Areenan tilat. Merkittävyys (2.) arvioitiin suureksi, sillä ruoka on perushyödyke, jonka riittävyys pitäisi olla taattu näin suuressa tapahtumassa. Riskienhallintakeinoksi valittiin (3.) sekä ruoan että MetroAuto Areenan suhteen riskin pienentäminen ja ilmoittautumisten ja hotellivarausjärjestelmän suunnittelussa riskin vähentäminen, toisin sanoen riskin nollaaminen. Riskienhallinnan toimeenpanon (4.) suoritti ilmoittautumis- ja hotellivarausjärjestelmän suhteen luonnollisesti TAVI ja ruoan tilauksen ja MetroAuto Areenan tilojen järjestelyjen suhteen projektiryhmä. Riskejä voitiin seurata (5.) vasta itse tapahtumassa, Yrittäjäpäivillä, kun ruoan määrän ja tilojen riittämättömyys konkretisoituivat, mutta riskien todennäköisyyttä voitiin seurata jokaisessa kokouksessa ilmoittautumistilaston avulla. Siitä voitiin ennustaa, tuleeko esimerkiksi suunniteltu ruoan määrä ja tilat riittämään.

Yhtenä suurena riskinä pidettiin myös ruokamäärien ja MetroAuto Areenan (1.) lisäksi osallistujien kuljetusta pääjuhlasta Tampere-talosta juhlaillalliselle MetroAuto Areenalle. Tilanne harjoiteltiin, ja kuljetusta ja sen reittivaihtoehtoja simuloitiin moneen kertaan.

Kuljetus onnistui hyvin, lukuun ottamatta kahden bussin epätietoisuutta pysäköintipaikalle ajosta.

Lisäksi projektiryhmä pyrki hallitsemaan pienemmät riskit visioimalla kokouksissa tapahtuman kulkua hetki hetkeltä. Kun todettiin, että riskitekijä on olemassa, se pyrittiin poistamaan tai minimoimaan. Esimerkiksi tapahtuman ajankohta myöhäisessä syksyssä otettiin huomioon seuraavalla tavalla: iltajuhlaan saapuessa vieraat joutuivat kävelemään pienen matkan linja-autoilta sisäänkäynnille, joten järjestäjät vuokrasivat matkalle pitkän katoksen, jotta sateen sattuessa iltapuvut eivät kastuisi.

2.1.4 Aikataulu ja resurssisuunnittelu

Projektin aikataulu on projektin konkreettisin osa. Aikataulu esittelee työjärjestyksen, jonka valmistelu aloitetaan aikataulua tutkivalta (Salonen 1992:41). Aikataulu ja työjärjestys syntyvät siten käsi kädessä. Ilman aikataulua projektin toteutus ja onnistuminen ovat vaakalaudalla, eikä projektia voisi edes määritellä projektiksi, sillä projektin määritelmiin kuuluu saavuttaa, tai tapahtumaa järjestettäessä suorittaa, suunniteltu suunnitellussa ajassa. TAVI:n toimitusjohtaja Anja Hakkaraisen mukaan aikataulussa ei pysytty. Hän mainitsee haastattelussamme, että projekteissa valitettavan usein lipsutaan aikataulusta. (Hakkarainen 2.3.2005, haastattelu)

Taulukko 4 Aikataulun peruskaava (Antikainen, Sutinen 1996:33/1.33)

KESTO = TYÖMÄÄRÄ:RESURSSIMÄÄRÄ

Resurssit

Yllä olevan taulukon mukaan (ks. Taulukko 4 yllä) työ kestää sitä kauemmin, mitä vähemmän on resursseja työmäärään verrattuna. Vuonna 2004 resurssiksi voi luokitella projektin toimijat: ennen kaikkea järjestelyorganisaation, johon lukeutui Pirkanmaan Yrittäjien ja TAVI:n henkilökuntaa, sekä tietenkin taloudelliset resurssit, joista suuri osa tuli sponsoreilta, joita työssämme on käsitelty myös yhteistyökumppaneina. Sponsorit olivat Yrittäjäpäivien järjestämisessä mukana erittäin aktiivisesti ja heidän mielipidettään kuunneltiin poikkeuksellisen monessa asiassa verrattuna muihin tapahtumiin. Heidän näkyvyyttään mietittiin mm. rinnakkaisohjelmien suunnittelussa, puhujien valinnassa, retkillä, näyttelyosastoilla, sekä tapahtumapaikoilla.

Resurssisuunnittelu on tarpeen projektin taloudellisen kannattavuuden nimissä. Se on jatkoa projektin ajankäytön suunnittelulle,

kuten Salonen määrittelee (1992:47), ja siksi ajankäytön suunnittelu ja resurssien suunnittelua on kuljetettava niin ikään käsi kädessä. Resurssien puute voi muuttaa aikataulua. Pirkanmaan Yrittäjien toimitusjohtaja Jari Jokilampi kertoi vuoden 2004 Yrittäjäpäivien resurssiensuunnittelun muotoutuneen ajan kanssa kokouksissa (kenellä on aikaa/erityisosaamista), mutta sen olleen myös osaksi neuvoteltu kunkin osaamisalueen tiimoilta. Resursseja oli käytössä sopivasti, mutta tarkempi resurssisuunnittelu olisi varmasti osaltaan helpommin johtanut asetettuihin tavoitteisiin vuonna 2004.

2.2 Sidosryhmät

Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien 2004 sidosryhmiksi olemme määritelleet sponsorit, alihankkijat ja esiintyjät. Kaikilla sidosryhmillä oli tärkeä rooli tapahtuman järjestämisessä, sillä jokainen tekijä vaikuttaa osaltaan onnistuneeseen kokonaisuuteen.

Onnistunut kumppanin valinta on yhteistyön menestystekijä. Keskeinen kriteeri kumppanin valinnassa ja siten myös tapahtuman onnistumisessa ovat kumppanin resurssit ja tieto-taito (Hallikas, Karvonen, Lehtinen & muut 2001:59). On otettava selville ennen kaikkea kumppanin taloudellinen puoli ja osaamiseen liittyvä pääoma. Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien järjestämisessä tulisi näiden asioiden rinnalla kiinnittää huomiota myös seuraavien asioiden yhteensopivuuteen: yrityskulttuurit, arvot, omistussuhteet sekä kumppanin mahdolliset sitoumukset kolmansien osapuolien kanssa.

2.2.1 Sponsorit

Yrittäjäpäivien yhteydessä sponsoreista käytetään perinteisesti nimitystä yhteistyökumppanit, mutta työssämme käytämme selvyysden vuoksi sanaa sponsorit. Vuoden 2004 Yrittäjäpäivillä sponsoreina olivat Finnvera Oyj, Nordea, Kauppalehti, Fennia, Finnetliitto, Aamulehti ja Tampereen kaupunki. Sponsorit pysyvät vuosittain lähes samana. Yleensä vain kaupunki ja paikallinen sanomalehti vaihtuvat sen mukaan, missä kaupungissa Yrittäjäpäivät pidetään.

Yhteistyökumppaneilla on Yrittäjäpäivien järjestämisessä suuri rooli. Vuoden 2004 Yrittäjäpäiviä varten projektiesimiehenä toimineen Pirkanmaan Yrittäjien toimitusjohtaja Jari Jokilammen toimesta sponsoreiden panosta vielä entisestään nostettiin, koska tavoitteena oli järjestää historiansa suurimmat ja näyttävimmät Yrittäjäpäivät (Jokilampi 22.2.2005, haastattelu). Jokilampi olisi mielellään myös antanut mahdollisuuden useammille yhteistyö-

kumppaneille ja kilpailuttanut useampia sponsoreita. Sponsorit pysyvät kuitenkin vuosittain lähes samoina, eikä heitä siten kyseisenäkään vuonna kilpailutettu.

Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien 2004 kongressitoimiston toimitusjohtaja Anja Hakkarainen on työssään nähnyt monenlaisia sponsoreita erilaisissa rooleissa erilaisissa tapahtumissa. Hän totesi haastattelussa, että Yrittäjäpäivien valmisteluissa sponsoreiden mielipiteitä kuunneltiin poikkeuksellisen paljon verrattuna muihin tapahtumiin, ja että sponsoriin panostuskin oli poikkeuksellisen suuri (Hakkarainen 2.3.2005, haastattelu). Hakkaraisen mielestä sponsoreita kohdeltiin myös harvinaisen tasavertaisina, ja heidän näkyvyydestään huolehdittiin hyvin mm. rinnakkaisluennoilla, retkillä ja sponsoriin näyttelyosastoilla. Hakkarainen oli tyytyväinen sponsoriin panokseen tapahtuman järjestämisessä. Hänen mielestään sponsorit olivat todella aktiivisia, osallistuivat yhteisiin kokouksiin ja toimivat muutenkin kehuttavasti.

Sponsoriin tärkeydestä ja aktiivisuudesta yrittäjäpäiville kertoo myös se, että sponsorit kokoontuivat säännöllisesti ohjelma- ja markkinointiryhmän kokouksissa. Ohjelma- ja markkinointiryhmä kokoontui vuoden aikana virallisesti yhteensä viisi kertaa. Kokouksissa käsiteltiin mm. sponsoriin näyttelyosastoja Tampere-talossa, heidän näkyvyyttään muilla keinoin ja ohjelmatarjontaa siltä osin kun se liittyi sponsoreihin (sponsoriin edustajat toimivat muun muassa retkibussien isäntinä).

Alihankkijat

Alihankkijoita hankittaessa on tarkkaan punnittava, millainen imago Yrittäjäpäiville halutaan ja valita sen mukaan myös alihankkijat, jotka osaltaan vastaavat tapahtuman onnistumisesta ja imagoista. Alihankkijat täytyy kilpailuttaa ja sopimukset laatia tarkoin. Ennen sopimusten laatimista tulisi miettiä projektiryhmän kesken, mitä kaikkea kultakin alihankkijalta halutaan. Alihankkijoille lähetettävään tarjouspyyntöön tulee sisällyttää pääpiirteissään kaikki alihankkijoilta tarvittavat palvelut tai tuotteet.

Koska alihankkijoiden kanssa ollaan paljon tekemisissä heidän muodostaessa yhden osan Yrittäjäpäivien järjestelyistä, on yhteistyön saumattomuuden ja yhteisymmärryksen takia olennaisen tärkeää, että järjestämisessä on selkeä yhteinen tavoite. Vuoden 2004 alihankkijat ymmärsivät tapahtuman painoarvon ja olivat erittäin joustavia ja yhteistyöhaluisia.

Vuoden 2004 Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien alihankkijoita olivat muun muassa Mainostoimisto Arvo, Tampereen kaupungin lii-

kennelaitos, Linkosuo Oy, Museokeskus Vapriikki ja Tampere-talo, eYrityspalvelu, Expotec-Mainosmoisio Oy, Tampereen Ammattikuva Oy ja Tampereen ammattikorkeakoulu. Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien alihankkijoita oli yhteensä yli 50. Alihankkijoiden määrä on kuitenkin suhteutettava tavoitteellisen osallistujamäärän ja ohjelman runsauden perusteella määräytyviin tarpeisiin ja kunkin aluejärjestön resursseihin.

2.2.2 Esiintyjät

”Ohjelma ja esiintyjät leimaavat tapahtuman ulkoista luonnetta.” (Antikainen, Sutinen 1996:1/2.2) Sen tähden ohjelma ja esiintyjät onkin syytä suunnitella hyvin ja ajoissa etukäteen. Esiintyjät on myös syytä varata, ja sopimukset laatia ja allekirjoittaa jo paljon ennen tapahtumaa.

Tampereen Yrittäjäpäivien teemana oli pirkanmaalaisuus ja luonnollisesti myös tamperelaisuus, joka näkyi niin perjantai-illan ruokailussa, kuin lauantai-illan juhlaillallisen esiintyjissäänkin. Pirkanmaan Yrittäjät ry:lle olikin sydämen asia koko tapahtuman ajan tuoda Pirkanmaata esille niin paljon kuin mahdollista.

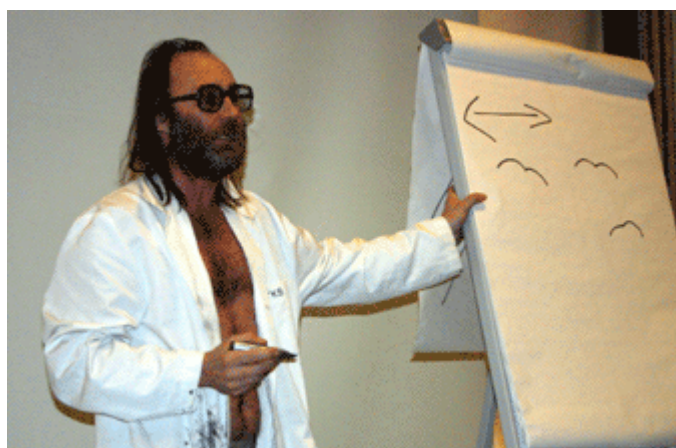
Tervetulojuhla ja kaupungin vastaanotto

Perjantai-illan tervetulojuhlaan suunniteltiin ohjelma täysin tapahtumapaikan, eli Museokeskus Vapriikin ehdoilla. Koska tilat olivat kolmessa kerroksessa ja hyvin sokkeloiset, ei iltaan voitu ajatellaakaan yhtä suurta esiintyjää vetonaulaksi. Monimuotoiset tilat mahdollistivat useamman esiintyjän esiintymiseen samaan aikaan ja sitä mahdollisuutta käytettiin myös hyväksi. Tervetulojuhlaan varattiin monta pienempää esiintyjää, jolloin säilyi juhlan monimuotoinen vaihtoehtoja tarjoava tyyli, jota toteutettiin myös ruoissa. Esiintyjinä Vapriikissa olivat: Sorin Sirkus, RBQ-orkesteri ja lauluyhtye Corvus. Lisäksi yhdessä salissa oli illan aikana mahdollisuus laulaa karaokea.

Esiintyjät Vapriikkiin suunniteltiin sen perusteella, että he eivät voi viedä paljoa tilaa, koska tila oli muutenkin ahdas. Toinen esiintyjävalintoihin vaikuttava seikka oli äänentoisto. Äänentoisto on vanhassa tehdashallissa melko huono, joten esiintyjät jaettiin eri paikkoihin ja vieläpä eri kerroksiin. Juhlan virallisen osuuden, eli Tampereen kaupungin tervehdysten ja yrittäjäpalkintojen jaon oli kuitenkin kuuluttava päälavalta mahdollisimman pitkälle valtavaan halliin. Asialle eivät kuitenkaan voineet edes alan ammattilaiset tehdä ihmeitä, joten järjestäjille tuli jonkin verran palautetta huonosta äänentoistosta.

Herätysluennot

Lauantai-aamun aloituksesta käytettiin nimitystä herätysluennot. Herätysluennot oli tarkoitettu viihteelliseksi, kevyeksi päivän aloitukseksi herättämään yleisö ja saamaan osallistujat hyvälle mielelle. Herätysluennoilla oli puhumassa kaksi esiintyjää: näyttelijä Tom Lindholm ja yrittäjä-valmentaja Tom Pöysti. Aamun aloitti Tom Lindholm esittämällä Tohtori Pekka Tuttavaa (kuva seuraa-valla sivulla), joka oli keksitystä Global Innovative Toijalanimisestä yrityksestä.



Tohtori Pekka Tuttava

Tohtori Pekka Tuttavan jälkeen Tom Pöysti piti yrittäjille luennon ”Yrittäjä - oletko persoonallinen menestyjä?”. Pöysti luennoi persoonallisuuden vaikutuksesta yrittäjyydessä. Herätysluennot saivat hienon vastaanoton: yleisö oli mielissään uudesta, kevyestä koulutustarjonnan avauksesta.

Koulutustilaisuudet

Lauantain aamupäivän koulutustilaisuuksiin haluttiin palkata pätevät ja laadukkaat luennoitsijat. Luennoitsijoina toimivat yrittäjäneuvos ja tekniikan kunniatohtori Markku Koskenniemi, varatoimitusjohtaja Bo Harald (Nordea), johtaja Mikael Fogelholm (UKK-instituutti), päävalmentaja Mika Kojonkoski (mäkihyppymaajoukkue, Norja), apulaisjohtaja Tuomo Holopainen (Finnvera Oyj), ja kauppatieteen tohtori Esa Matikainen, sekä tekniikan tohtori Kari Kankkunen (Fennia Consulting Oy). Luennoitsijat olivat osaksi sponsoreiden edustajia, mutta tärkeimpänä ominaisuutena pidettiin pätevyyttä luennoida kyseisestä temasta.

Pääjuhla

Pääjuhlassa juhlapuheen piti Tasavallan presidentti Tarja Halonen. Pääjuhlassa esiintyi myös Tampere Filharmonian kvartetti ja Nuorisokuoro Sympaatti. Pääjuhlassa kuultiin lisäksi Suomen Yrittäjien puheenjohtaja Eero Lehden ja toimitusjohtaja Jussi Järventauk-

sen puheet, sekä jaettiin perinteiset Valtakunnalliset Yrittäjäpalkinnot, jotka jaettiin ensimmäisen kerran ensimmäisillä Yrittäjäpäivillä Tampereella vuonna 1968. Pääjuhlan juonsi teatterinjohtaja Esko Roine.

Juhlallinen ja yrittäjätanssit

Lauantain iltajuhlan esiintyjät olivat molemmat tamperelaisia. Esiintyjistä Katri Helena oli vanhemmille yrittäjille suunnattu esiintyjä, kun taas Popeda edusti tamperelaista rockia ja saavutti toivotusti nuoremman sukupolven suosion. Esiintyjävalinnat olivat ”rohkea, mutta onnistunut valinta”, kuten eräs yrittäjä asian kiteytti palautteessaan. Tosiasia on, että kaikkia ei voi miellyttää ja negatiivista palautettakin tuli.

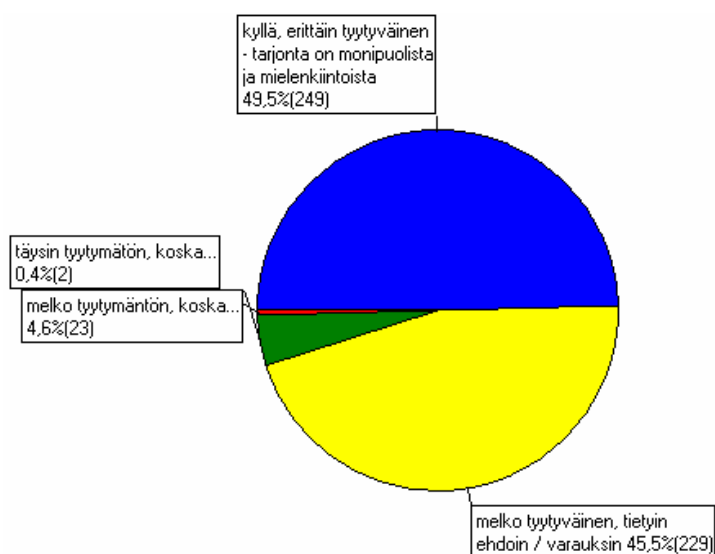
2.3 Tapahtuman ohjelma

Kongresseille ja kokouksille on ominaista, että ne tarkoituksellisesti sisältävät virallisen kokousohjelman lisäksi paljon epävirallista ohjelmaa, jolla on tärkeä sosiaalinen tehtävä (Aarjärvi 1994:33). Sosiaalinen kanssakäyminen luo yhteenkuuluvuuden tunnetta, kuten aikaisemmin tapahtumajärjestämisen taustaa kerrottaessa on mainittu.

Virallisen osuuden lisäksi voidaan tapahtumaan järjestää konsertteja, tutustumiskäyntejä, retkiä, kotikutsuja, juhlapäivällisiä jne. perinteiden, osallistujien ja järjestäjien varallisuuden mukaan. Vuoden 2004 Yrittäjäpäivät sisälsivät paljon ohjelmaa, johon kuului muun muassa teatterinäytelmiä, jääkiekkoa, retkiä, kaupunkieroksia, iltaohjelmaa ja sirkusesityksiä.

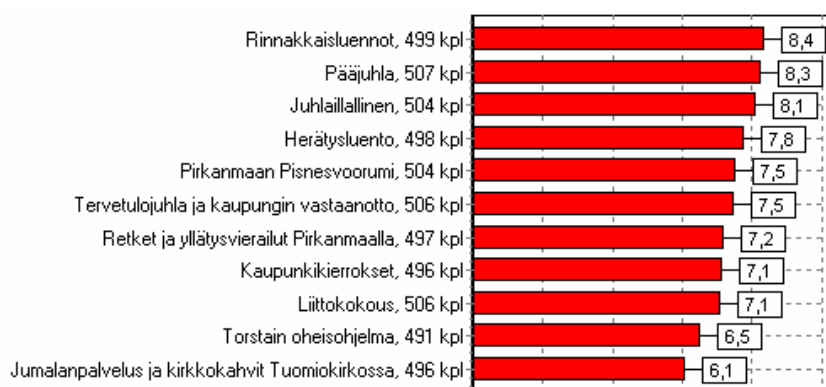
2.3.1 Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien 2004 ohjelma

Vuonna 2004 Pirkanmaan Yrittäjien tavoitteena oli rakentaa Yrittäjäpäivät, jotka tarjoavat yrittäjille paljon vaihtoehtoja. Yrittäjille haluttiin tarjota kevyen ohjelman lisäksi kunnon asiaohjelmaa, eli koulutustilaisuuksia. Projektin esimiehen, Jari Jokilammen, mielestä aikaisempien vuosien Yrittäjäpäivien ohjelmatarjonta on ollut liian vähäistä ja yksipuolista, ja siitä syystä hän halusi tarjota osallistujille laajemman ohjelmavalikoiman, josta jokainen voisi valita mieleistään tekemistä.



Kuvio 8 *Oletko tyytyväinen tapahtuman sisältöön ja ohjelmatarjontaan? (Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien 2004 ennakoititutkimuksen raportti, Innolink Research Oy)*

Ennakoititutkimuksessa mitattiin myös vastaajien tyytyväisyyttä ohjelmatarjontaan. Vastaajista puolet (49,5 %) oli erittäin tyytyväisiä ja lähes puolet (45,5 %) melko tyytyväisiä ohjelmatarjontaan. Vain noin 5 % oli tyytymättömiä vuoden 2004 Yrittäjäpäivien ohjelmatarjontaan, joten ainakin ennakkoon uuteen runsampaan ohjelmaan oltiin erittäin tyytyväisiä.



Kuvio 9 *Mikä Yrittäjäpäivien ohjelmassa on mielestäsi kiinnostavinta? (asteikko 4-10) (Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien 2004 ennakoititutkimuksen raportti, Innolink Research Oy)*

Edellisellä sivulla olevaan kuvioon on listattu vuoden 2004 Yrittäjöpäivien ohjelmanumerot. Kuvio on Innolinkin ennakoititutkimuksesta, ja siinä on pyydetty vastaajaa arvioimaan eri ohjelmanumeroiden kiinnostavuutta. Vastaajien mukaan Yrittäjöpäivien ohjelmassa ovat kiinnostavinta (asteikolla 4=merkityksetön...10=ratkaisevan kiinnostava): rinnakkaisluennot (keskiarvo 8,4), pääjuhla (keskiarvo 8,3) ja juhlaillallinen (keskiarvo 8,1). Ennakointitutkimukseen vastasi 5072 yrittäjän kohderyhmästä 531 yrittäjää. Kuten huomata saattaa, kaikki vastaajat eivät ole arvioineet jokaista ohjelmanumeroa.

Rinnakkaisluennot olivat, ehkä hieman yllättäenkin, yrittäjien mielestä kaikkein kiinnostavimpia. Se kertoo yrittäjien halusta saada Yrittäjöpäiviltä myös jotain hyödyllistä irti, enää pelkkä juhliminen ja virkistäytyminen eivät riitä. Tämä tukee sitä aiemmin esitettyä käsitystä, että ihmisten odotukset tapahtumia kohtaan kasvavat jatkuvasti ja tapahtumanjärjestäjän on kehitettävä tapahtumaansa vastatakseen asiakkaiden odotuksiin. Seuraavassa kappaleessa on esitelty tarkemmin ne uudentyypiset ohjelmanumerot, joiden toimivuutta ja suosiota kokeiltiin ensi kertaa vuoden 2004 Yrittäjöpäivillä.

2.3.1.1 Uudet ohjelmanumerot

Valtakunnalliset Yrittäjöpäivät 2004 tarjosivat ohjelmistossaan enemmän valinnanvaraa kuin aikaisemmat Yrittäjöpäivät. Vuoden 2004 Yrittäjöpäivien ohjelmassa kokeiltiin useampia Yrittäjöpäiville uusia toteutuksia:

- Ensimmäistä kertaa ohjelmatarjonta aloitettiin jo varsinaista tapahtumaa edeltävänä iltana, torstaina 7.10.2004. Torstaina oli mahdollisuus osallistua teatteriesitykseen tai jääkiekkootteluun. Yrittäjille tarjottiin myös mahdollisuutta kotivierailuun pirkanmaalaisessa yrittäjäperheessä.
- Ohjelmassa oli myös retkiä Pirkanmaalla. Retkiä järjestettiin Tampereen kaupunkiin ja ympäristökuntiin. Vastaavia retkiä ei ole ennen Yrittäjöpäivillä järjestetty.
- Niin ikään ensimmäistä kertaa Yrittäjöpäivien yhteydessä toteutettiin Pisesvoorumi, eli Valtakunnalliset yrityssenssit. Pisesvoorumista kerrotaan lisää myöhemmin tässä kappaleessa.
- Yrittäjöpäivillä oli myös ensimmäisen kerran rinnakkaisia koulutustilaisuuksia, joista yrittäjä pystyi valitsemaan mieleisensä. Koulutustilaisuuksien jälkeen järjestettiin niin kutsutut Yritysklinikat, joissa yrittäjillä oli mahdollisuus varata itselleen aika koulutustilaisuuden aiheen asiantuntijoilta.

Valtakunnallisten Yrittäjöpäivien 2004 järjestämisessä otettiin taroituksella riskejä ja kokeiltiin kuinka muutokset ohjelmatarjon-

nassa otetaan vastaan. Vuoden 2004 Yrittäjäpäivien ohjelma alkoi aikaisemmista vuosista poiketen jo torstaina. Torstai-illan ohjelmatarjonnan tarkoituksena oli houkutella osallistujia saapumaan Tampereelle jo aikaisemmin. Illan suosio oli melko vähäistä, vain 72 yrittäjää osallistui torstai-illan ohjelmaan. Osallistujat olivat lähinnä Tampereelta tai lähikunnista. Useat Yrittäjäpäiville osallistujat olivat perhe- tai yksityisyrittäjiä, ja perustelivat sitä, miksi eivät voineet osallistua torstai-iltaan sillä, että eivät kyenneet olemaan poissa yrityksestään niin pitkään.

Aivan uutena asiana Yrittäjäpäivillä tarjottiin myös ns. kotivierailuja yrittäjäperheisiin. Kotivierailut ovat hyvin suosittuja kansainvälisten kongressien yhteydessä, mutta eivät saavuttaneet suosiota osana Yrittäjäpäiviä. Vierailut jouduttiinkin perumaan kokonaan vähäisen kiinnostuksen vuoksi.

Retket olivat menestys. Retkille osallistui yhteensä 401 yrittäjää, eli noin 19 % Yrittäjäpäiville osallistuneista. Retkikohteina olivat: Kangasala, Pirkkala, Valkeakoski, Ylöjärvi, Hämeenkyrö, Lemppälä, Nokia ja Vammala. Lisäksi Tampereella järjestettiin kolme kaupunkikiertoajelua. Niin maakuntaretkillä kuin kaupunkierroksillakin oli mukana Tampereen kaupungin oppaat. Retkistä ainoana negatiivisena puolena nousi esille tiukka aikataulu. Retkiltä paluun ja iltaohjelman välillä oli liian vähän aikaa, jotta etenkin naiset olisivat ehtineet rauhassa valmistautua iltajuhliin. Aikaa ohjelmien väliin oli jätetty 2-3 tuntia, mutta siirtymisajat mukaan lukien aikaa jäi liian vähän.

Pisnesvoorumi, eli yrityssenssit, on kontaktitapahtuma eri alojen eri kokoisille tuotanto- ja palveluyrityksille. Yrityssenssejä on järjestetty jo kymmenen vuoden ajan. Senssit on ohjattu tapahtuma, johon yrittäjät ovat tulleet luomaan liike-elämän kontakteja. Tapahtuma pyritään pitämään tehokkaana ammattitapahtumana, eikä sinne suositella otettavaksi mukaan seuralaisia. Pisnesvoorumi saavutti suosiota Yrittäjäpäivillä 2004, osallistujia oli yli neljäsataa. Jo ennakoititutkimuksessa saatiin osviittaa Pisnesvoorumin kiinnostavuudesta, kun neljäsosa vastaajista (ks. Kuvio 3, s. 18) piti sitä yhtenä kolmesta vuoden 2004 Yrittäjäpäivien vetovoimaisimmasta menestystekijäistä.

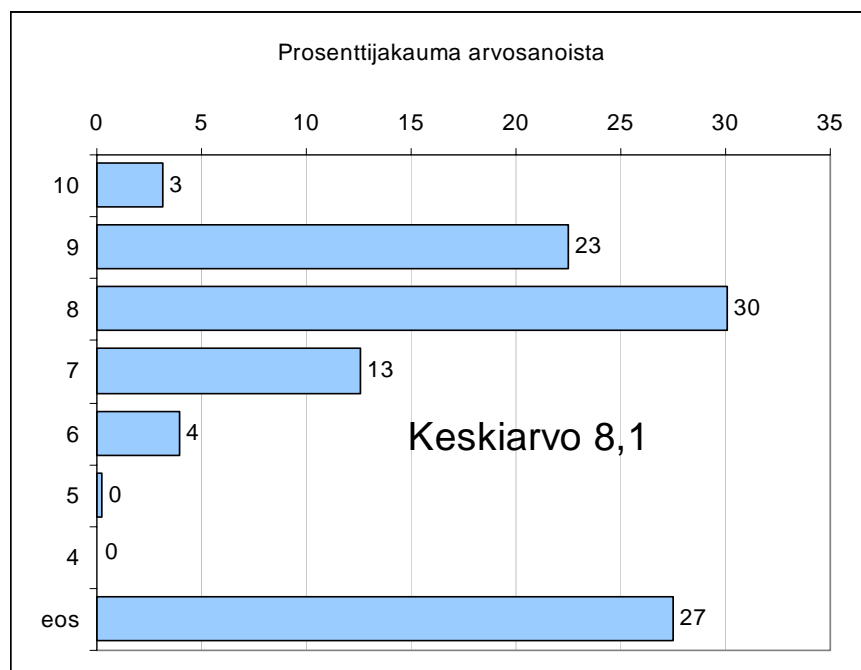
Aikaisempinakin vuosina Yrittäjäpäivillä on ollut luentoja/seminaareja, mutta vuonna 2004 osallistujille haluttiin tarjota tehokkaita, konkreettista hyötyä tarjoavia koulutustilaisuuksia. Koulutustilaisuudet järjestettiin rinnakkaisina, jotta osallistujat voisivat valita vain kiinnostavimman aiheen. Näin osallistujan aika ei kulu hukkaan kuunnellessa koulutusta joka ei häntä kiinnosta. Koulutukset olivat viidestä eri aiheesta: Omistajan- ja sukupolvenvaihdos, sähköinen liiketoiminta, työkyky ja jaksaminen, henkinen

valmennus ja yritystoiminnan kehittäminen. Osallistujia pyydettiin ilmoittautumisvaiheessa ilmoittautumaan myös koulutuksiin, mutta yllättävää sekaannusta aiheutti maininta ”rinnakkainen koulutustilaisuus”. Huomattavan moni osallistuja ei ymmärtänyt sanan ”rinnakkainen” merkitystä, tai ei lukenut ilmoittautumislomaketta kunnolla. Ilmoittautumislomakkeissa oli usein ilmoitauduttu kaikkiin koulutuksiin. Koska koulutustilaisuudet olivat kuitenkin samaan aikaan, osallistuja ei voinut osallistua kuin yhteen tilaisuuteen. Huolimattomasta ilmoittautumismenettelystä seurasi myös toinen ongelma. Yrittäjät eivät olleet ilmoittautumisvaiheessa kokeneet sitoutuneensa mihinkään koulutuksista. Tilat jaettiin etukäteen ilmoittautuneiden perusteella, ja tapahtuman aikana todettiin, että ilmoittautumiset eivät lainkaan pitäneet paikkaansa.

Taulukko 5 Koulutustilaisuuksien ilmoittautumismäärät (ks. Liite 4, s.89)

Koulutustilaisuus:	Ilmoittautuneita:	Osallistuneita:	Erotus:
Omistajan- ja sukupolvenvaihdos	119	98	- 21
Sähköinen liiketoiminta	234	50	- 184
Työkyky ja jaksaminen	849	150	- 699
Henkinen valmennus	277	250	- 27
Yritystoiminnan kehittäminen	797	99	- 698

Kuten yllä olevasta taulukosta näkyy, ilmoittautumiset eivät pitäneet paikkaansa. Projektiryhmä oli tietoinen siitä tosiasiaista, että osallistujia ei ole yleensä niin paljoa kuin on ilmoittautuneita, mutta erotuksen suuruus yllätti järjestäjät täysin. Ongelmaksi muodostuivat tilojen koot. Salit oli luonnollisesti jaettu ilmoittautumismäärien mukaan, mutta kuten taulukosta näkyy, jako oli käytännössä aivan väärä. Esimerkiksi tuhannen hengen salissa istui noin sataviisikymmentä henkilöä, ja toisaalta parin sadan hengen saliin ahautui 250 kuuntelijaa.



Kuvio 10 *Miten arvioisit lauantaiamupäivän koulutustilaisuuksien onnistumista? (Valtakunnallisten Yrittäjäväpäivien 2004 tyytyväisyystutkimuksen raportti, Kauppalehti)*

Koulutustilaisuudet onnistuivat kuitenkin hyvin ja vastasivat myös yrittäjien odotuksia: jopa 53 % tyytyväisyystutkimukseen vastanneista arvioi koulutustilaisuudet kouluarvosana-asteikolla 8 tai parempi (ks. Kuvio 10 yllä).

Koulutustilaisuuksien jälkeen oli järjestetty ”Yritysklinikoita”. Osallistujalla oli mahdollisuus varata aika kyseisen aiheen luennoitsijalta tai muulta asiantuntijalta, ja saada henkilökohtaista konsultointia noin kahdenkymmenen minuutin ajan ilmaiseksi. Yritysklinikoiden suosio ei ollut niin suurta kuin projektiryhmä olisi odottanut. Konsultointia halusi vain 32 osallistujaa.

2.3.1.2 Iltajuhlat

Perjantai-iltana yrittäjille ja seuralaisille järjestettiin Museokeskus Vapriikissa yhdistetty **Tervetulojuhla ja kaupungin vastaanotto**. Juhla oli vapaamuotoinen ja viihteellinen, ja pukeutumiskoodia ei ollut. Illan ohjelma ja aikataulus oli seuraavanlainen:

18.30 Ovet aukeavat

Sisäänkäynnin ulkopuolella tulenpuhallusta, Sorin Sirkus ry
Musiikki alkaa

19.00 Lauluyhtye Corvus laulaa kaksi laulua

19.10 Kaupunginjohtaja Jarmo Rantanen - kaupungin tervehdys

- 19.20 Maakunnallisten Yrittäjäpalkintojen jako
 19.35 Corvus, kaksi laulua
 19.40 Buffetit aukeavat
 RBQ-orkesteri aloittaa soittamisen
 20.00 Sorin Sirkuksen ilmanumero
 20.30 Sorin Sirkuksen jonglööri-esitys
 21.00 Sorin Sirkuksen ilmanumero
 21.15 Corvus esiintyy
 21.30 RBQ-orkesteri klo 23.30 asti (2 x 50 min.)
 24.00 Tilaisuus loppuu

Illan aikana kaikki Vapriikin näyttelyt olivat avoinna yleisölle ja myös muutama Sorin Sirkuksen ”sirkustelija” kierteli Vapriikissa viihdyttäen yleisöä. Lisäksi yhdessä monista saleista oli mahdollisuus laulaa karaokea.

Museokeskus Vapriikin näyttely- ja yleisötilat, noin 7000 m², olivat kokonaan käytössä Yrittäjäpäivien Tervetulojuhlassa. Tilaa oli riittävästi, mutta niiden hyötykäyttöä hankaloitti hieman se, että tilat olivat kolmessa kerroksessa ja sokkeloiset. Museokeskus Vapriikin tilat tiedettiin hyvin haastaviksi kun kyseessä on suuri väkijoukko. Osallistujia tervetulojuhlassa oli noin 1500 henkeä.

Vapriikki valittiin juhlapaikaksi kulttuuriympäristön ja Tammerkosken perinnemaisemien perusteella, sillä mukana oli jälleen ajatus siitä, että vieraat tutustuisivat Tampereeseen mahdollisimman monipuolisesti. Sen lisäksi Vapriikin suurin näyttelytila, sata metriä pitkä ja kuusitoista metriä korkea tehdashalli on juhlatilana vaikuttava.

Haasteina olivat eritoten, miten saadaan 1500 ihmistä siirtymään peremmälle ja toisiin kerroksiin, niin etteivät kaikki pysähdy ensimmäisenä vastaantulevaan tehdashalliin. Sisäänkäynnissä jaettiin ihmisille Vapriikin karttoja, joissa oli näkyvissä kaikkien kerrosten näyttelyt, sekä buffet-pöytien sijainti. Palautteessa tuli kritiikkiä ahtaista ja sokkeloisista tiloista, mutta toisaalta taas mielenkiintoisesta ja erilaisesta tilasta kiiteltiin järjestäjiä.

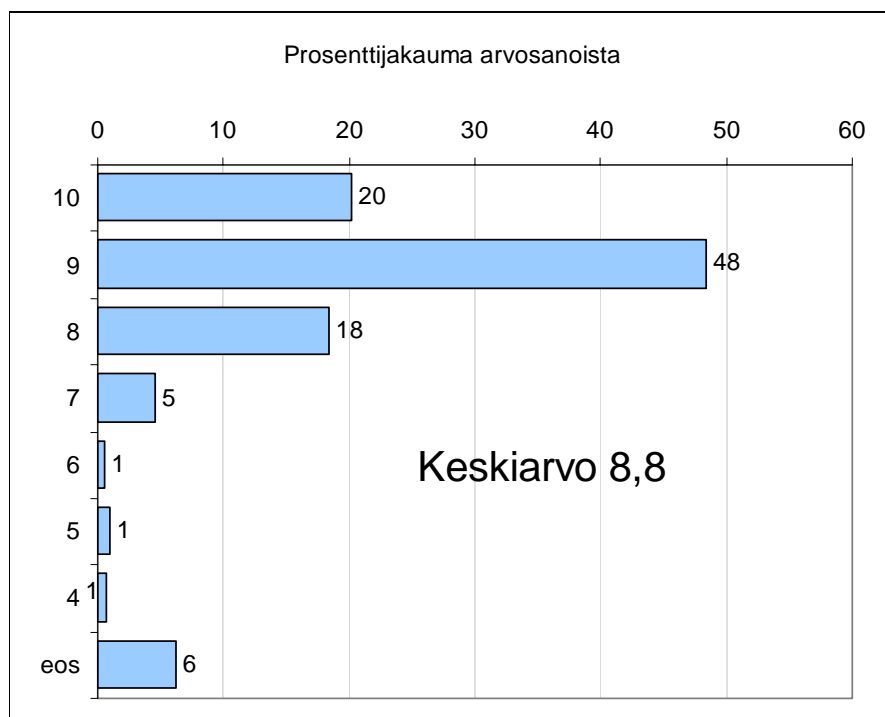
Tervetulojuhlan buffet-pöydissä oli kolme eri teemaa: ”Tampere”, ”Suomi” ja ”Muu maailma”. ”Tampere” - pöydissä tarjottiin mustamakkaraa, ”Suomi” - pöydissä oli tarjolla lohikeittoa, ja ”Muu maailma” – pöydissä wokkia, tapaksia, salaatteja ja tex-mex -vaikutteisia pikkuruokia. Ruokatarjonta oli hyvä ja monipuolinen, mutta koska pöydät oli ripoteltu pitkin sokkeloisia näyttelytiloja, kaikki eivät olleet löytäneet jokaista ruokapöytää, ja näin muutamille jäi sellainen mielikuva, että juhlassa ei tarjottu kuin mustamakkaraa ja lohikeittoa (jotka olivat tarjolla suuressa hallissa). Ruokapöytien opastus olisi pitänyt hoitaa paremmin, mitä projektiryhmä ei ollut tullut ajatelleeksi.

Lauantai-illan ohjelma koostui **Pääjuhlasta** ja Juhlaillallisesta. Molemmat ovat arvokkaita tilaisuuksia, joihin pukeudutaan juhlaillisesti. Pukeutumiskoodina oli miehillä tumma puku tai smokki ja naisilla juhlapuku, sekä molemmilla Suomen Yrittäjien yrittäjärinit ja järjestöansiomerkit. Ilta alkoi Pääjuhalla, joka järjestettiin Tampere-talossa. Seuraavassa Pääjuhlan ohjelmaluonnos:

18.00 Musiikkia (2 kappaletta), Nuorisokuoro Sympaatti
18.10 Avaussanat (7 min.), Suomen Yrittäjät ry:n puheenjohtaja Eero Lehti
18.20 Juhlapuhe (20 min.), Tasavallan Presidentti Tarja Halonen
18.45 Valtakunnallisten Yrittäjäpalkintojen jako, toimitusjohtaja Hannu Ketola, Fennia
19.25 Musiikkia (yksi kappaletta), Tampere filharmonian kvartetti
19.30 Päätössanat (5 min.), Suomen Yrittäjät ry:n toimitusjohtaja Jussi Järventaus
19.38 Maamme-laulu

Pääjuhlan järjestelyihin toi oman lisänsä presidentin paikalla olo. Presidentin saapumisen takia yleisön piti olla salissa istumassa viimeistään klo 17.45, jonka jälkeen sisään ei enää päässyt. Sisään ei myöskään päästetty ilman osallistumiseen oikeuttavaa nimikylttiä.

Pääjuhla ja Juhlaillallinen olivat täynnä ohjelmaa, joten niiden aikataulut olivat äärimmäisen tiukkoja, eikä viivytyksille ollut varaa. Pääjuhla oli tärkeä aikatauluttaa hyvin tarkasti, jotta sen jälkeisen Juhlaillallisen aikataulu ei petä. Pääjuhlassa suurimpana haasteena oli palkintojen jako, sillä joskus kiitospuheet venyttävät aikataulua liiaksi. Yllä olevasta aikataulutuksesta näkyy, että juhlan oli tarkoitus loppua klo 19.38, ja kuljetusten MetroAuto Areenalle, missä juhlaillallinen järjestettiin, piti alkaa 19.45. Siirtymisiin oli varattu aikaa 45 minuuttia, jonka aikana Tampereen Kaupungin liikennelaitoksen bussien oli määrä viedä juhlaansa Tampere-talon edestä MetroAuto Areenalle. Aikataulu ei kuitenkaan pitänyt, koska puheet kestivät lyhyemmän aikaa kuin oli arvioitu. Onneksi paikalla ollut projektiryhmän henkilökunta ymmärsi tilanteen ja myös TKL:n kuljetusvastaava reagoi tilanteeseen nopeasti ja sai TKL:n busseja paikalle lyhyellä varoitusaajalla. Etuajassa oleminen helpotti osaltaan tiukkaa aikataulua Juhlaillallisella.

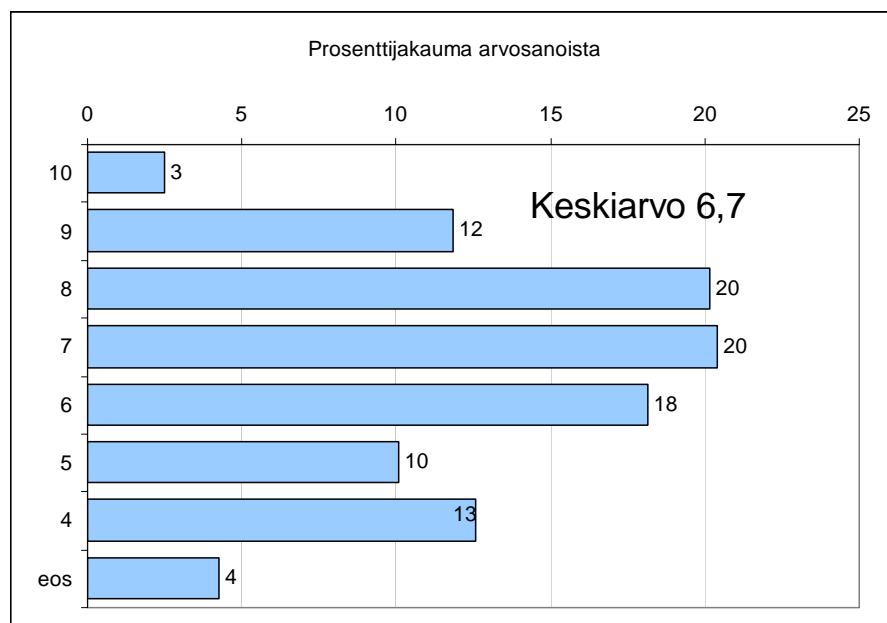


Kuvio 11 *Miten arvioisit pääjuhlan onnistuneen? (Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien 2004 tyytyväisyystutkimuksen raportti, Kauppalehti)*

Pääjuhla oli yleisön mielestä hyvin onnistunut. Erityisesti tasavallan presidentti Tarja Halonen oli erittäin pidetty ja odotettu puhuja. Yllä oleva kuvio osoittaa, että jopa 68 % osallistujista antoi pääjuhlalle kouluarvosanan 9 tai 10.

Yrittäjäpäivät huipentuvat perinteisesti lauantai-illan **Juhlaillalliseen**. Juhlaillallinen ja yrittäjätanssit pidettiin MetroAuto Areenalla. MetroAuto Areena on monitoimihalli, jonka saa muovattua sellaiseen muotoon, että sinne mahtuu syömään ja juhlimaan suuri joukko ihmisiä. Halliin sai juuri ja juuri katettua pöydät ja noutopöydät 2000 hengelle. Tilaa jäi myös hieman tanssimiselle, josko tanssitilaa olisi kaivattu enemmänkin. Ruoan ja tarjoilun juhlaillallisella hoiti Linkosuo Oy.

Juhlaillallisen aikana sattui pieni katastrofi, sillä juhlaillallinen pääsi loppumaan kesken. Linkosuo Oy hoiti pikaisesti paikalle korvaavia ruokia, mutta juhlavieraat, jotka joutuivat odottamaan ateriaansa, olivat todella järkyttyneitä tapahtuneesta. Tämä on malliesimerkki siitä, että jotain voi mennä pieleen, vaikka asiat olisi varmistanut moneen kertaan. Malliesimerkkinä voi myös pitää Linkosuo Oy:n suorittamaa jälkihoitoa, josta kerrotaan enemmän kappaleessa 4.1 ”Palautteen käsittely”.



Kuvio 12 *Juhlailallisen ja yrittäjätanssien onnistuminen (Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien 2004 tyytyväisyystutkimuksen raportti, Kauppalehti)*

Juhlailallisella oli kuitenkin muuten niin hyvä tunnelma, että edes ruoan väliaikainen loppuminen ei pilannut sitä. Tästä on osoituksena yllä oleva kuvio. Vaikka osa juhlijoista joutui pettymään ruoan suhteen ja arvioi juhlan epäonnistuneeksi, silti 35 % osallistujista arvioi iltajuhlan kouluarvosanalla 8 tai parempi.

2.3.2 Seuralaisen ohjelma

Seuralaisia laiminlyödään valitettavan usein tapahtumien järjestämisessä. Heidän merkitystään tapahtumalle ei ole ymmärretty. (Aarrejärvi 1994:109). Etenkin kun kyse on yrittäjäjuhlasta, jossa seuralainen on usein myös yrityksen toiminnassa mukana oleva puoliso, tulisi seuralaisen huomioimiseen kiinnittää erityistä tarkkaavaisuutta.

Seuralainen on vähintäänkin yhtä tärkeä, kuin juhlaan pääasiallisenä vieraana ilmoittautunut yrittäjä. ”Seuralaisen kautta siivilöityy tapahtuman anti varsinaisille osanottajille, sillä seuralaisilla on aikaa kuunnella, katsella ja kysellä” (Aarrejärvi 1994:109). Heille jää mieleen ihmisistä saatu mielikuva, järjestelyjen taso ja onnistuneisuus ja heidän mielipiteensä usein painaa myös itse osallistujan arvioidessa tapahtuman onnistumista.

Yrittäjäpäivien iltajuhlat ovat perinteisesti tärkeitä seuralaistilaisuuksia. Muuten Yrittäjäpäivien ohjelmassa ei ole yleensä otettu

huomioon seuralaisia, vaan on oletettu, että he halutessaan osallistuvat Yrittäjöpäivien ohjelmaan, tai suunnittelevat ohjelmansa itsenäisesti.

2.3.2.1 Seuralaisen ohjelma Yrittäjöpäivillä 2004

Vuoden 2004 Valtakunnallisten Yrittäjöpäivien ohjelmassa haluttiin ottaa myös seuralaiset huomioon. Alun perin retket järjestettiin nimenomaan seuralaisia ajatellen, mutta kaikki osallistujat olivat toki tervetulleita. Erityisesti perjantain kulttuuripainotteiset retket olivat järjestetty seuralaisia ajatellen, koska oletettiin että liittokokous ja Pisesvoorumi eivät välttämättä kiinnostaneet heitä. Retket olivat hyvin suosittuja, ja pieneksi ongelmaksi muodostuikin se, että retket olivat osittain päällekkäin muun ohjelman kanssa. Täten osallistuja ei voinut osallistua kaikkeen järjestettyyn ohjelmaan, vaan hänen täytyi tehdä valintoja ohjelmien välillä. Valintojen tekeminen tuotti osalle osallistujista ongelmia.

Kuten jo aikaisemmin tässä kappaleessa mainittiin, Yrittäjöpäivien iltajuhlat ovat perinteisesti tärkeitä seuralaistapahtumia. Iltajuhlissa tavataan ystäviä, tuttavuuksia, ja liiketuttavuuksia, ja rentoudutaan ja pidetään hauskaa yhdessä irti työmaailmasta. Kappaleessa 3.2.1.2. onkin käsitelty iltaohjelmat ja niiden vahvuudet ja heikkoudet.

3 Toteutusvaihe

3.1 Projektiryhmä

Toimivan tapahtumanjärjestelyorganisaation rakenteeseen kuuluu nopea ja vääristymätön tiedonkulku, tehokas päätöksenteko, määritellyt työnjako, sekä toiminnot ja asema, ja toimintojen välinen yhteistyö. Siihen, kuinka tällainen järjestelyorganisaatio perustetaan, on olemassa lukuisia eri organisaatiomalleja (Antikainen, Sutinen 1996:25/1.33). Täytyy kuitenkin muistaa, että ei ole olemassa yhtä oikeaa optimaalista organisaatiomallia, vaan kuhunkin tilanteeseen ja tapahtumaan on sovellettava parhaiten sopivaa ja käytettävissä olevaa organisaatiomallia.

Yrittäjöpäivien järjestelyorganisaation malli oli luonnollisesti projektioorganisaatio, koska tapahtuma toteutettiin projektin luontoisesti. Projektioorganisaatiomalli on yleisin käytetty organisaatiomalli (Antikainen, Sutinen 1996:27/1.33). Projektioorganisaatio muotoutuu heterogeenisestä joukosta ihmisiä, jotka ovat kosketuksissa tai jollain tavoin tekemisissä tapahtumanjärjestäjän kanssa.

Organisaation toimijoiden kyvyt ratkaisevat myös paljon heidän rooliaan järjestelyissä. Kauhanen ym. listaavat projektiryhmän jäsenten toivottavia ominaisuuksia. Ammattitaidon lisäksi niitä ovat: innostuneisuus, tiimityötaito, positiivinen asennoituminen projektityötä kohtaan, todellinen motivaatio ja sitoutuminen konkreettisten tehtävien hoitamiseen (Kauhanen, Juurakko, Kauhanen 2002:94). Salonen korostaa, että henkilöiden, joille luotetaan projektiin kuuluvia vastuullisia tehtäviä, tulee olla ennen kaikkea luotettavia (Salonen 1992:65).

Vuoden 2004 Yrittäjäpäivien käytännön järjestelyt hoitanut ryhmä toimi pääsääntöisesti hyvin. Kun tarkastellaan ryhmää tarkemmin, nousee esille muutama asia, jotka korjaamalla ryhmä olisi voinut toimia vielä tehokkaammin ja vaivattomammin:

1. Ryhmä oli suuri ja ns. epäsäännöllinen

Jos ryhmä olisi ollut pienempi ja tarkasti määritelty, olisi työskentely ollut intensiivisempää ja tehokkaampaa. Pienessä ryhmässä ihmisillä on taipumus ottaa enemmän vastuuta, kun taas suuressa ryhmässä sitä on helpompi paeta. Epäsäännöllinen ryhmä tarkoittaa sitä, että osa projektiryhmästä osallistui järjestelyihin vain silloin tällöin, jolloin oli vaikea hahmottaa projektiryhmän todellisia jäseniä. Suureen ja epäsäännölliseen ryhmään liittyy myös toinen ongelma, joka on nopea ja vääristelemätön tiedonkulku. On tärkeää, että ryhmässä on selkeästi rakennettu sisäisen tiedottamisen järjestelmä.

2. Vastuujakoa ei ollut tehty selkeästi

Vastuualueet oli luonnollisesti jaettu pääpiirteittäin. Osaksi kuitenkin myös ryhmän epäsäännöllisyydestä johtuen, kaikkia vastuualueita ei ollut jaettu tarkasti, vaan tehtävät hoidettiin sillä periaatteella, että se hoitaa kuka ehtii. Joustavuus on ryhmätyöskentelyssä erittäin hyvä asia, ja projektityöskentelyssä jopa elintärkeää sen vaihtelevuudesta johtuen, mutta välillä edes ryhmän sisällä ei tiedetty kuka asiaa hoitaa, vai hoitaako kukaan.

3. Päätöksenteko oli hidasta

Projektiryhmän suuri koko vaikutti siihen, että päätökset syntyivät hitaasti. Suuressa ryhmässä on niin monta mielihäilyä kuin on henkilöitäkin. Mielipiteet ja keskustelu ovat hyvä asia projektiryhmän sisällä, esimerkiksi projektin alkuvaiheessa kun on tarkoituskin ideoida ja sille on varattu aikaa. Projektin edetessä on kuitenkin tärkeää, että projektia viedään eteenpäin määrätietoisesti ja pysytään aikataulussa, jolloin suuri ryhmä ja valmistelemattomat kokoukset ovat projektin aikataululle suuri painolasti. Hidas päätöksenteko johtui ehkä osaksi myös kahden vastuullisen järjes-

täjän ongelmasta, jota käsitellään työssämme kohdassa 3.1.2 ”Työnjako ja vastualueet vuonna 2004”.

Myös Suomen Yrittäjät ry:n järjestöjohtaja Kari Hiltunen tunnistaa edelliset ongelmakohdat todetessaan haastattelussa seuraavasti: ”Yrittäjöpäivien johtoryhmä on sinänsä ollut melko tehokas organisaatio. Erään ongelman aiheuttaa se, että alueorganisaation ihmiset vaihtuvat vuosittain ja riippuen vähän alueorganisaation resursseista ja toimihenkilöiden kokemuksista suurten tapahtumien järjestämisessä, on valmistelun taso vaihdellut vuosittain. Joissakin tapauksissa on tullut käytännön päätöksenteossa ongelmia, jos alue- ja keskusorganisaation edustajien näkemykset ovat eronneet paljon käytännön asioiden hoitamisessa. Tällöin päätöksenteko on joskus hidastunut, koska kummallakaan osapuolella ei ole ollut viimekäden päätösoikeutta, vaan kannat on pitänyt sovitella yhteen.”

3.1.1 Projektiesimies

Projektioorganisaation esimiehen tehtävä on erittäin merkityksellinen ja vaativa. ”Mitä suurempi projekti on kyseessä, sitä enemmän tarvitaan sen johtamista” (Salonen 1992:39). Projektiesimiehen tulee olla kykenevä yhdistämään asia ja oikea ihminen hoitamaan kyseistä asiaa, jotta saavutetaan haluttu lopputulos. Projektiesimiehen piirteistä tärkein ei suinkaan ole valta, vaan vuorovaikutustaito (Salonen 1992:67), jotta projektin toimijat tekevät työnsä tunnollisesti ja mielellään.

Projektiesimies on myös tapahtuman tärkein pr-henkilö, joka toimii kongressiin kutsujana. Vastaanottaja kokee kutsun henkilökohtaiseksi, kun tapahtumalla on isäntä, jonka voi tunnistaa. Hyvä projektiesimies keskittyy pääasiallisesti järjestelyjen valvontaan. Hänen on luotettava projektiryhmän jäsenten ammattitaitoon, sillä hän ei voi haalia itselleen kaikkia tehtäviä. Tehtävät kuuluvat pääsääntöisesti toimikunnille tai muille vastuuhenkilöille. (Aarjärvi 1994:32). Valtakunnallisten Yrittäjöpäivien kohdalla järjestelyvastuu on projektiryhmällä, joka koostuu yleensä aluejärjestön ja kongressitoimiston henkilökunnasta.

Projektiesimiehen tehtäviin kuuluu pitää huolta toimikunnan/projektiryhmän säännöllisistä kokoontumisista, sekä valvoa osaprojektien toteutumista, aikataulujen pitämistä ja seurata taloutta talousvastaavan raporttien mukaisesti. Projektiesimiehen on oltava jatkuvasti perillä projektin etenemisestä ja aikataulujen pitämisestä, toteavat Kauhanen ym. (Kauhanen, Juurakko, Kauhanen 2002:93).

Projektiesimiehen tärkeimpiä tehtäviä ovat siis:

- ajankäytön suunnittelu
- tilankäytön suunnittelu
- rahankäytön suunnittelu ja toteuttaminen
- henkilöstön työnohjauksen suunnittelu, toteutus ja valvonta

(Kauhanen, Juurakko, Kauhanen 2002:119)

Projektiesimiehen tehtävä on vaikea ja aikaa vievä. Projektiesimiehen on oltava mukana koko ajan projektin tapahtumissa ja tiedettävä missä mennään, mutta silti hänen on pysyteltävä sen verran etäisenä projektista, jotta voi nähdä sen koko ajan kokonaisuutena ja tarttua heti epäkohtiin niiden ilmetessä. Projektiesimiehen olisi pyrittävä pitämään aikataulunsa joustavana yllättäviä tilanteita varten. Hänen on osattava arvioida oma ajankäyttönsä, ja mietittävä tärkeysjärjestystä yksityiselämän ja tapahtumanjärjestämisen välillä.

Kirjassa Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus (Kauhanen, Juurakko, Kauhanen 2002:121) painotetaan sitä, kuinka tärkeä osa esimiehen työskentelyä on työtehtävien jakaminen eli delegointi. Tehtäviä jaettaessa on hyvä kertoa selkeästi mitä tehdään ja miksi. Täten kaikki projektiryhmän jäsenet saavat kuvan projektista kokonaisuutena, mutta voivat edelleen keskittyä ensisijaisesti omiin tehtäviinsä.

Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien käytännönjärjestelyt hoitavan ryhmän projektiesimies on aina paikallisen aluejärjestön toimitusjohtaja. Etsiessämme projektista kehityskohteita, TAVI:n Anja Hakkarainen toi esille vaihtoehdon, että projektiesimiehenä voisi toimia esimerkiksi joku kongressitoimiston työntekijä, tai muun mahdollisen ammattimaisen tapahtumajärjestäjätahon henkilö. Tällöin esimiehenä olisi ”alan ammattilainen”, joka ei olisi liian lähellä järjestävää organisaatiota, tässä tapauksessa yrittäjäjärjestöjä. Ammattilaisena hänellä olisi myös selkeä kuva siitä, mitä kaikkea tapahtuman järjestäminen vaatii. Hän osaisi toimia päämäärätietoisesti ja tehokkaasti.

3.1.2 Työnjako ja vastualueet vuonna 2004

Projektin työt ja vastuut jakautuivat kongressitoimisto TAVI:n, Pirkanmaan Yrittäjien, ja Suomen Yrittäjien kesken, kuten jo aikaisemmin on todettu. TAVI ja Pirkanmaan Yrittäjät hoitivat yhdessä tapahtuman käytännön järjestelyt. Suomen Yrittäjät valvoivat ja hallinnoivat järjestelyjä.

Pirkanmaan Yrittäjät ja TAVI hoitivat yhdessä ohjelman järjestämisen ja pitivät tapauskohtaisesti sovitulla tavalla yhteyttä sidosryhmiin sekä osallistujiin. Pirkanmaan Yrittäjät muun muassa johti

markkinointia ja hoiti yhteistyötä paikallisyhdistysten kanssa. Ilmoittautumisjärjestelyistä vastasi TAVI, joka luonnollisesti hoiti kongressitoimistona ilmoittautumisten vastaanoton, niiden rekisteröinnin, hotellimajoitukset ja kaiken maksuliikenteen.

”Useat” pienet aivot” ovat parempi vaihtoehto kuin harvat ”isot aivot”, kun organisaatio on saatava toimimaan tehokkaasti.” (Sarala 1997:5) Jotta useat pienet aivot kuitenkin pystyisivät toimimaan tehokkaasti, projektiorganisaation vastuut ja valtuudet toimia täytyy olla tarkoin määritellyt (Salonen 1992:39). Jokaisen on tiedettävä, mikä kuuluu itselle ja kaikilla tulee olla yhteinen tavoite ja päämäärä, jonka eteen ponnistellaan. Kuten aikaisemmin on todettu, vastuunjako oli joiltain osin hieman epäselvä vuoden 2004 projektiryhmän kesken. Ryhmä työskenteli hyvin ja hyvässä hengessä, mutta projektin jäsenien työskentelyä olisi helpottanut ja tehostanut tieto siitä, kenen puoleen kääntyä kussakin asiassa. Myös resurssisuunnittelun kannalta olisi ollut tärkeää jakaa työt ja vastuut tarkasti ja riittävän aikaisin.

Yrittäjöpäivien järjestelyissä tuli vastaan niin kutsuttu ”kahden vastuullisen järjestäjän ongelma”. Kongressitoimiston oli välillä vaikea toimia tehokkaasti, kun ei tiennyt kenen puoleen asioissa pitäisi kääntyä, eli kuka on kyseisessä asiassa päättävä taho. Ongelma voitaisiin ratkaista selkeällä vastuun jakamisella myös järjestävien organisaatioiden kesken. TAVIn, eli tapahtuman kongressitoimiston, toimitusjohtaja Anja Hakkarainen sanoi haastattelussaan, että kongressitoimiston näkökulmasta olisi hyvä, jos vastuullisia järjestäjiä olisi vain yksi. Tällöin resursseja ei hukkuisi mietittäessä, kumman puoleen missäkin asiassa käännytään.

3.1.3 Käytännön työskentely

”Kun et tiedä, minne olet menossa, mikä tahansa tie voi viedä sinut sinne.” - Konosuke Matsushita (Salonen 1992:89).

Usein aktiivisimmat järjestelyorganisaation henkilöt kuormittuvat työtaakalla haluamattaankin eniten. Tämä oli havaittavissa myös vuoden 2004 Yrittäjöpäivien järjestämisessä. TAVI:n Anja Hakkaraisen on kerrottu jo aikaisemmin mainitsevan parannusehdotuksena seuraaville vuosille, että projektiorganisaation keskuudessa vastuut voisi määritellä tarkemmin, jotta työskentely olisi tehokkaampaa ja helpompaa (Hakkarainen 22.2.2005, haastattelu). Jos Hakkaraisen ehdotusta noudatetaan, jokainen saisi hoitaakseen tietyn työosan, jolloin eivät aktiivisemmatkaan projektiryhmän jäsenet kuormittuisi liikaa.

3.1.3.1 Kokoukset

Säännöllinen kokousrytmi on tärkeää tapahtumaa suunniteltaessa. Kokoukset ovat tärkeitä etenkin talouden seurannan ja informaation kulun kannalta (Kauhanen, Juurakko, Kauhanen 2002:96). Myös Yrittäjäpäivien järjestelyorganisaation kokoukset järjestettiin tiedonkulun vuoksi. Talousseurantaa hoidettiin johtoryhmän kokouksissa. Jos säännöllisiä kokouksia ei pidetä, edessä voi olla esimerkiksi tilanne, jossa talous on mennyt miinukselle, tai sähköpostilla välitetty tieto ei ole mennyt perille kaikille projektiryhmän jäsenille.

Kokousten valmisteluun on syytä käyttää aikaa. Tehottomat ja huonosti valmistellut kokoukset syövät aikaa ja muita resursseja. Aikataulusta lipsuminen, puheenjohtajan taitamattomuus, osallistujien passiivisuus, keskustelun rönsyily ja se, ettei päätöksiä synny tai niitä ei kirjata, ovat yleisimpiä kokousten virheitä (Kauhanen, Juurakko, Kauhanen 2002:96). Kyseiset virheet olivat havaittavissa myös vuonna 2004 Yrittäjäpäivien järjestelyorganisaation kokouksia pidettäessä. Jokainen kokous tulisi valmistella huolella ja itse kokous tulisi hoitaa siten, että kokouksesta on hyötyä jatkotoimenpiteitä ajatellen (Salonen 1992:61).

3.1.3.1.1 Kokousryhmät ja kokoustyöskentely vuonna 2004

Vuoden 2004 Yrittäjäpäivien järjestämisprojektin aikana kokoon-tui säännöllisesti kolme eri ryhmää: Johtoryhmä, Ohjelma- ja markkinointiryhmä, sekä Pirkanmaan Yrittäjät ja TAVI yhdessä järjestelyjen projektiryhmänä. Johtoryhmän kokoukseen osallistui- vat Suomen Yrittäjien, Pirkanmaan Yrittäjien ja TAVI:n Yrittäjä- päivistä vastaavat henkilöt. Ohjelma- ja markkinointiryhmän ko- kouksiin osallistui yhteistyökumppaneiden edustajia, ja Suomen Yrittäjien, Pirkanmaan Yrittäjien ja TAVI:n edustajat. Pirkanmaan Yrittäjien ja TAVI:n yhteisiin kokouksiin osallistui projektiryhmä, eli Pirkanmaan Yrittäjien ja TAVI:n koko se henkilöstö, joka oli mukana Yrittäjäpäiviä järjestämässä.

Johtoryhmän kokouksissa päätettiin kaikki suuremmat linjaukset. Johtoryhmä käsitteli esimerkiksi seuraavia asioita: budjettitilanne, markkinoinnin tilanne, hinnoittelu, yhteistyökumppaneihin liittyvät asiat ja sopimustilanne.

Markkinointi- ja ohjelmaryhmä koostui yhteistyökumppaneista ja johtoryhmästä. Se päätti suurimmaksi osaksi standeista ja ohjel- masta luentojen ja retkien osalta. Lisäksi sponsorit hoitivat mark- kinoinnin omille asiakkailleen.

Pirkanmaan Yrittäjien ja TAVI:n, eli projektiryhmän, väliset kokoukset olivat vakiomuotoisia. Kokouksien asialista oli lähes seuraavanlainen:

1. Ilmoittautumistilanne
2. Markkinointi
3. Ohjelma
4. Pisesvoorumi
5. e-Kortti
6. Tapahtumapaikat
7. Kuljetukset
8. Yhteistyökumppanit
9. Ilmoitus/muut asiat

Kokouksissa käytiin läpi aina sen hetkinen ilmoittautumistilanne, joka auttoi markkinoinnin suunnittelussa eteenpäin. Ilmoittautumistilanne selvisi TAVI:n laatimasta raportista, johon oli koottu tiedot ilmoittautuneista aluejärjestöittäin ja pirkanmaalaisista vielä paikallis- ja kaupunginosayhdistyksittäinkin. Sen lisäksi raportista kävi ilmi osallistumistyytit (vain perjantaille, vain lauantaille, vai perjantaille sekä lauantaille osallistuminen) ja ilmoittautuneiden määrät eri ohjelmiin; iltatapahtumiin, luennoille ja retkille. (Liite 4: Ilmoittautumistilasto/ Osanottajaraportti) Raportti laadittiin viikoittain, jotta pysyttiin ajan tasalla ilmoittautumistilanteesta, ja markkinoinnissa kyettiin tarvittaessa reagoimaan hyvinkin nopeasti.

Markkinoinnin kohdalla todettiin tai päätettiin seuraavista markkinointitoimenpiteistä ja niiden ajankohdista. Ohjelmaa ja tapahtumapaikkoja käytiin kokouksessa läpi sitä tarkemmin, mitä lähemmäksi Yrittäjöpäivä-viikonloppu tuli. Projektiryhmä mietti kohta kohdalta, missä joku asia voisi mennä pieleen ja pyrki minimoimaan kyseisen riskitekijän erilaisilla toimenpiteillä. Pisesvoorumin ilmoittautumistilannetta seurattiin myös tarkkaan. Pisesvoorumille oli asetettu erillinen kävijämäärätavoite ja oli tärkeää, että markkinoinnissa voitiin reagoida nopeasti, jos näytti, ettei tavoitteeseen ehkä päästäkään. Kokouksissa käsiteltiin niin ikään yhteistyökumppaneihin, kuljetuksiin ja e-Korttiin liittyviä asioita ja eteen tulleita ongelmia.

Järjestelykokoukset tahtoivat aina venyä. Jari Jokilampi totesikin, että kokoukset sujuivat yleisesti hyvin, mutta olisivat voineet olla tehokkaampia (Jokilampi 22.2.2005, haastattelu). Hänen mielestään oli kuitenkin tärkeää jättää aikaa ja tilaa vapaalle ideoinnille. Vuoden 2004 Yrittäjöpäivien järjestelyorganisaation kokoustyöskentelyssä voidaankin todeta kaksi yleisimmistä kokoustyöskentelyn virheistä: keskustelun rönsyily ja aikataulusta lipsuminen. Muun muassa näiden syiden takia on hyvin tärkeää valmistella kokous aina huolellisesti.

3.1.3.1.2 Muistiot

Muistiot ovat sitä tärkeämpiä dokumentteja, mitä pidemmälle projekti etenee (Salonen 1992:57). Mitä pidemmälle projekti etenee ja mitä lähempänä tässä tapauksessa Yrittäjäpäivät alkoivat olla, sitä enemmän oli tehtävää, jonka takia muistion kirjoitus tahtoi jäädä kerääntyneiden töiden alle.

Muistioihin on kuitenkin kirjattu kaikki kokouksissa päätetty jatkoon kannalta olennainen ja kokouksessa sovittu tehtävä työ, joten ne olisi tärkeää saada ajoissa eteenpäin kaikille kokouksessa olleille, varsinkin kokouksessa päätettyjä asioita hoitaville tahoille. Muistioiden tehtävä on siten myös kontrolloida, että sovitut työt tulevat hoidettua (Salonen 1992:61).

3.2 Tiedottaminen

Kaikki yhteydenotot on hoidettava samalla huomaavaisuudella, vaikka ne olisivatkin vastaanottajan mielestä vähäpätöisiä tai itseltään selviä. Kysymys on aina asiakaspalvelusta ja myös tilaisuuden markkinoinnista. Jokaisen yhteydenoton takana on kuitenkin potentiaalinen asiakas. (Aarrejärvi 1994:34).

”Huonosti välittyvä tieto tai informaatiokatkokset voivat kaataa muutoin hyvin suunnitellun kokonaisuuden.” (Antikainen, Sutinen 1996:1/1.14) Parannettu viestintä puolestaan auttaa vähentämään riskejä (Salonen 1992:53). Kun asioista ollaan tietoisia, ei asioiden hoitaminen ja tapahtuman onnistuminen voi kaatua ainakaan osapuolten tiedottomuuteen.

Tiedottaminen täytyy tapahtua reaaliajassa jatkuvana toimivana prosessina ja joka suuntaan, sekä sisäisesti että ulkoisesti. Sisäisellä tiedottamisella voidaan vaikuttaa sitoutumiseen ja me-henkeen (Antikainen, Sutinen 1996:43/1.79) ja ulkoinen tiedottaminen on olennaista jo markkinoinnin tukena ja tiedotusvälineiden ja tapahtumajärjestäjän yhteistyön kannalta.

3.2.1 Sisäinen tiedottaminen

Kauhanen ja muut suosittelevat, että sisäisessä tiedottamisessa pidetään periaatteena tiedottaa asioista ensin omalle väelle ja sitten vasta ulkopuolisille. Tämä motivoi omaa väkeä, sillä näin työntekijät tuntevat että heitä arvostetaan (Kauhanen, Juurakko, Kauhanen 2002:116).

Projektiesimies Jari Jokilampi mainitsee, että Pirkanmaalla luotiin me-henkeä, jotta Yrittäjäpäiville olisi saatu osallistumaan paljon ”isäntäväkeä” (Jokilampi 22.2.2005, haastattelu). Me-henkeä luotiin tiedottamalla pirkanmaalaisille järjestetyistä edullisemmista hinnoista ja houkuttelemalla pirkanmaalaisia yrittäjäjärjestön paikallisyhdistyksiä mukaan retkien järjestämiseen. Retkien järjestämisestä oltiin innoissaan ja retkiä olisikin tullut paljon enemmän, kuin ehdittiin ja pystyttiin lopulta järjestämään (Hakkarainen 2.3.2005, haastattelu).

3.2.1.1 Tiedottaminen projektiryhmässä

Viestinnässä varsinkin projektiesimiehen kommunikaatiotaitoja testataan. Viestinnän epäonnistuminen aiheuttaa sen, että projektiryhmän työntekijät näkevät tavoitteet hyvin epämääräisinä ja heidän motivoitumisensa töiden hoitamiseen on sen mukaista. Viesti menee kaikista parhaiten perille, kun se vastaa vastaanottajan tarpeisiin, motivaatioon ja arvoihin. Viestin sisältö ei kuitenkaan voi muotoutua niiden mukaan (Kauppakaari ja Lassila 2002:87).

Projektiryhmälle tiedottamiseen sisältyy olennaisesti kokouksista tiedottaminen. Projektiryhmätiedotuksen on oltava luotettavaa esimerkiksi yhteistyön saumattomuuden takaamiseksi. Tiedottaminen on usein sitä vaikeampaa, mitä enemmän järjestelyorganisaatioon kuuluu ihmisiä. Tämä oli selvästi havaittavissa Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien järjestämisessä Tampereella 2004.

Jokilampi mainitsee, että viestintä järjestäjien keskuudessa ”takkuili” ajoittain (Jokilampi 2.3.2005, haastattelu). Hän kuitenkin muistuttaa, että viestintä on aina kaksisuuntaista ja hankala laji. Kumpikin osapuoli on omalta osaltaan vastuussa viestinnänkulun heiketessä. Myös Suomen Yrittäjien Kari Hiltunen on huomannut tiedonkulun ongelman ja toteaa, että tieto ei ole aina kulkenut riittävän hyvin keskusorganisaation, eli Suomen Yrittäjät ry:n, ja järjestävän aluejärjestön välillä (Hiltunen 8.3.2005, haastattelu).

3.2.2 Ulkoinen tiedottaminen

Ulkoisen tiedottamisen kohderyhmiä ovat potentiaalinen yleisö, myyntikanava ja joukkotiedotusvälineet. Ulkoinen tiedottaminen on siis läheisesti tekemisissä markkinoinnin kanssa. Sitä voidaan pitää osana markkinoinnin toimenpiteitä. Muun muassa tiedotusvälineiden kanssa tehtävän yhteistyön tavoitteenahan on tapahtumajärjestäjän näkökulmasta saavuttaa ilmaista mainostilaa medioissa (Antikainen, Sutinen 1996:43/1.79).

Ennen kuin ulkoinen tiedottaminen on luotettavaa ja uskottavaa, tulee organisaation sisäisen viestinnän olla kunnossa. Jotta asioista voidaan mennä puhumaan ulkopuoliselle tai potentiaaliselle asiakkaalle, tulee organisaation omien työntekijöiden olla hyvin selvillä kaikista organisaatiota ja Yrittäjäpäivien tapauksessa niiden järjestämiseen liittyvistä olennaisista asioista, sillä henkilökunnalta saatetaan tiedustella hyvinkin useita ja erilaisia asioita. Luotettavuuskuva tapahtumaa ja järjestävää organisaatiota kohtaan heikkenee, jos projektiryhmän työntekijät tai muut tapahtuman järjestämiseen kuuluvat työntekijät eivät tiedä asioista riittävästi. Tiedottaminen potentiaaliselle yleisölle tulee olla niin ikään rehellistä, sillä järjestäjään luottava yleisö osallistuu tapahtumaan paljon helpommin ja mieluummin.

3.2.2.1 Tiedottaminen sidosryhmille

Ulkoisen tiedottamisen kohteeksi luetaan myös sidosryhmät. Sidosryhmätiedotus käsittää tiedottamisen alihankkijoille ja muille yhteistyötahoille. Sidosryhmätiedottamista voi verrata tiettyssä suhteessa projektiryhmälle tiedottamiseen, sillä muun muassa alihankkijat ovat osaltaan myös vastuussa tapahtuman järjestelyistä.

Asiallisesti toteutettu tiedottaminen parantaa toiminnan luotettavuuskuvaa ja helpottaa yhteistyön syntymistä ja sujumista sidosryhmien ja tapahtumajärjestäjien välillä. (Antikainen, Sutinen 1996:43/1.79). Sidosryhmät ovat projektiryhmän tapaan sitä sitoutuneempia, mitä enemmän heitä asioista tiedotetaan. Selkeä ja ajantasainen tiedottaminen helpottaa ja nopeuttaa sidosryhmien työtä: sidosryhmillä on tiedottamisen myötä järjestettävästä tapahtumasta ja järjestäjien haluista selkeä ja ajantasainen kuva.

Vuonna 2004 sidosryhmien kanssa pidettiin paljon kokouksia, jotka oli järjestetty nimenomaan yhdessä päätettävien asioiden ja tiedonkulun vuoksi.

3.3 Markkinointi

Tapahtumaan saavutaan Antikaisen ja Sutisen mukaan neljästä eri syystä. Näitä ovat: 1. sisältö (siinä jotakin, joka halutaan kokea), 2. oma suoritus (osallistutaan omalla suorituksella), 3. halu liittää itsensä tapahtumaan, eli samaistua tapahtuman imagoon ja 4. sosiaalisuuden kokeminen (Antikainen, Sutinen 1996:1/1.7).

Toisin sanoen Yrittäjäpäiville osallistutaan, koska: mielenkiintoinen sisältö houkuttelee, halutaan olla mukana omalla panoksella juhlimassa yrittäjyyttä ja omaa työuraa, eli osallistua omalla suorituksella ja samaistua tapahtuman Yrittäjä-imagoon ja -joukkoon, sekä olla tekemisissä kollegoiden kanssa, toteuttaa sosiaalisuuden ja yhteenkuuluvuuden tarvetta.

3.3.1 Tapahtuma tuotteena

Tapahtuma on vaikea ”tuote” markkinoida muun muassa siksi, että se on elämys, abstrakti kokemus, jota asiakas ei osta pelkästään aineellisilla perusteilla tai järkisyillä. Kuluttajat ovat tarkkoja ajataan ja vaativat sen vuoksi monipuolisia elämyksiä, jotka mahdollisesti vielä ovat heitä henkilökohtaisesti tai ammatillisesti hyödyttäviä (Antikainen, Sutinen 1996:10/1.74). Yrittäjäpäivillä 2004 ohjelma oli erittäin monipuolinen ja se tuotti osaksi myös negatiivista palautetta, koska ihmiset eivät ehtineet osallistua jokaiseen ohjelmanumeroon, vaan heidän täytyi valita ohjelmien välillä.

Tapahtumaa markkinoitaessa on olennaista saada luotua potentiaaliselle kävijälle haluttu mielikuva sillä tapahtuman mielikuva, imago tai vaikutelma on se pohja, jonka avulla osallistuja samaistaa itsensä tapahtumaan. (Antikainen, Sutinen 1996:11/1.7). Se, mitä potentiaaliset kävijät uskovat kokevansa tapahtuman aikana, vaikuttaa myös heidän osallistumispäätökseensä. Mielikuvan muodostumiseen vaikuttavia tekijöitä ovat: informaatio, asenteet, tunteet ja kokemukset. (Antikainen, Sutinen 1996:12/1.74)

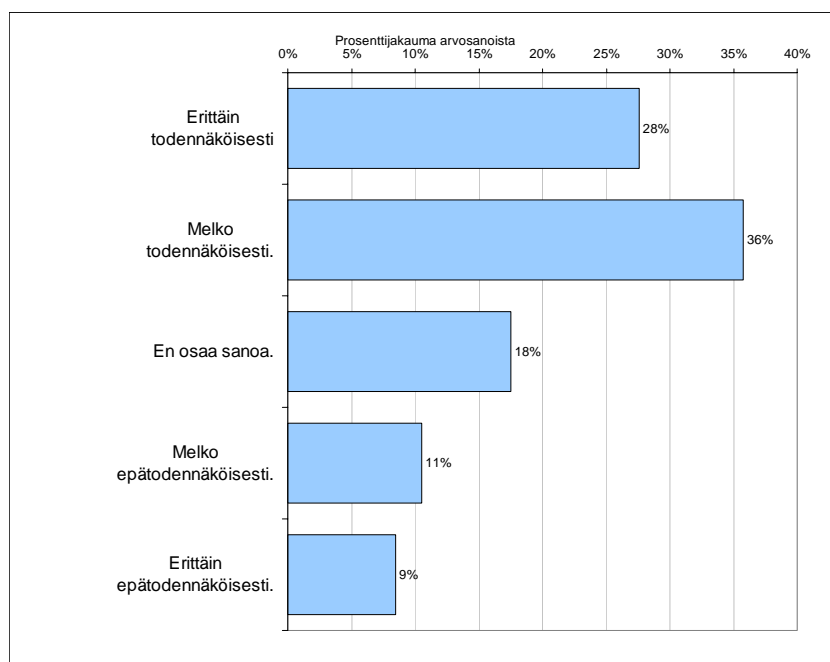
Jokaiset Yrittäjätapahtumat muovaavat yrittäjien kuvaa Yrittäjätapahtumista yleensä ja vaikuttavat seuraavien vuosien osallistumishalukkuuteen. Vasta paikanpäällä voidaan sanoa, kun yrittäjät pääsevät kokemaan puitteiltaan joka vuosi erilaisen tapahtuman, kokevatko he tapahtuman omakseen ja juuri itselleen joka vuosi suunnatuksi.



Kuvio 13 *Oletko aikaisempina vuosina osallistunut Valtakunnallisille Yrittäjätapahtumille? (Valtakunnallisten Yrittäjätapahtumien 2004 ennakoititutkimuksen raportti, Innolink Research Oy)*

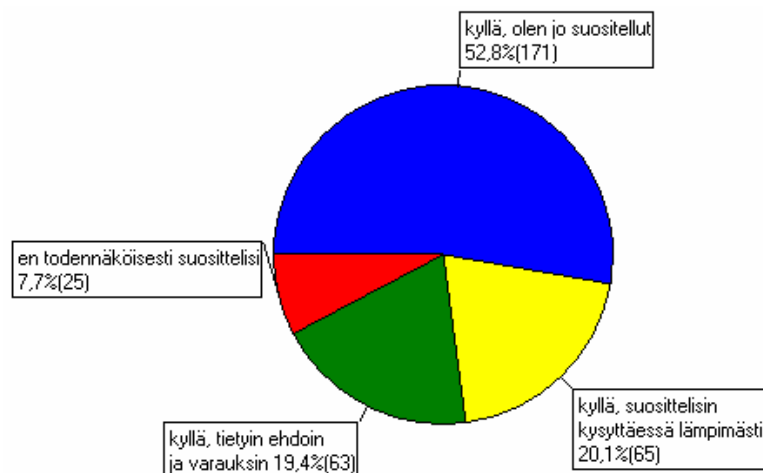
Ennakointitutkimukseen vastanneista 26,9 % on tottuneita Yrittäjätapahtumilla kävijöitä, 12,5 % on ollut Yrittäjätapahtumilla kerran aikaisemmin ja yllättävän suuri osa, 60,7 % ei ole aikaisemmin osallistunut Yrittäjätapahtumille. Ennakointitutkimus tehtiin 2000 Pirkanmaan Yrittäjät ry:n jäsenelle, sekä Suomen Yrittäjien aluejärjestöjen hallitusten jäsenille (myös noin 2000 henkilöä). Ennakointitutkimuksen materiaali kerättiin kahdella eri lomakkeella. Toinen lomake oli pirkanmaalaisille (ks. Liite 5, s.93) ja toinen muualta Suomesta kotoisin oleville (ks. Liitteet 7, 89).

Suuri osa useampia kertoja Valtakunnallisille Yrittäjätapahtumille osallistuneista ilmoittaa osallistuneensa lähes kaikille viime vuosien aikana järjestetyille Yrittäjätapahtumille. Yhden kerran Yrittäjätapahtumille osallistuneilla vastaajilla osallistumiskaupunkina korostuvat mm. Pori, Lahti, Helsinki ja Tampere.



Kuvio 14 *Kuinka todennäköisesti olet mukana vuoden 2005 Yrittäjäpäivillä Joensuussa? (Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien 2004 tyytyväisyystutkimuksen raportti, Kauppalehti)*

Kauppalehden jälkitutkimuksessa Yrittäjäpäiville 2004 osallistuneilta kysyttiin, kuinka todennäköisesti he ovat seuraavana vuonna mukana Joensuussa järjestettävillä Yrittäjäpäivillä. Lähes kolmasosa (28 %) ilmoitti olevansa mukana seuraavillakin Yrittäjäpäivillä erittäin todennäköisesti. Reilu yksi kolmasosa (36 %) vastanneista ilmoitti melko todennäköisesti olevansa mukana seuraavilla Yrittäjäpäivillä. Vastaaajista 18 % ei osannut vielä sanoa ja loput olivat melko epävarmoja osallistumisestaan.



Kuvio 15 *Suosittelisitko omien kokemustesi perusteella osallistumista myös muille yrittäjille (Valtakunnallisten Yrittäjätapahtumien 2004 ennakoititutkimuksen raportti, Innolink Research Oy)*

Kun ennakoititutkimuksessa tiedusteltiin osallistuneiden suositte-
lualttiutta, valtaosa (52,8 %) kertoi jo suositelleensa Yrittäjätapahtumia
muille yrittäjille. Vastaajista 20,1 % suosittelisi lämpimästi kysyt-
täessä, 19,4 % suosittelisi tietyin ehdoin ja varauksin ja vain 7,7 %
ei todennäköisesti suosittelisi. Yrittäjätapahtumien imagon voidaan siis
katsoa olevan melko hyvä, koska jopa yli puolet vastanneista suo-
sittelisi tapahtumaa muille yrittäjille.

3.3.2 Markkinointiviestinnälliset ratkaisut

*”Markkinointiviestintä on huonoimmillaan silloin, kun viestit hei-
tetään ilmaan tuulen vietäväksi ja parhaimmillaan silloin kun jo-
kaisella viestintään käytetyllä markalla on selkeä tarkoitus ja osoi-
te.”* (Antikainen, Sutinen 1996:17/1.76)

Markkinointivälineet on valittava sisällön ja kohderyhmän mu-
kaan. Viestinnän voi kohdistaa potentiaaliseen osallistujaan tai
viestinnän jakelukanavien välijäseniin. (Antikainen, Sutinen
1996:18/1.76). Välijäseniä ovat ne henkilöt tai tahot, joilla ole-
taan olevan vaikutusmahdollisuus potentiaalsiin osallistujiin. Väli-
jäsenet on tärkeää saada sitoutumaan tapahtumaan ja siten houkut-
telemaan potentiaaliset osallistujat mukaan. Valtakunnallisilla Yrit-
täjätapahtumilla välijäseniä olivat muun muassa Yrittäjäjärjestön johto
ja yhteistyökumppanit, sponsorit, sekä muut sidosryhmät. Valta-
kunnallisilla Yrittäjätapahtumilla 2004 viestintä kohdistettiin sekä suo-
raan, että välijäsenien kautta potentiaaliselle osallistujalle. Yrittä-
jätapahtumien markkinointimateriaalia jaettiin paljon kaikkien sidos-

ryhmien, etupäässä sponsorien, toimipisteissä kautta maan. Paljon tehtiin myös suoramarkkinointia yrittäjäjärjestön jäsenille.

Tapahtumaan houkutellaan mukaan myös iskevällä ja houkuttelevalla sloganilla. Hyvä tapahtuman merkki/slogan luo halutun kuvan, on lyhyt ja iskevä, on helppo lausua ja muistaa, erottuu selvästi muista, sisältää arvoja, joita kohderyhmän uskotaan arvostavan ja merkki/slogan voidaan tarvittaessa suojata rekisteröimällä (Antikainen, Sutinen 1996:13/1.74). Vuoden 2004 Yrittäjäpäivien slogan oli: ”**Latausta yrittäjyyteen!**” Slogan loi samalla viittaukseen koulutukselliseen, mutta myös viihteelliseen ohjelmaan. Se oli myös lyhyt ja iskevä, joten se on helppo todellakin muistaa ja sisältää arvon, yrittäjyyden edesauttamisen, jota kohderyhmä arvostaa. Yrittäjäpäivien slogan muotoutuu joka vuosi järjestäjän mukaan, joka mahdollistaa Yrittäjäpäivien yksilöimisen, sillä Yrittäjäpäivät muistetaan myös sloganista.

TAVI:n toimitusjohtaja Anja Hakkarainen mainitsee (Hakkarainen 2.3.2005, haastattelu) että se, missä markkinoinnissa voisi vielä vuoteen 2004 verrattuna parantaa, on aluejärjestöjen ja paikallisyhdistysten sitouttaminen. Vuonna 2004 aluejärjestöjen luottamushenkilöille järjestettiin kaksi VIP-tilaisuutta, toinen Kukkaisviikkojen, toinen Eppu Normaalin konsertin yhteydessä. Kumpikin tapahtuma oli hieno, mutta itse Yrittäjäpäivien sanoma jäi valitettavan vähäiseksi.

Hakkarainen ehdottaa, että tulevaisuudessa voisi järjestää niin kutsutun Yrittäjäpäiväkierroksen. Kierroksella esiteltäisiin Yrittäjäpäivien ohjelmaa, käytännön asioita, kuten ilmoittautumismenettelmää ja vuorossa olisi myös vapaata keskustelua jonkin infotilaisuuteen liitettävän oheistuotteen, esimerkiksi Yrittäjäpäiväkaupungin herkun, nauttimisen yhteydessä. Tilaisuuden olisi hyvä olla rento, mutta samalla asiasisältöinen, jotta kierroksen tilaisuuksien tarkoitus ei hukkuisi ja ne olisivat tehokasta markkinointia.

3.3.2.1 Segmentointi Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien kohdalla

Markkinoiden segmentointi on tapa järjestää ja kategorioida henkilöt tai yritykset, joiden luulee ostavan yrityksensä tuotteita. (Bangs Jr. 2002:47). Yrittäjäpäivien kohderyhmä on melko tarkoin ennalta rajattu yrittäjiin. Tosin täytyy muistaa, että myös yrittäjiä on erikäisiä, joten tyydytettäviä tarpeitakin on paljon erilaisia. Kuten David H. Bangs Jr.:kin mainitsee (2002:46), markkinoinnin suunnittelussa tulee ottaa huomioon muun muassa kohderyhmän ikä, sukupuoli, tulot, koulutustaso ja elämän vaihe.

Valtakunnallisten Yrittäjöpäivien kohdalla tuote on palvelu, joka tulee toimittaa, kuten edellä on mainittu, hyvin monenikäisille asiakkaille, eli Yrittäjöpäiville osallistuville yrittäjille, kullekin heidän tarpeensa mahdollisimman hyvin tyydyttäen. Tämä asettaa tiettyjä haasteita järjestäjille. Toisaalta, kun Yrittäjöpäiviä on järjestetty vuodesta toiseen, on hiljalleen vakiintunut käsitys siitä, mitä Valtakunnallisilta Yrittäjöpäiviltä lähdetään hakemaan iästä riippumatta: rentoutumista, irtiottoa yrittäjän rankasta arjesta sekä kontakteja, koulutusta ja uusia tuulia.

3.3.3 Yrittäjöpäivien kilpailijat

Markkinointia suunnitellessa on tärkeää esittää kysymys: ”Ketkä ovat kilpailijoita?” (Bangs Jr. 2002:61). Valtakunnallisten Yrittäjöpäivien järjestäjien ollessa paikkakunnan mukaan määräytyvä yrittäjäjärjestö ja Suomen Yrittäjät, ovat kilpailijoita aikaisempien ja toisaalta myös seuraavien vuosien yrittäjäjärjestöt muiden yrittäjien suosimien juhlien ohella. Toisaalta muut aikaisemmin tai myöhemmin Yrittäjöpäiviä järjestävät yrittäjäjärjestöt ovat kilpailijan roolin ohella myös yhteistyötahoja, sillä kaikkia yhdistää kuuluminen samaan ”katto”-organisaatioon, Suomen Yrittäjiin.

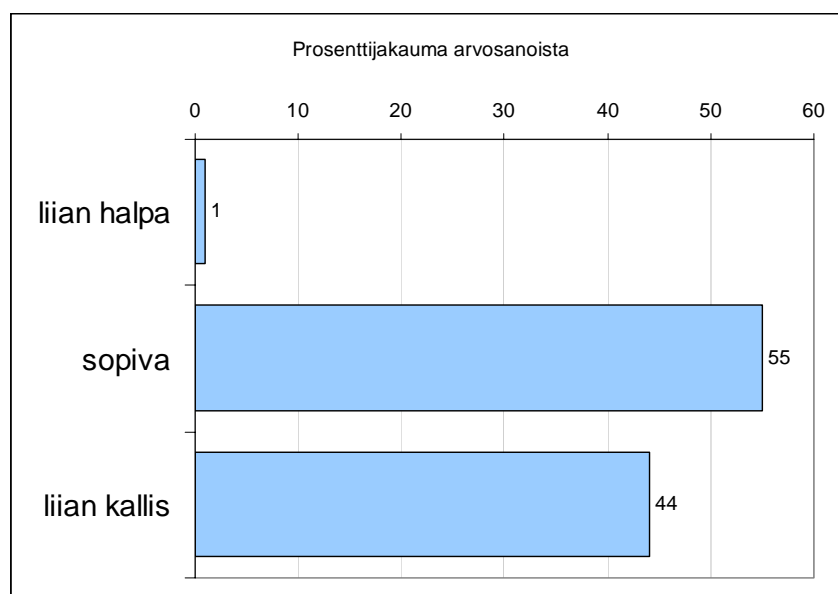
David H. Bangs Jr. toteaa: ”Jos voit oppia kilpailijoiltasi, niin hekin voivat oppia sinulta.” (Bangs Jr. 2002:62). Tämä pitää erittäin hyvin paikkansa Yrittäjöpäivien järjestäjien kohdalla, sillä joka vuosi opitaan edellisen vuoden järjestäjiltä, miten kannattaa tehdä, ja miten ei kannata, jos siihen on vain tarkoituksenmukaiset keinot ja halu oppia. Myös itse järjestelyorganisaatioon vuonna 2004 kuuluneina, voimme todeta, että paljon tiedusteltiin käytännön asioita, esimerkiksi ruoka- ja muita määriä Porin taholta, jossa Yrittäjöpäivät järjestettiin edellisenä vuonna. Syvempi ja suunnitelmallisempi edellisvuoden järjestelyihin perehtyminen kuitenkin puuttui ja on todennäköisimmin puuttunut joka vuosi.

David H. Bangs Jr. toteaa, että myös kilpailusta itsestään on opittava paljon, ennen kuin voi tehdä hyödyllisiä vertailuja. (Bangs Jr. 2002:62). Vuoden 2003 ja 2004 Yrittäjöpäivien järjestämisen kohdalla täytyy ottaa huomioon muun muassa, että asetetut tavoitteet, järjestämispaikat ja -paikkakunnat ohjelman lisäksi loivat tiettyjä vaatimuksia, etuja ja haittoja, jolloin määrien peilaaminen ei ole suoraan verrannollinen seuraavana vuonna. Vuoden 2004 kävijätavoite oli suurempi kuin aikaisemmin, joka täytyi muistaa vertailuja tehdessä.

3.3.4 Tapahtuman hinnoittelu ja budjetti

Tapahtuman hinnoittelu on, kuten hinnoittelu yleensäkin, niin markkinoinnillinen kuin kustannuksellinen kysymys. Hinta vaikuttaa muun muassa: tapahtuman imagoon, osallistujarakenteeseen (esim. iän tai sosioekonomisen aseman näkökulmasta) ja sponsori-en halukkuuteen tukea tapahtumaa (Antikainen, Sutinen 1996:16/1.75).

Moni piti vuoden 2004 Yrittäjäpäiviä hinta-laatusuhteeltaan liian arvokkaina. Hinnan täytyi kattaa vuonna 2004 enemmän ohjelmaa, joten sen oli oltava riittävä, jotta kustannukset saatiin peittymään. Jälkeenpäin hintaa arvioitaessa osallistujien voidaan katsoa pitäneen hintaa arvokkaana juhlaillallisen epäonnistumisen takia. Moni varmasti odotti eniten hienoa juhlaillallista, varsinkin kun usea osallistuja ei ollut ennättänyt syödä päivän aikana juuri mitään. Juhlaillallinen jäi myös vahvimmin mieleen illallisen ollessa valtaosalle koko Yrittäjäpäivien viimeinen ohjelmanumero.



Kuvio 16 *Kun mietit osallistumismaksun suhdetta saamaasi palveluun ja antiin, niin onko hinta/laatusuhde oikea? (Majoituskuluthan ovat erikseen.) (Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien 2004 tyytyväisyystutkimuksen raportti, Kauppalehti)*

Osallistumismaksun suhdetta saatuun palveluun verrattaessa lähes puolet piti hintaa liian kalliina (44 %), mutta toisaalta jälkitutkimukseen vastanneista yli puolen (55 %) mielestä osallistumismak-

sun suuruus oli sopiva Yrittäjöpäivien palveluun ja antiin hintaa peilatessa. Vain yksi prosentti mainitsi hinnan olevan liian halpa. Moni yrittäjä selitti osallistumattomuuttaan Yrittäjöpäiville ennakointitutkimuksessa liian korkealla hinnalla (ks. Kuvio 4, s. 23). Heille perusteltiin lähemmässä kanssa käymisessä, muun muassa järjestetyissä tilaisuuksissa ja puhelimitse tapahtuneissa yhteydenotoissa, mitä kaikkea hinta kattaa. Moni ymmärsi asian, mutta pyysi kuitenkin välittämään tiedon päättävälle taholle, että hinta on silti liian korkea pienelle yrittäjälle. Ratkaisuna pienten yritysten taloudelliseen esteeseen osallistua Yrittäjöpäiville voisi olla pienempien yrittäjien tukeminen. Pienempiä yrittäjiä tulisi tukea, sillä he kartuttavat yhtä lailla yrittäjöverkostoa. Pienille ja keskisuurille yrittäjille voisi tasa-arvon osoitukseksi jakaa Valtakunnallisilla Yrittäjöpäivillä tunnustuksen, jonka saisi vain pk - yrittäjä.

Taloudellinen tavoite

Yrittäjöpäivien yli 450.000 euron budjetti oli laadittu 8 - 9 prosentin ylijäämälle, joka toteutui, jos oman henkilöstön työtunteja ei lasketa mukaan. Sekä Pirkanmaan Yrittäjien toimitusjohtaja Jari Jokilammen (Jokilampi 22.2.2005, haastattelu), että TAVI:n toimitusjohtaja Anja Hakkaraisen (Hakkarainen 2.3.2005, haastattelu) mukaan vuoden 2004 Yrittäjöpäivien budjetti karkasi hieman käsistä, varsinkin loppuvaiheessa, kun tuli yllättäviä kustannuksia muun muassa tapahtumapaikkojen kuntoon saattamisessa ja viime hetken markkinoinnissa.

Esimerkiksi Yrittäjöpäivä-banderollin voidaan katsoa tulleen kalliiksi, koska sitä ei voida hyödyntää enää myöhemmin missään ja sen asentaminenkin maksoi. Ajo-opasteet onnistuttiin teettää tulevaisuutta ajatellen. Ajo-opasteisiin painettiin vain Y-logo ja nuoli tarvittavaan suuntaan, jolloin opasteita voidaan käyttää Pirkanmaan Yrittäjien järjestämässä muissa tapahtumissa. Yrittäjöpäiville tehtäviä hankintoja kannattaa siis punnita myös tulevaisuuden tarpeita silmällä pitäen. Jos hankinnasta ei ole hyötyä enää Yrittäjöpäivien jälkeen, kannattaa miettiä kustannuksen suhdetta tavoiteltavaan ja arvioituun hyötyyn. Hyötyä on usein vaikea mitata, varsinkin jos se on lähinnä markkinoinnillinen.

Taulukko 6 Tapahtuman rahoituksen perusteet (Antikainen, Sutinen 1996:1/1.61)

Rahan lähteet \geq Rahan tarve

Rahan lähteitä, eli tapahtuman rahoittajia, on oltava enemmän kuin on arvioitu rahan tarpeeksi. Vuoden 2004 Yrittäjöpäivillä sponso-reita oli paljon, mutta silti budjetti ylitettiin. Budjetin huolellisen suunnittelun tarvetta ei parane siis aliarvioida. Yllätyksellisiä me-

noja tulee yleensä aina, joten niihin olisi hyvä varautua myös budjetissa.

3.3.5 Markkinointiaikataulu

Markkinointiaikataulua tarkastettiin jatkuvasti Yrittäjäpäivien 2004 järjestämisprojektin aikana. Koko ajan mietittiin uusia markkinointimahdollisuuksia ja mainonnan ajankohtia. Yrittäjäpäivien 2004 markkinointiin panostettiin paljon, huomattavasti enemmän kuin aikaisempina vuosina. Aktiivisin markkinointikuukausi oli elokuu.

Mediasuunnitelmasta näkee hyvin, miten tapahtuman markkinointi on jakautunut eri kuukausille. Se auttaa myös markkinoinnin budjetin laatimisessa. Seuraavalla sivulla oleva mediasuunnitelma on koottu taulukoksi vasta vuoden 2004 Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien jälkeen, mutta se olisi ollut aiheellista tehdä jo aikaisemmin. Varsinkin lehti-ilmoitusten ajankohtaa mietittiin useaan otteeseen.

Media	Julkai- supäivä	Aineis- topäi- vä	Lisätiedot
Valtakunnalliset Yrittäjäpäivät 2003	24.– 26.10.	-	Näyttelypaikka
Ennakkopostitus	19.4.		Ennakkoilmoittautumislomake kiinnostuneille
Yrittäjäsanomat	30.4.		
Pirkanmaan Yrittäjä -lehti	16.6.	9.6.	1/1-sivu, 4-väri
Kauppalehti	21.6.		Liite, markkinointiesite
Asiakastapahtuma	29.7.	-	Tampereen Kukkaisviikkojen viinikylä
Kutsukirje Pirkanmaan Yrittäjä ry:n jäsenille	Vko 32		
Yhdistystiedote	Vko 33		
Aamulehti	11.8.		
Aamulehti	14.8.		
Asiakastapahtuma	14.8.	-	Eppu Normaalin konsertti
Aamulehti	15.8.		
Kauppalehti	16.8.		1/2-sivu, 4-väri
Pirkanmaan Yrittäjä -lehti	18.8.	11.8.	Aukeama, 4-väri
Aamulehti	18.8.		
Sähköposti	19.8.	-	Muistutus tapahtumasta ja siihen ilmoittautumisesta
Aamulehti	20.8.		
Kauppalehti	23.8.		1/2-sivu, 4-väri
Kauppalehti Online	Vko 34		Banneri Kauppalehden internet sivuilla
Yrittäjäsanomat	1.9.		Keskiaukeama, 4-väri
Kauppalehti	6.9.		
Aamulehti	7.9.		1/4 –sivu, 4-väri
Kauppalehti Online	Vko 37		Banneri Kauppalehden internet sivuilla
Yrittäjä Info	Vko 38		
Aamulehti	21.9.		1/4 –sivu, 4.-väri
Pirkanmaan Yrittäjä -lehti	23.9.	16.9.	

3.3.5.1 Markkinoinnin seuranta

Markkinoinnin onnistumista voidaan seurata erilaisilla tutkimuksilla. Ennakkotutkimus auttaa markkinoinnin suunnittelussa ja suuntaamisessa tulevaan tapahtumaan, seurantatutkimuksella saadaan välitöntä palautetta tapahtuman ja myös markkinoinnin onnistumi-

sesta ja jälkitutkimus on jälkimarkkinoinnin väline, jonka välityksellä osallistujalle jätetään niin sanotusti hyvä maku suuhun (Antikainen, Sutinen 1996:36/1.77).

Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien 2004 markkinointiseuranta tapahtui etupäässä TAVI:n jokaiseen kokoukseen keräämän ilmoittautumistilaston avulla. TAVI:n tuottamaa ajantasaista ilmoittautumisseurantaa kävijätavoitteeseen vertaamalla suunniteltiin uusia markkinointitoimenpiteitä. Markkinoinnissa hyödynnettävää tietoa saatiin myös Innolinkin tekemän ennakoititutkimuksen kautta, sekä seuraavia Yrittäjäpäiviä varten Kauppalehden tekemästä tyytyväisyystutkimuksesta.

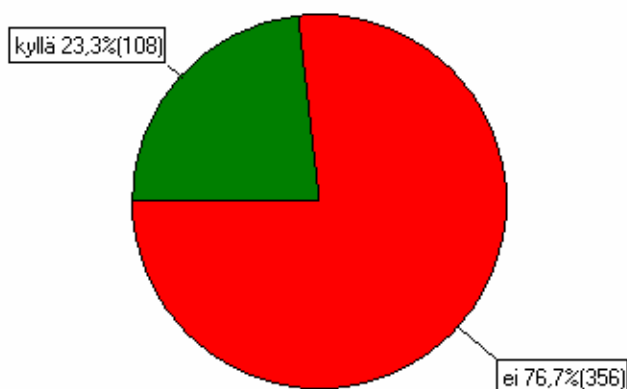
Jälkitutkimus on tärkeä jälkimarkkinoinnin väline ja Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien jokavuotisuuden takia jälkitutkimuksen tulokset ovat aina tärkeitä seuraavan vuoden markkinoinnin suunnan näyttäjiä. Tulosten analysointiin on siten hyvä käyttää riittävästi aikaa, sillä ne opettavat, missä kannattaa parantaa ja missä pysyä entisellä linjalla.

Kauppalehden tyytyväisyystutkimusta olisi tarvinnut käydä vuoden 2004 projektiorganisaation keskuudessa enemmän läpi yhdessä ja vertailla tuloksia edellisiin vuosiin, joiden tulokset saatiin myös Kauppalehdeltä. Siten järjestämisprosessista kukin prosessissa mukana ollut olisi oppinut enemmän, niin projektityöskentelystä kuin henkilökohtaisista onnistumisistakin: Yrittäjäpäivien ja niiden onnistumisten vertailemisella olisi saatu tarkempaa tietoa ja palautetta omista onnistumisista.

3.3.5.1.1 Valtakunnalliset Yrittäjäpäivät 2004 -ennakoititutkimus

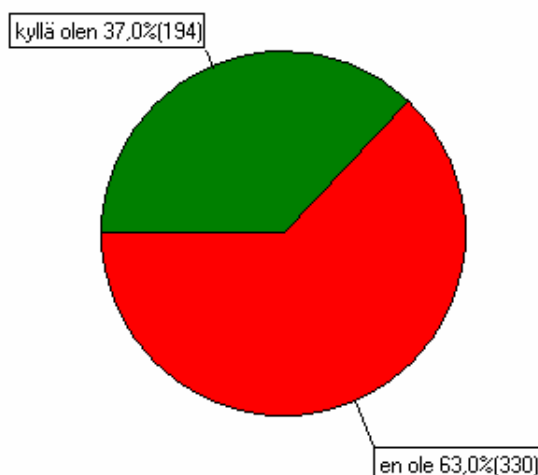
Valtakunnallisilla Yrittäjäpäivillä 2004 käytettiin yhtenä markkinoinnin apuvälineenä ennakoititutkimusta, jonka suoritti Innolink Research Oy. Ennakoititutkimuksen tarkoituksena oli kartoittaa aiempaa osallistumista Valtakunnallisille Yrittäjäpäiville, selvittää Tampereen Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien ohjelman kiinnostavuutta, kartoittaa Tampereen Valtakunnallisille Yrittäjäpäiville osallistumista ja selvittää Tampereen Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien vahvuuksia. Tutkimuksesta saatua tietoa oli tarkoitus hyödyntää Yrittäjäpäivien tulevaisuuden markkinointitoimenpiteissä ja muun muassa markkinoinnin kohdentamisessa.

Tutkimus toteutettiin internetkyselynä elokuussa 2004. Kohderyhmän muodostivat yrittäjät Pirkanmaalla ja muualla Suomessa. Kohderyhmään kuului 5072 yrittäjää, joista 531 vastasi kyselyyn. Vastausten palautumista tehostettiin erillisellä email-aktiivoinnilla.



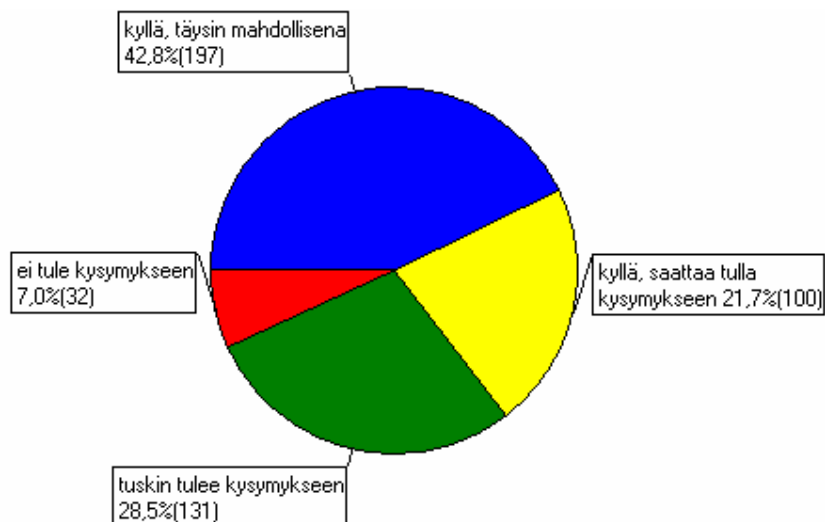
Kuvio 17 *Voimmeko olla Teihin yhteydessä ja kertoa Yrittäjöpäivien ohjelma-tarjonnasta, majoittumismahdollisuuksista, ilmoittautumisesta...? (Valtakunnallisten Yrittäjöpäivien 2004 ennakoititutkimuksen raportti, Innolink Research Oy)*

Innolinkin tutkimuksesta seuranneena markkinointitoimenpiteenä suoritettiin puhelimitse yhteydenotto sen sallineisiin kyselyn vastaajiin. Tavoitteena oli markkinoida Yrittäjöpäiviä ja saada niistä kiinnostuneet ilmoittautumaan ja osallistumaan Yrittäjöpäiville, mikäli he eivät vielä olleet ilmoittautuneet. Yhteydenoton salli 23,3 % vastaajista, eli 108 henkilöä.



Kuvio 18 *Oletko jo ilmoittautunut Valtakunnallisille Yrittäjäpäiville Tampereelle? (Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien 2004 ennakoititutkimuksen raportti, Innolink Research Oy)*

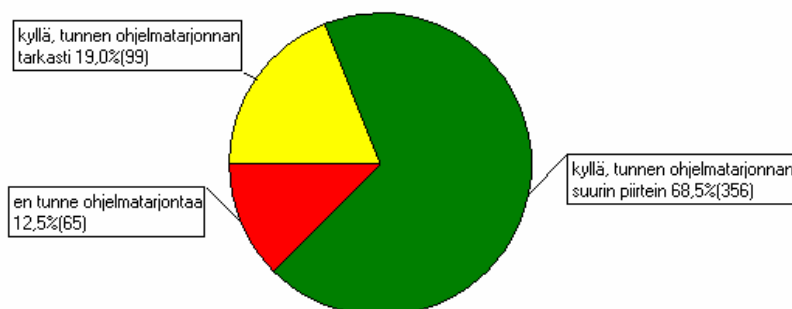
Ennakointitutkimukseen vastanneista 37 %, eli 194 yrittäjää oli ilmoittautunut Yrittäjäpäiville elokuuhun mennessä, jolloin kysely suoritettiin. Kyseinen määrä on vain 9 % koko ilmoittautuneiden määrästä, 2153 yrittäjästä (ks. Liite 4, s.89). Ilmoittautuminen päättyi 27.9. Ilmoittautumisessa ongelmaksi muodostui, että ihmiset ilmoittautuvat nykyään todella myöhään ja vielä ilmoittautumisaajan umpeuduttuakin. TAVI:n Sari Kamula mainitseekin parannusehdotuksenaan (Kamula 2.3.2005, haastattelu), että tulevaisuudessa asian ehkäisemiseksi viimeinen selkeästi mainostettu ilmoittautumispäivä tulisi olla 7-10 päivää ennen tapahtumaa, jotta jää riittävästi aikaa hotellikiintiöiden kuntoon saattamiseen. Myös maksun korotus tietyn ajan jälkeen auttanees osallistujia ilmoittautumaan aikaisemmin. Maksunkorotusta käytettiin myös vuoden 2004 Yrittäjäpäivillä.



Kuvio 19 *Pidätkö mahdollisena tapahtumaan osallistumista? (Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien 2004 ennakoititutumuksen raportti, Innolink Research Oy)*

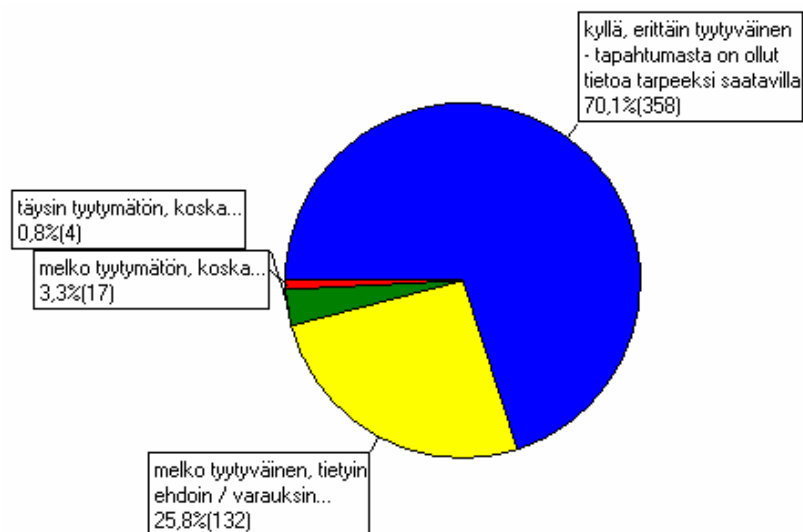
Kuten kuvioista 16 voi tulkita, yhteensä reilusti yli puolet ennakoititutumukseen vastanneista pitää joko täysin mahdollisena (42,8 %) tai mahdollisena (21,7 %) vielä ilmoittautumistaan Yrittäjäpäiville.

Ennakointitutumukseen vastanneista yhteydenoton sallineista suurin osa toivoi heihin yhteyttä otettaessa tarkempia tietoja Yrittäjäpäivien ilmoittautumis- ja muista käytännön toimenpiteistä, sillä moni oli jo hyvin tietoinen tulevista Yrittäjäpäivistä ja muun muassa sen ohjelmasta.



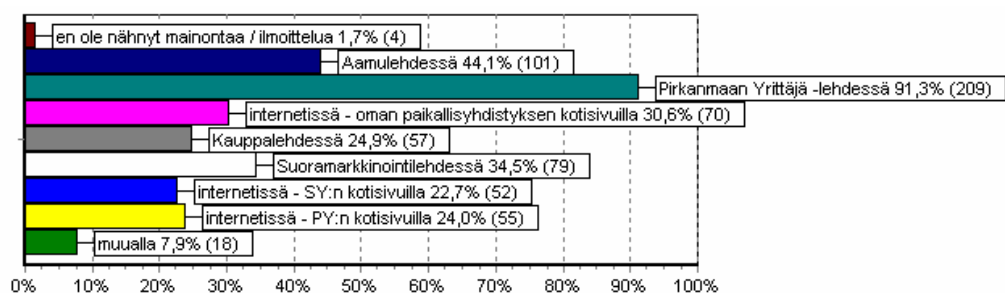
Kuvio 20 *Oletko jo tutustunut Yrittäjäpäivien ohjelmatarjontaan? (Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien 2004 ennakoititutumuksen raportti, Innolink Research Oy)*

Yrittäjöpäivien ohjelmatarjonnan sanoi tuntevansa suurin piirtein 68,5 % vastaajista ja tarkasti 19,0 %, joka kertoo jo osaltaan markkinoinnin pureen. Vain 12,5 %, eli 65 henkilöä, ennakoititutkimuksen vastaajista ei tuntenut tarjontaa.



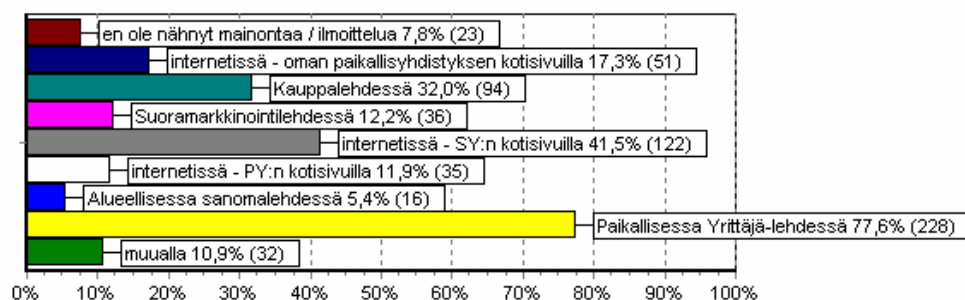
Kuvio 21 Oletko tyytyväinen tapahtuman markkinointiin ja tapahtumasta tiedottamiseen? (Valtakunnallisten Yrittäjöpäivien 2004 ennakoititutkimuksen raportti, Innolink Research Oy)

Vastaajilta kysyttiin heidän tyytyväisyydestään markkinointiin ja tiedottamiseen ja jopa yli kaksi kolmasosa vastanneista vastasi olevansa erittäin tyytyväinen markkinointiin ja tiedottamiseen (70,1%). Tietoa on heidän mielestään ollut tarpeeksi saatavilla. Vastaajista 25,8 % oli markkinointiin ja tiedottamiseen melko tyytyväinen. Markkinointiin ja tiedottamiseen tyytymättömiä oli yhteensä vain n. 4 %.



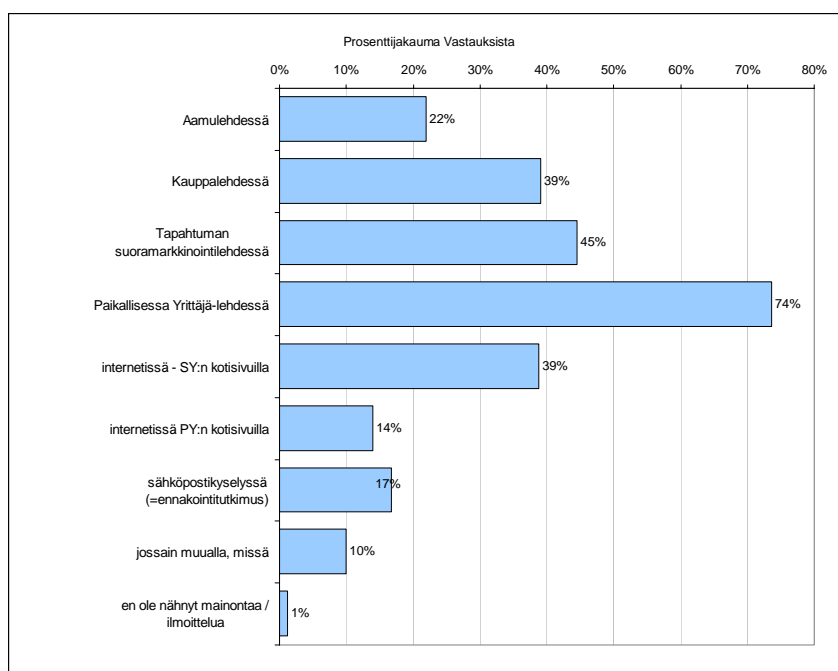
Kuvio 22 Yrittäjöpäivä-informaation havaitseminen Pirkanmaalla (Valtakunnallisten Yrittäjöpäivien 2004 ennakoititutkimuksen raportti, Innolink Research Oy)

Kuten jo edellä on tullut ilmi, ennakoititutkimuksen kautta tulleita yhteydenottopyyntöjä suorittaessa lähes jokainen yhteydenoton sallinut kertoi saaneensa tapahtumasta aiempaa informaatiota moni vielä useassakin eri muodossa. Tehokkaimmaksi markkinointikanavaksi pirkanmaalaiset ennakoititutkimukseen vastanneet luonnehtivat Pirkanmaan Yrittäjä-lehden, jossa jopa 91,3 % vastaajista on nähnyt Yrittäjäpäiviin liittyvää informaatiota. Seuraavaksi eniten informaatio on levinnyt Pirkanmaalla Aamulehden ja suoramarkkinoinnin välityksellä. Ilmoittelu on jäänyt näkemättä vain 1,7 %:lta vastaajista, eli neljältä ihmiseltä.



Kuvio 23 *Yrittäjäpäivien informaation havaitseminen muualla Suomessa (Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien 2004 ennakoititutkimuksen raportti, Innolink Research Oy)*

Myös muualla Suomessa Tampereen Yrittäjäpäivien ilmoittelu on tavoittanut ihmiset tehokkaimmin omassa Yrittäjä-lehdessä (77,6 % nähnyt ilmoittelua paikallisessa Yrittäjä-lehdessä). Seuraaviksi tehokkaimmat markkinointikanavat muun Suomen yrittäjille ovat ennakoititutkimuksen vastanneiden mukaan olleet Suomen Yrittäjien kotisivut ja Kauppalehti.



Kuvio 24 *Tapahtuman mainonta/ilmoittelu (Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien 2004 tyytyväisyystutkimuksen raportti, Kauppalehti)*

Myös Kauppalehden jälkitutkimuksen mukaan Pirkanmaan Yrittäjä-lehti oli vetovoimaisin mainontakanava. Kauppalehden jälkitutkimukseen vastasi Yrittäjäpäiville osallistuneista 403 osallistujaa, eli 39 % kaikista osallistujista. Opa 74 prosenttia oli saanut tietoa Yrittäjäpäivistä paikallisesta Yrittäjälehdessä.

4 Päätäminen

4.1 Palautteen käsittely

Palautteeseen vastaaminen kuuluu olennaisesti tapahtuman loppuun saattamiseen. Palautteen käsittely tulee hoitaa järjestelmällisesti asettamalla jokainen palautteen antaja samanarvoiseen asemaan. Valtakunnallisilla Yrittäjäpäivillä palautteen käsittely vaikuttaa aina seuraavan vuoden osallistumispäätökseen. Jos osallistujalle on jäänyt paha maku suuhun edellisistä Yrittäjäpäivistä, voi seuraavan vuoden Yrittäjäpäiville osallistuminen olla harkinnan alla.

Vuonna 2004 palaute, jota tuli lähinnä juhlaillallisen sujumisesta, siellä ruoatta jäämisestä, otettiin erittäin vakavasti. Juhlaillallisen

ruoan toimittajaksi palkatun Linkosuo Oy:n kanssa käytiin useita neuvotteluja tapahtuneen taustoista. Linkosuo Oy hoiti hyvityksenä ruoatta jääneille juhlatäytekkulahjakortin ja muualla Suomessa asuville veitsen tai viinipullon. Pirkanmaan Yrittäjien toimitusjohtaja Jari Jokilampi käsitteli reklamaatioista jokaisen itse reklamoiduille henkilökohtaisesti vastaten. Palautteen käsittelytavasta tuli paljon kiitosta. Seuraavina vuosina mallia voidaan ottaa vuoden 2004 Yrittäjäpäivien suoraselkäisestä toimintatavasta.

4.1.1 Palautteesta oppiminen

Tutkimustuloksista ja jo tapahtuman sujumisesta itsessään on paljon opittavaa. Kauppalehden jälkitutkimuksen kautta Yrittäjäpäiville osallistuneet voivat antaa myös avointa palautetta Yrittäjäpäivistä. Näiden palautteiden läpikäyminen, sekä järjestäjänä kyseisenä vuonna olleen projektiryhmän kesken, että seuraavan vuoden järjestäjien kesken, olisi tärkeää oppimisen kannalta. Tuloksien raportoina voisi kenties toimia joka vuosi järjestämisessä mukana oleva Suomen Yrittäjät.

Tulevaisuudessa, vuoden 2004 Yrittäjäpäivistä oppineena, voisi ohjelman määrään kiinnittää huomiota. Ohjelmatarjonnassa olisi ihanteellista löytää kultainen keskitie; ohjelmaa tulee olla riittävästi, mutta ei liikaa. Osallistujat ovat tyytymättömiä, jos tekemistä ei ole tarpeeksi ja he tuntevat etteivät ole saaneet rahoilleen vastinetta. Mutta kuten vuoden 2004 Yrittäjäpäivillä huomattiin, osallistujat olivat tyytymättömiä myös silloin, kun eivät päässeet osallistumaan kaikkiin haluamiinsa ohjelmanumeroihin, eli kun ohjelmatarjontaa oli liikaa. Heidän oli huomattavan vaikeaa tehdä valintoja laajan ohjelmatarjonnan sisällä.

4.2 Tapahtuman arviointi

Arviointi on keskeinen vaihe tapahtumajärjestämisessä. Oleellista on, että ennen arviointia sovitaan arviointikriteereistä. (Kauhanen, Juurakko, Kauhanen 2002:125). Perinteisiä arviointikriteereitä ovat aikataulujen pitäminen, tapahtuman taso eli laatu, sekä taloudellinen tulos. Näiden lisäksi on hyvä arvioida tapahtuman vaikutusta järjestävän organisaation imagoon ja huomioida myös se, mitä tapahtumasta opittiin seuraavia tapahtumia ajatellen, sillä tulevaisuuden projektit hyötyvät entisistä: uudet projektit voidaan tehdä entisten pohjalta (Salonen 1992:73). Edellä mainittu syy on juuri se syy, minkä takia Yrittäjäpäiville on hyvä saada jonkinlainen kirjallinen ohjeistus, jota voidaan päivittää joka vuosi Yrittäjäpäivien jälkeen.

Tapahtuman arviointi tehdään useammassa vaiheessa. Kauhanen ja muut jakavat arvioinnin neljään vaiheeseen (Kauhanen, Juurakko, Kauhanen 2002:125): **Ensimmäinen vaihe** on usein jo tapahtuman aikana tehtävä mielipide kysely. Valtakunnallisista Yrittäjäpäivistä 2004 tehtiin mielipidekysely Kauppalehden tyytyväisyyskyselyn muodossa sähköpostitse heti tapahtuman jälkeen. Kyselyn toteuttivat Laura Nissinen, Noora Bergroth ja Kauppalehden tutkimusosasto yhteistyössä. Nissinen ja Bergroth olivat mukana suunnittelemassa kyselylomaketta. Kauppalehti toteutti kyselyn käytännössä ja kokosi raportin. Kyseistä tutkimusta on käsitelty paremmin kapaleessa 4.1.1. ”Kauppalehden jälkitutkimus”.

Toinen arviointivaihe on yleensä mahdollisimman pian tapahtuman jälkeen pidettävä palaveri, niin kutsuttu kritiikkipalaveri. Palaveriin osallistuu järjestelyissä mukana ollut projektiryhmä ja siellä olisi tarkoituksenmukaista käydä läpi koko tapahtuma onnistumisineen ja epäonnistumisineen. Seuraavaa tapahtumaa silmällä pitäen projektiesimiehen olisi hyvä pyytää kirjallinen selvitys asianomaisilta ainakin epäonnistumisten kohdalla.

Vuoden 2004 Yrittäjäpäivien jälkeen projektiryhmä piti palautepalaverin, mutta järjestäjän vuotuisesta vaihtumisesta johtuen projektiryhmän motivaatio ei riittänyt ruotimaan tapahtumaa viimeistä piirtoa myöten. Palaverissa käytiin tapahtuma läpi pääpiirteittäin, ja kaikkien mielipiteitä kuunneltiin, mutta esimerkiksi mitään ei kirjattu ylös, jolloin seuraavan vuoden järjestäjät eivät pääse hyötymään edellisen vuoden järjestäjien kokemuksista.

Tapahtuman arvioinnin **kolmannessa vaiheessa** projektipäällikkö laatii joukkoineen kirjallisen raportin tapahtumasta. Loppuraportti on tapahtuman tulevaisuuden kannalta hyvin tärkeä, ja se antaa arvokasta tietoa seuraavan kerran tapahtumaa järjestävälle ryhmälle. Tällaista loppuraporttia ei ole Yrittäjäpäivien yhteydessä laadittu, vaan tiedot tapahtumasta on käyty läpi suullisesti palautepalaverissa. Tästä syystä myös kirjallinen dokumentointi on jäänyt erittäin vähäiseksi. Loppuraportteja käsitellään lisää kohdassa 4.2.2. Loppuraportit.

Neljäs vaihe on se, kun tapahtuman järjestäneen yhteisön ylin toimeenpaneva elin, eli Yrittäjäpäivien kohdalla johtoryhmä, tekee johtopäätökset tapahtuman onnistumisesta, ja vertaa projektiryhmän tekemää loppuraporttia aluksi asetettuihin tavoitteisiin. Kun sekä projektiryhmä että johtoryhmä laativat raportin tapahtumasta ja raportteja vielä peilataan, on oppiminen jo alku taipaleella. Johtoryhmän, johon kuuluu Suomen Yrittäjien henkilökuntaa, kautta raportteja on mahdollista välittää seuraavillekin järjestäjille.

4.2.1 Valtakunnalliset Yrittäjöpäivät 2004 -tyytyväisyystutkimus

Leena Aarrejärvi suosittelee (Aarrejärvi 1994: 114 -115), että asiakastytyväisyyttä mitattaisiin esimerkiksi seuraavissa asioissa:

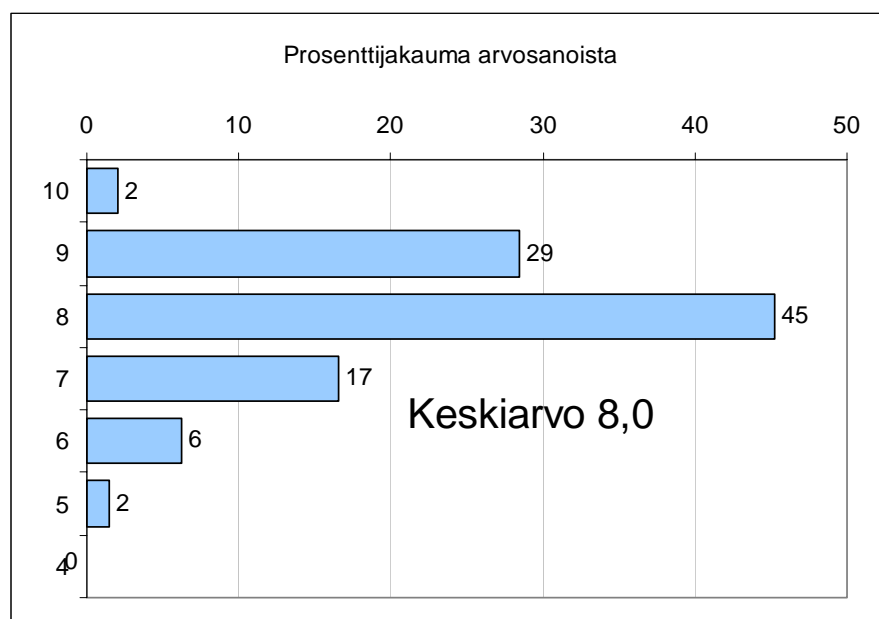
- informaation saatavuus ennen tapahtumaa
- asiakaspalvelu
- ohjelman kokoonpano ja kiinnostavuus
- esitteet
- tapahtumapaikan toimivuus ja soveltuvuus
- luentosalien järjestely ja tekniikka
- rekisteröintijärjestelyt
- sosiaalinen ohjelma
- majoitus
- ruokailu

Valtakunnallisten Yrittäjöpäivien 2004 tyytyväisyystutkimuksessa mitattiin hyvin Aarrejärven esiin nostamia asioita (ks. Liite 7, s.98).

Kauppalehden tyytyväisyystutkimus toteutettiin sähköpostikyselynä, joka lähetettiin heti tapahtuman jälkeisellä viikolla. Kysely lähetettiin kaikille, joiden sähköpostiosoite oli järjestäjien tiedossa. Sähköpostiosoitetta kysyttiin ilmoittautumislomakkeessa. Jos useammalla osallistujalla oli yhteinen sähköpostiosoite, lähti kysely vain yhden kerran. Kyselyitä lähetettiin 1042 kappaletta. Tutkimukseen vastasi 403 osallistujaa, joten palautusprosentti oli 39. Palautusprosenttia voidaan pitää kohtuullisen hyvänä. Jälkitutkimus toteutettiin Kauppalehden kanssa yhteistyössä ensimmäisen kerran vuonna 2003.

Kauppalehden tutkimusosasto teki tutkimuksesta myös seuraavanlaisen yhteenvedon:

- Tapahtuma koettiin valtaosin positiivisena. Yleisarvosana 8 on varsin hyvää tasoa.
- Kokonaistyytyväisyys olisi luultavasti ollut vieläkin korkeampi, jollei juhlaillallisen ja yrittäjätanssien onnistumista olisi koettu ristiriitaisesti.
- Tapahtumien tiedottaminen näyttää menevän parhaiten läpi paikallisissa yrittäjälehdissä, suoramarkkinoinnilla, Kauppalehdessä ja kotisivujen kautta.
- Parhaimmat arvosanat saivat lauantain herätyslunnot.
- Tapahtuman hinnan kokeminen jakaantui sopivan ja kalliin välillä. Yrittäjät taitavat olla sen verran tarkkaa väkeä, että liian halvaksi juuri kukaan ei tapahtumaa moittinut.
- Osanottokiinnostus ensi vuoden tilaisuuteen näyttää taatulta.



Kuvio 25 Mikä olisi yleisarviosi Tampereen Yrittäjäpäivistä kokonaisuudessaan? (Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien 2004 tyytyväisyystutkimuksen raportti, Kauppalehti)

Kuten Kauppalehden jälkitutkimuksen yhteenvedossakin todetaan, tapahtuma koettiin valtaosin positiivisena. Yleisarvosana 8 on varsin hyvää tasoa. Osallistujien kokonaistyytyväisyys olisi luonnollisesti ollut vielä korkeampi, jollei juhlaillallisilla olisi loppunut osalta ruoka kesken.

4.2.2 Loppuraportit

Projektin jälkeen on hyvä tehdä projektista yhteenveto, raportti, jossa pohditaan tarkasti tapahtuman onnistumisia ja epäonnistumisia ja niihin johtaneita syitä. Kyseisen raportin jäsenitys voisi olla esimerkiksi seuraavanlainen (Kauhanen, Juurakko, Kauhanen 2002:125):

1. Yleisötapahtuman yleiskuvaus
2. Tapahtuman tavoitteet
 - taloudelliset
 - taiteelliset
 - imagolliset
 - muut
3. Tapahtuman ajallinen onnistuminen
 - aikataulun toteutuminen
 - henkilöstön käyttö
4. Tapahtuman taloudellinen onnistuminen
 - kustannukset

- tuotto ja kate
 - rahoitus
 - 5. Projektioorganisaation toiminta
 - johtoryhmän toiminta
 - projektiryhmän toiminta
 - alihankkijoiden toiminta
 - 6. Tapahtumassa havaitut ongelmat
 - 7. Tapahtuman arviointi
- Muut selvitykset ja liitteet

Yrittäjäpäivistä ei ole tehty edellisen kaltaista raporttia. Kyseinen raportti olisi kuitenkin aihetta tehdä, varsinkin kun järjestäjä vaihtuu vuosittain. Pirkanmaan Yrittäjät ry:n toimitusjohtaja Jari Jokilampi totesi haastattelussa (22.2.2005 Jokilampi, haastattelu) seuraavasti: ”Yrittäjäpäivät on aikaisemmin huonosti dokumentoitu. Olisi hyvä olla jokin ”järjestäjän kansio”, josta voisi tarkistella asioita, että kaikki on otettu huomioon. Kansio siirtyisi aina järjestäjältä järjestäjälle.” Tämä kädessänne oleva tutkintotyö on nyt käytännössä tuo ”järjestäjän kansio”. Tätä työtä kannattaa täydentää järjestäjien kokemuksilla vuosi vuodelta, jolloin kokemukset eivät enää menisi hukkaan vuodesta 2005 eteenpäin, vaan säilyisivät kirjallisina neuvoina ja ohjeina seuraaville järjestäjille.

TAVI teki vuoden 2004 Yrittäjäpäivistä loppuraportin, joka toimitettiin ensin Pirkanmaan Yrittäjät ry:lle tarkastettavaksi, ja sitten luovutettiin Suomen Yrittäjät ry:lle, ja johtoryhmälle johtopäätöksiä ja vertailuja varten. Loppuraportti oli kaksiosainen ja se sisälsi maksuraportin ja osanottajaraportin.

Maksuraportissa eritellään:

- osallistujien määrä
- kaikki tapahtumalle tulleet maksut
- kaikki maksut, mitä tapahtuma on maksanut
- erityyppiset ja erihintaiset osallistumismaksut

Osanottajaraportissa eritellään:

- kaikki osallistujat aluejärjestöittäin
- Pirkanmaan yrittäjät ry:n jäsenet paikallisyhdistyksittäin
- osallistujamäärät ohjelmittain

Vuoden 2004 Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien osanottajaraportti on työssä liitteenä (ks. Liite 4, s.89).

5 Valtakunnallisten Yrittäjapäivien järjestäjän muistio

- ✓ **Aloita järjestäminen ajoissa.** Varaa aikaa ideoimiselle ja valmisteluille. (ks. luku 2.1)
- ✓ **Tee SWOT – analyysi** ennen järjestelyjen aloittamista. Analyysin avulla järjestäjät tunnistavat helposti omat vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat, ja osaavat näin toimia niiden mukaan (ks.luku 2.1.1).
- ✓ **Mieti mitä osallistujat odottavat tapahtumalta** ja tarjoa heille sitä. Tapahtumaa on jatkuvasti kehitettävä, jotta voidaan vastata asiakkaiden kohoaviin odotuksiin. (ks.luvut 2.1.2.3 ja 2.3.1)
- ✓ **Valitse projektiesimies** sen perusteella, kuka tehtävään on sopivin. Projektiesimiehen ei aina välttämättä tarvitse olla aluejärjestön toimitusjohtaja, vaan tehtävään voidaan valita esimerkiksi tapahtumajärjestämisen ammattilainen. (ks. 3.1.1)
- ✓ **Tee perusteellinen projektisuunnitelma yhteistyössä** projektiryhmän kanssa, ja elä sen mukaan. Muista myös päivittää projektisuunnitelmaa jatkuvasti. (ks. luku 2.1.2)
- ✓ **Tee järjestämiselle tarkka aikataulukutus** ja pidä aikataulukusta kiinni (ks. luku 2.1.4).
- ✓ **Suunnittele tarvittavat resurssit** mahdollisimman tarkasti niin pian kuin mahdollista. Resurssisuunnittelu tehostaa työskentelyä, jakaa kuorman tasaisemmin ja säästää ikäviltä yllätyksiltä (ks. luku 2.1.4).
- ✓ **Jaa vastuut ja työt.** Selkeällä vastuun- ja työnjaolla varmistat että kaikki työt tulevat hoidettua (ks. luvut 3.1, 3.1.2 ja 3.1.3).
- ✓ **Pidä projektiryhmä tehokkaana:** pitämällä ryhmä määrätietoisena, jakamalla vastuut selkeästi ja tekemällä nopeita ja päteviä päätöksiä. (ks. luku 3.1)
- ✓ **Kartoita, arvioi ja hallitse riskit.** Mieti, millä keinoilla tapahtuman riskejä voidaan hallita tai kokonaan poistaa. (ks. luku 2.1.3)
- ✓ **Suunnittele ohjelma** ja esiintyjät tarkasti tapahtuman hengen ja kohderyhmän toiveiden mukaan. Pyri siihen, että ohjelmaa on tarpeeksi, mutta ei liikaa. (ks. luvut 2.2.3. ja 2.3)
- ✓ **Varmista, että tapahtuma on kokonaisuus** pieniä yksityiskohtia myöten. (ks. luku 2.1.2.3)
- ✓ **Tiedota** tarpeeksi ja koko ajan. Pidä huolta siitä, että projektiryhmä ja sidosryhmät ovat koko ajan perillä tärkeistä asioista. (ks. luku 3.2)
- ✓ **Visioi tapahtuman kulku** kohta kohdalta ja mieti jokainen yksityiskohta johon voit vaikuttaa. (ks. luku 2.1.3.3)

- ✓ **Varaudu ongelmiin.** Niitä tulee vastaan joka tapahtumassa.
- ✓ **Ota palaute vastaan,** ja ota siitä opiksi. Käsittele palauten vaatimalla vakavuudella. (ks. luku 4.1)
- ✓ **Tee tapahtumasta kirjallinen raportti.** Se auttaa tulevia järjestäjiä, mutta kertoo myös paljon omasta projektista ja projektiryhmästä. (ks. luku 4.2)

Yhteenveto

Työn pääasiallisena tarkoituksena oli tuottaa Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien tuleville järjestäjille opas, joka auttaa heitä tapahtuman käytännönjärjestelyissä. Tarkoituksena on myös, että tulevaisuudessa järjestäjät voivat vuosittain lisätä työhömmö omia kokemuksiaan. Teoriapohjana on käytetty tapahtumajärjestämisen oppaita, sekä projektityöskentelyyn liittyvää teoriaa.

Suurin vajavaisuus Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien järjestelyprojektissa on ollut se, että siitä ei kerätä vuosittain tarpeeksi kirjallista tietoa. Näin ollen edellisten vuosien järjestäjien kokemuksista ei ole voitu ottaa opiksi. Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien järjestämisprojektia ei myöskään suunnitella tarpeeksi. Tämä johtaa mm. siihen, että vastuualueiden jakaminen ja tarkka projektisuunnitelma ja sen seuraaminen jäävät liian vähälle huomiolle. Järjestämisprosessiin ei ole aikaisemmin kiinnitetty juurikaan huomiota, vaan työmme on ensimmäinen Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien järjestämisen opas.

Työn toteuttamisessa oli oleellisen tärkeää se tietotaito, jonka saimme ollessamme mukana järjestämässä Valtakunnallisia Yrittäjäpäiviä 2004. Saimme myös parannusideoita muilta järjestämisessä mukana olleilta henkilöiltä, kuten Pirkanmaan Yrittäjät ry:n toimitusjohtaja Jari Jokilammelta ja TAVI:n toimitusjohtaja Anja Hakkaraiselta. Peilatessamme kaikkia näitä ajatuksia teoriatietoon, saimme koottua käsityksen ihanteellisesta, mutta realistisesta tavasta järjestää Valtakunnalliset Yrittäjäpäivät.

Työn tuloksena syntynyttä tapahtumajärjestämisen ohjeistusta voidaan soveltaa myös muiden tapahtumien järjestämiseen. Toki työsämme perehdytään juuri Yrittäjäpäiville tyypillisiin ongelmakohtiin, mutta Valtakunnallisten Yrittäjäpäivien järjestäjän muistilista on hyvä apu tapahtuman kuin tapahtuman järjestämisessä.

Tapahtumien sisältö kehittyy jatkuvasti, mutta tapahtumajärjestämisen perusperiaatteet tuskin muuttuvat ajan myötä juurikaan. Kehittyvä tekniikka helpottaa järjestelytoimenpiteitä, mutta koneet eivät kykene hoitamaan projektin vaatimaa monitahoista ajatustyötä. Haasteellisinta on nyt se, miten työtämme tullaan hyödyntämään tulevaisuudessa. Osaavatko tulevat järjestäjät hyödyntää aikaisempien vuosien järjestäjien opit?

Lähteet

- Aarrejärvi, Leena & Suomen Matkailuliitto 1994. Kongressijärjestäjän käsikirja. Helsinki: Suomen Matkailuliitto.
- Antikainen, Juha & Sutinen, Mika 1996. Tapahtumajärjestäjän työkirja. Kuopio: Instead.
- Bangs Jr., David H. The Market Planning Guide. Creating a Plan To Successfully Market Your Business, Product, Or Service. Dearborn Trade Publishing. A Kaplan Professional Company.
- Hallikas, Jukka, Karvonen, Iris, Lehtinen, Esko, Ojala, Mika, Pulkkinen Urho, Tuominen, Markku, Uusi-Rauva, Erkki & Virolainen, Veli-Matti 2001. Riskienhallinta yhteistyöverkostossa. Helsinki: Metalliteollisuuden Kustannus Oy.
- Häyrinen, Eija & Vallo, Helena 2003. Tapahtuma on tilaisuus: opas onnistuneen tapahtuman järjestämiseen. Helsinki: Tietosanoma Oy.
- Kauhanen, Juhani, Juurakko, Arto, Kauhanen, Ville & Werner Söderström Osakeyhtiö 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. Vantaa, Dark Oy.
- Lassila, Ismo & Kauppakaari 2002. Konfliktin ratkaisemisen taito. Helsinki: Talentum Media Oy.
- Salonen, Lauri 1992. Let's do a project. Posiplan Ltd.
- Sarala, Urpo & Sarala, Anita 1997. Oppiva organisaatio. Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus.
- Silfverberg, Paul 1996. Ideasta projektiksi. Helsinki: Oy Edita Ab. Hallinnon kehittämiskeskus.
- Pirkamaan Pisesvoorumi 2005. [online] [viitattu 21.3.2005].
www.pisesvoorumi.net
- Museokeskus Vapriikki 2005. [online] [viitattu 23.3.2005].
www.tampere.fi/vapriikki/historia.shtml
- Pirkanmaan Yrittäjät. [online] [viitattu 13.3.2005].
<http://www.pirkanmaanyrittajat.fi/fi/yrittamisenpuolesta>

Haastattelut

Jokilampi, Jari. Pirkanmaan Yrittäjät ry, toimitusjohtaja. Haastattelu 22.2.2005. Tampere.

Hakkarainen, Anja. Tampereen Kongressi- ja vientipalvelu TAVI Oy, toimitusjohtaja.
Haastattelu 2.3.2005. Tampere.

Hiltunen, Kari. Suomen Yrittäjät, järjestöjohtaja. Sähköpostihaastattelu 8.3.2005. Helsinki.

Liitteet

1 (2)

Liite 1: Sähköpostihaastattelun kysymykset Suomen Yrittäjät ry/ järjestöjohtaja Kari Hiltunen

Yrittäjöpäivien alkuhistoria

- 1) Mistä vuodesta lähtien Yrittäjöpäiviä on järjestetty?
- 2) Minkä takia Yrittäjöpäiviä alun perin alettiin järjestää? (Mikä oli Yrittäjöpäivien mahdollinen tarve?)
- 3) Kuka keksi Yrittäjöpäivien idean?

Ensimmäiset Yrittäjöpäivät (=kaikkien aikojen ensimmäiset Yrittäjöpäivät)

- 4) Kuka oli ensimmäinen järjestäjä? (Esim. ensimmäinen Y-päivät järjestävä aluejärjestö ja paikkakunta, jossa tapahtuma järjestettiin)
- 5) Millaiset ensimmäiset Yrittäjöpäivät olivat? Voisitko kuvailla pääpiirteitä!
 - a) Moniko päiväset ensimmäiset Yrittäjöpäivät olivat?
 - b) Millaista ohjelmaa ensimmäisillä Yrittäjöpäivillä järjestettiin?
- 6) Kuinka/missä ensimmäisten Yrittäjöpäivien järjestämisessä onnistuttiin?
 - a) Miten onnistumista mitattiin?

Yrittäjöpäivien järjestäminen

- 7) Miten aluejärjestöt voivat hakea Yrittäjöpäivien isännöityä? Kuinka hakuprosessi toimii?
- 8) Minkälaisia ovat olleet aikaisempien vuosien järjestelyorganisaatiot, eli järjestävät ryhmät? (Esim. Kuinka suuria ryhmät ovat olleet, minkä alan mahdollisia asiantuntijoita ryhmä on sisältänyt, yms. kuvaavia ominaisuuksia jotka voivat määrittellä ryhmää?)
 - a) Ovatko ryhmät olleet tehokkaita/toimivia?
 - b) Onko yhteistyö sujunut ryhmän ja Suomen Yrittäjien välillä hyvin vuosittain? Jos ei, minkälaisia ongelmia on esiintynyt?
- 9) Mitä aikaisempien vuosien perusteella on opittu Yrittäjöpäivien järjestämisestä:
 - a) Mitä on mennyt vikaan ja mistä on otettu opiksi?
 - b) Missä on onnistuttu hyvin?

Yrittäjöpäivistä yleensä

- 10) Mitkä ovat yleensä Y-päivien tavoitteet? (Taloudelliset/muut)
 - a) Vaihtelevatko tavoitteet järjestämispaikkakunnan tai järjestäjänä toimivan aluejärjestön mukaan?
- 11) Miten työnjako suoritetaan vuosittain aluejärjestön ja Suomen Yrittäjien välillä? (Onko olemassa tietyt asiat, jotka SY hoitaa ja tietyt asiat, jotka aluejärjestö hoitaa vai vaihtelee työnjako vuosittain/ olosuhteiden mukaan?)
- 12) Toimiiko em. työnjako vai olisiko työnjaossa selvennettävää/parannettavaa? (Kommentteja ja perusteluja)
- 13) Mikä on käytäntö kongressi/tapahtumajärjestämistoimiston suhteen: onko joka vuosi palkattu sellainen?
 - a) Mistä syistä kongressitoimisto olisi hyvä palkata?

jatkuu

2 (2)

- b) Mistä syistä kongressitoimistoa ei mahdollisesti olisi tarpeen palkata?
- 14) Miten riskienhallinta ja vaaranvastuun/vastuun jakaminen hoidetaan SY:n ja järjestävän aluejärjestön välillä?
- 15) Onko harkittu, että seuralaisilta perittäisiin pienempi maksu, jolla pääsisi vain iltajuhliin?
- 16) Viime vuosien Yrittäjäpäivä-paikkakunnat ja kävijämäärät (vuodesta 2000 eteenpäin):

Järjestysvuosi**Järjestyspaikkakunta****Kävijämäärä**

Vuosi 2000

Vuosi 2001

Vuosi 2002

Vuosi 2003

Olisiko mahdollista saada tarkkaa tietoa edellisten vuosien Yrittäjäpäivien ohjelmistoista? Esim. ohjelmalehtistä tai muuta mistä selviää mitä päivien aikana on tapahtunut?

Yrittäjäpäivät 2004

- 17) Millä perusteella asetettiin kävijätavoite vuonna 2004?
- 18) Oliko vuoden 2004 Yrittäjäpäivillä näkyvyystavoitetta?
- 19) Miten vastuut oli jaettu? / Kuka vastasi mistäkin? (SY / PY / TAVI)
- a) Oliko työnjako samanlainen, kuin kysymyksessä 11 olette kuvailleet? Jos ei, niin miksi ei?

Yhteistyökumppanit

- 20) Millä perusteella yhteistyökumppanit valitaan/ millä perusteella he ovat mukana Yrittäjäpäivien järjestämisessä?
- 21) Mikä on yhteistyökumppaneiden rooli taloudellisesti (jos summaa ei haluta ilmoittaa, niin voisiko sitä kuvailla jotenkin muutoin)?
- 22) Mikä on yhteistyökumppaneiden rooli käytännön järjestelyissä?
- a) Onko yhteistyökumppaneiden rooli ollut aina samanlainen?

Liite 2: Haastattelun kysymykset Pirkanmaan Yrittäjät ry/ Jari Jokilampi

Suunnitteluvaihe ja projektisuunnitelma

- 1) Milloin tuli päätös, että vuoden 2004 Yrittäjäpäivät järjestetään Tampereella?
- 2) Kuka asian päättää?
- 3) Milloin ja millainen projektisuunnitelma tehtiin? (Onko mahdollista nähdä?)
- 4) Millaisella aikataululla Yrittäjäpäiviä vietiin eteenpäin? (Onko aikataulutusta nähtävissä? Tärkeimmät deadlinet!)
- 5) Kuinka aikataulussa pysyttiin?
- 6) Kuka/ketkä projektisuunnitelman laativat?
- 7) Miten päädyttiin kyseiseen ohjelmatarjontaan?
- 8) Miten päädyttiin kyseiseen järjestelyorganisaatioon?
- 9) Mitkä olivat taloudelliset tavoitteet?
- 10) Mitä muita tavoitteita oli?
- 11) Kuinka hoidettiin resurssisuunnittelu?
- 12) Millä perusteella asetettiin kävijätavoite?
- 13) Oliko näkyvyystavoitteita?

Järjestämismuutokset/käytännön työvaihe

- 14) Milloin aloitettiin konkreettiset järjestelytyöt?
- 15) Millä perusteella työnjako suoritettiin projektiryhmän keskuudessa?
- 16) Toimiko työnjako hyvin?
- 17) Kuinka kokoustyöskentely mielestäsi sujui?
- 18) Mikä järjestämisessä oli vaikeinta?
- 19) Mitä olisit tehnyt järjestelyprojektissa näin jälkikäteen toisin? Oliko järjestelyprojektissa jotain korjattavaa?
- 20) Mikä helpointa, tai mikä onnistui helpoimmin?
- 21) Miten riskienhallinta ja vaaranvastuun jakaminen hoidettiin?

Markkinointi ja tiedottaminen

- 22) Kuinka suuri markkinointibudjetti oli? Oliko se riittävä?
- 23) Millä perusteella Innolinkin ennakoititutkimukseen valittiin kohderyhmä, jolle kysely lähetettiin?
- 24) Mistä sähköpostiosoitteet saatiin?
- 25) Kuinka paljon Yrittäjäpäivistä tiedotettiin markkinoinnin lisäksi ja kenelle? (esim. mediat, yhteisöt, jne.)
- 26) Kuinka sisäinen tiedottaminen hoidettiin ja toimiko se?

Päätäminen

- 27) Millaisilla toimenpiteillä projekti saatettiin päätökseen?
- 28) Olitko tyytyväinen yhteistyökumppaneiden panokseen?
- 29) Mitä konkreettisia neuvoja antaisit tulevien vuosien Yrittäjäpäivien järjestäjille?

Liite 3: Haastattelun kysymykset Tampereen Kongressi- ja Vientipalvelu TAVI Oy/ toimitusjohtaja Anja Hakkarainen ja projektikoordinaattori Sari Kamula

Anja Hakkarainen

- 1) Miten TAVI tuli mukaan Yrittäjäpäivien järjestämiseen?
- 2) Milloin TAVI palkattiin Yrittäjäpäivien kongressitoimistoksi? Oliko se mielestäsi oikea ajan-kohta?
- 3) Millä tavoin Yrittäjäpäivien järjestelyprosessi erosi tieteellisen kongressin järjestelyprosessis-ta?
- 4) Minkälainen oli Yrittäjäpäivien 2004 ensimmäinen projektisuunnitelma? (Onko mahdollista nähdä sitä?)
- 5) Minkälainen oli Yrittäjäpäivien aikataulus? Oliko TAVI mukana sitä tekemässä?
- 6) Pysyttiinkö sovituissa aikatauluissa?
- 7) Miten päädyttiin kyseiseen ohjelmatarjontaan?
- 8) Mitkä olivat pääasialliset päätäntäkohteet johtoryhmän kokouksella?
- 9) Entä osaatko kuvailla Markkinointi- ja ohjelmaryhmän kokouksen päätäntävaltaa/-aluetta?
- 10) Entä Pirkanmaan Yrittäjien ja TAVI:n kokouksien päätäntävaltaa/-aluetta?
- 11) Toimiko Yrittäjäpäivien kokoustyöskentely mielestäsi hyvin?
- 12) Mikä järjestämisessä oli haastavinta?
- 13) Mikä helppointa tai mikä onnistui helpoimmin?
- 14) Mitä muuttaisit Yrittäjäpäivä-projektin toteutuksessa vuonna 2004?
- 15) Miten muuttaisit Yrittäjäpäivä-projektin toteutusta tulevana vuosina?
- 16) Miten kommentoisit Yrittäjäpäivien 2004 markkinointia? (Oliko oikein suunnattu? Oliko muuten onnistunut?)
- 17) Millaisilla toimenpiteillä projekti saatettiin päätökseen kongressitoimiston osalta?
- 18) Oliko tyytyväinen yhteistyökumppaneiden panokseen järjestelyprojektissa?
- 19) Mitä konkreettisia neuvoja antaisit tulevien vuosien Yrittäjäpäivien järjestäjille?

Sari Kamula: Hotellivarausjärjestelmä

- 1) Kuinka helppoa yhteistyö hotellien kanssa oli?
 - a. Olivatko hotellit mielissään Yrittäjäpäivistä, vai kokivatko he sen ”riippakivenä”?
 - b. Saiko hotelleilta esim. alennuksia tai helpottavia palveluja?
- 2) Kuvaile miten Yrittäjäpäivillä käytetty hotellivarausjärjestelmä toimii.
 - a. Mistä tämänkaltainen hotellivarausjärjestelmä keksittiin?
 - b. Toimiko se Yrittäjäpäivien osallistujat huomioon ottaen?
 - c. Järjestäjät huomioon ottaen?
- 3) Onko tullut palautetta varausjärjestelmästä ja sen toimivuudesta? Jos on, niin minkälaista?
- 4) Mitä muuttaisit hotellivarausjärjestelmässä omaa työskentelyäsi ajatellen?
- 5) Mitä tulisi ottaa entistä paremmin huomioon hotellivarausjärjestelmää luotaessa?

Ilmoittautumisjärjestelmä

- 6) Milloin Yrittäjäpäivien ilmoittautumislomake tehtiin?
- 7) Oliko se hyvä aika tehdä ilmoittautumislomake, vai liian myöhä/aikainen?
- 8) Ketkä lomakkeen tekivät? Olivatko he oikeat henkilöt siihen?
- 9) Oliko lomakkeessa vajavaisuuksia? Jos oli, miten korjaisit ne?
- 10) Mitä tulisi ottaa entistä paremmin huomioon ilmoittautumisjärjestelmää luotaessa?

Liite 4: Ilmoittautumistilasto / Osanottajaraportti

VALTAKUNNALLISET YRITTÄJÄPÄIVÄT TAMPEREELLA
8.-10.10.2004

1 (4)

Yhteensä 2153 rekisteröity,
joista 120 perui osallistumisensa.
Yrittäjäpäiville osallistui siis yhteensä 2033 henkeä.

Ilmoittautuneet järjestöittäin:

Aluejärjestöt:

Pirkanmaan Yrittäjät ry	686
Satakunnan Yrittäjät ry	132
Etelä-Pohjanmaan Yrittäjät ry	110
Pohjois-Karjalan Yrittäjät ry	106
Savon Yrittäjät ry	90
Pohjois-Pohjanmaan Yrittäjät ry	87
Helsingin Yrittäjät ry	87
Keski-Pohjanmaan Yrittäjät ry	66
Uudenmaan Yrittäjät ry	60
Päijät-Hämeen Yrittäjät ry	53
Keski-Suomen Yrittäjät ry	49
Varsinais-Suomen Yrittäjät ry	48
Kymen Yrittäjät ry	45
Etelä-Karjalan Yrittäjät ry	45
Pääkaupunkiseudun Yrittäjät ry	39
Hämeen Yrittäjät ry	38
Etelä-Savon Yrittäjät ry	34
Lapin Yrittäjät ry	25
Kainuun Yrittäjät ry	23
Företagarnas Centraldelegation	10
Länsi-Pohjan Yrittäjät ry	6
Yht.	1839

Toimialajärjestöt:

Helsingin Käsi- ja Taideteollisuusyhdistys ry	16
Koneyrittäjien Liitto ry	7
Suomen Taksiliitto ry	7
Suomen Kuljetus- ja Logistiikka SKAL ry	6
Yrittäjänäisten Keskusliitto ry	6
Terveys- ja Sosiaalialan Yrittäjät ry	4
Suomen Bensiinkauppiaitten liitto SBL ry	3
Sähkö- ja Teleurakoitsijaliitto ry	3
Autoalan ja Korjaamoiden liitto ry	2
Kirjanpitoimistojen Liitto ry	2
Kirjapainoteollisuuden Työnantajaliitto ry	2
Muovialan Yrittäjien Liitto ry	2
Suomen Sairaankuljetusliitto ry	2
Isännöintiyriytysten Liitto ry	2
Suomen Hiusyrittäjät ry	2
Teknologiateollisuus ry	2

jatkuu

2 (4)

Suomen Kuntokeskusyrittäjät ry	2
Pienteollisuuden Yleinen Ryhmä ry	2
Aurinkosuojalaitteiden Valmistajat ry	1
Hammaslaboratorioliitto ry	1
SAUL ry	1
Kirjakauppaliitto ry	1
Puuteollisuusyrittäjät ry	1
Suomen Autokoululiitto ry	1
Suomen Vaatturiliitto ry	1
Yht.	79
Erikoisryhmät:	
Palkitut	12
Palkintolautakunta	11
Yhteistyökumppaneiden VIP-vieraat	39
Kutsuvieraat	11
Suomen Yrittäjät	23
Varapuheenjohtajat	5
Lehdistö	14
Yht.	115
Kaikki yhteensä	2033

Pirkanmaan Yrittäjät paikallisyhdistyksittäin:

Kangasalan Yrittäjät ry.	35
Lempäälän Yrittäjät ry.	32
Vammalan Yrittäjät ry.	31
Ylöjärven Yrittäjät ry.	23
Hämeenkyrön Yrittäjät ry.	21
Valkeakosken Yrittäjät ry.	18
Nokian Yrittäjät ry.	14
Toijalan Yrittäjät ry.	13
Kurun Yrittäjät ry.	10
Pirkkalan Yrittäjät ry.	8
Parkanon Yrittäjät ry.	7
Längelmäen Yrittäjät ry.	6
Mouhijärven Yrittäjät ry.	6
Ruoveden Yrittäjät ry.	6
Ikaalisten Yrittäjät ry.	5
Tampereen Käsityö- ja Teollisuusyhdistys ry.	5
Oriveden Yrittäjät ry.	4
Kihniön Yrittäjät ry.	4
Pälkäneen Yrittäjät ry.	4
Punkalaitumen Yrittäjät ry.	3
Valkeakosken Käsi- ja Pienteollisuus ry.	3
Juupajoen Yrittäjät ry.	2
Tampereen Naisyrittäjät ry.	2
Viljakkalan Yrittäjät ry.	1
Vilppulan Yrittäjät ry.	1
Urjalan Yrittäjät ry.	1
Mäntän Yrittäjät ry.	1
Yht.	266

jatkuu

3 (4)

Tampereen kaupunginosayhdistykset:

Tammerkosken Yrittäjät ry.	98
Tammelanpuiston Yrittäjät ry.	36
Hervannan Yrittäjät ry.	31
Sammon Yrittäjät ry.	28
Tesoman Seudun Yrittäjät ry.	27
Kaukajärven Yrittäjät ry.	27
Pispala-Pyynikin Yrittäjät ry.	24
Nekalan-Koivistonkylän Yrittäjät ry.	21
Lielahden Yrittäjät ry.	12
Härmälän-Sarankulman Yrittäjät ry.	11

Yht.	315
------	-----

Nordea Pirkanmaa	61
Ei jäsen, tms (esim. PY:n toimistohenkilökunta)	44

Yht.	105
------	-----

Pirkanmaalaiset yhteensä	686
---------------------------------	------------

Osallistujamäärät:**Osallistumistyytit:**

vain perjantai	91
vain lauantai	518
perjantai ja lauantai	1424

Yht.	2033
------	------

Ohjelma:

Liittokokous	550
Pisnesvoorumi	400
Tervetulojuhla	1500
Herätysluento	500
Pääjuhla	1500
Juhlailallinen	1850
Jumalanpalvelus	70

Torstain ohjelma:

Jääkiekko	18
Kotivierailu	PERUTTU
"Kuin tuhka tuuleen" -komedia	4
"West Side Story" -musikaali	50

Yht.	72
------	----

Retket

Nokiaa ja Nansoa	92
Tampereen parhaat palat	61
Hämeenkyrö	48
Finlaysonin alue	40
Vammala	35
Kangasala	30
Valkeakoski	27
Lempäälä	25

jatkuu

Tekstiili-Tampere	20	4 (4)
Pirkkala	16	
Ylöjärvi	7	
Ikaalinen	PERUTTU	
Yht.	401	

Rinnakkaisluennot:

A. Omistajan- ja sukupolvenvaihdos	98
B. Sähköinen liiketoiminta	50
C. Työkyky ja jaksaminen	150
D. Henkinen valmennus	250
E. Yritystoiminnan kehittäminen	99
Yht.	647

Yritysklinikat:

A. Omistajan- ja sukupolvenvaihdos	12
B. Sähköinen liiketoiminta	16
E. Yritystoiminnan kehittäminen	4
Yht.	32

Tietoiskut:

eTampere	25
Eläke-Fennia	26
Tampereen Puhelin Oy	15
Nordea	30
Finnvera	22
Yht.	118

Liite 5: Valtakunnalliset Yrittäjäpäivät 2004-ennakointitutkimuksen kyselylomake pirkanmaalaisille

VALTAKUNNALLISET YRITTÄJÄPÄIVÄT 2004 – ENNAKOINTITUTKIMUS

Vastaa seuraaviin kysymyksiin valitsemalla sopiva vaihtoehto tai kirjoittamalla vastauksesi sille varattuun tilaan.

1. Oletko aiempina vuosina osallistunut Valtakunnallisille Yrittäjäpäiville?

1. kyllä, useampia kertoja, missä kaupungeissa? _____
 2. kyllä, kerran aikaisemmin, missä kaupungeissa? _____
 3. en ole aikaisemmin osallistunut Valtakunnallisille Yrittäjäpäiville

2. Suositteletko omien kokemustesi perusteella osallistumista myös muille yrittäjille?

1. kyllä, olen jo suositellut
 2. kyllä, suosittelisin kysyttäessä lämpimästi
 3. kyllä, tietyin ehdoin ja varauksin
 4. en todennäköisesti suosittelisi

Perustelusi:

3. Mikä on mielestäsi paras Valtakunnallinen yrittäjätapahtuma, johon olet osallistunut?

Kaupunki, jossa tapahtuma järjestettiin: _____

4. Missä olet nähnyt tämän vuoden yrittäjäpäivien (Tampereella) ilmoittelua / mainontaa?

- | | |
|---|--|
| 1. <input type="checkbox"/> en ole nähnyt mainontaa / ilmoittelua | 5. <input type="checkbox"/> Kauppalehdessä |
| 2. <input type="checkbox"/> Aamulehdessä | 6. <input type="checkbox"/> Suoramarkkointilehdessä |
| 3. <input type="checkbox"/> Pirkanmaan Yrittäjä -lehdessä | 7. <input type="checkbox"/> internetissä – SY:n kotisivuilla |
| 4. <input type="checkbox"/> internetissä – oman paikallisyhdistyksen kotisivuilla | 8. <input type="checkbox"/> internetissä – PY:n kotisivuilla |
| | 9. <input type="checkbox"/> muualla, missä? _____ |

5. Oletko jo tutustunut yrittäjäpäivien ohjelmatarjontaan?

1. kyllä, tunnen ohjelmatarjonnan tarkasti
 2. kyllä, tunnen ohjelmatarjonnan suurin piirtein
 3. en tunne ohjelmatarjontaa (linkki sähköiseen ohjelmaesitteeseen)

6. Mikä Yrittäjäpäivien ohjelmassa on mielestäsi kiinnostavinta? (10 = ratkaisevan kiinnostava ... 4 = merkityksetön)

- Perjantaina**
1. _____ Liittokokous
2. _____ Pirkanmaan Pisnesvoorumi
3. _____ Tervetulojuhla ja kaupungin vastaanotto
- Lauantaina**
4. _____ Herätysluento (Pekka Tuttava ja Tom Pöysti)
5. _____ Rinnakkaisluennot (omistajan- ja sukupolvenvaihdos, sähköinen liiketoiminta, työkyky ja jaksaminen, henkinen valmennus, yritystoiminnan kehittäminen)
6. _____ Pääjuhla
7. _____ Juhlailallinen (Metro-Auto Areena)
- Oheisohjelma**
8. _____ Torstain ohjelma (West Side Story, Kuin tuhka tuuleen, kotivierailu, jääkiekko-ottelu)
9. _____ Retket ja yritysvierailut Pirkanmaalla
(pe: Pirkkala, Ylöjärvi, Kangasala, Valkeakoski ja Ikaalinen)
(la: Hämeenkyrö, Lempäälä ja Vammala)

jatkuu

2 (2)

10. _____ Kaupunkikierrokset
(parhaat palat, Tekstiili-Tampere, Finlaysonin alue, Nokia ja Nansoa)
11. _____ Jumalanpalvelus ja kirkkokahvit sunnuntaina Tampereen Tuomiokirkossa

7. Oletko jo ilmoittautunut Valtakunnallisille Yrittäjäpäiville Tampereelle?

1. kyllä olen 2. en ole

8. Pidätkö mahdollisena tapahtumaan osallistumista?

1. kyllä, täysin mahdollisena
2. kyllä, saattaa tulla kysymykseen
3. tuskin tulee kysymykseen
4. ei tule kysymykseen

9. Jos et aio osallistua, niin mikä mielestäsi on suurin este tapahtumaan osallistumisellesi?

1. ei ole aikaa
3. ei riittävästi tietoa tapahtumista/toiminnasta
3. kuljetus-/majoitusongelmat
4. ohjelmatarjonta ei ole tarpeeksi kiinnostava
5. huonot kokemukset aiemmista tapahtumista
6. kustannuskynnys liian korkea
7. jokin muu syy, mikä? _____

10. Voimmeko olla Teihin yhteydessä ja kertoa Yrittäjäpäivien ohjelmatarjonnasta, majoitusmahdollisuuksista, ilmoittautumisesta...?

1. kyllä
2. ei

11. Oletko tyytyväinen tapahtuman markkointiin ja tapahtumasta tiedottamiseen?

1. kyllä, erittäin tyytyväinen – tapahtumasta on ollut tietoa tarpeeksi saatavilla
2. melko tyytyväinen, tietyin ehdoin/varauksin...
3. melko tyytymätön, koska...
4. täysin tyytymätön, koska...

Perustelusi:

12. Oletko tyytyväinen tapahtuman sisältöön / ohjelmatarjontaan?

1. kyllä, erittäin tyytyväinen – tarjonta on monipuolista ja mielenkiintoista
2. melko tyytyväinen, tietyin ehdoin/varauksin...
3. melko tyytymätön, koska...
4. täysin tyytymätön, koska...

Perustelusi:

13. Valitse seuraavista kolme menestystekijää, joiden koet olevan tämän vuoden tapahtuman vahvuuksia?

1. päätapahtuman ohjelmatarjonta parempi kuin monesti aikaisemmin
2. oheisohjelmatarjonta on monipuolinen ja mielenkiintoinen
3. Tampere on vetovoimainen isäntäkaupunki
4. Tapahtumapaikat on valittu onnistuneesti
5. Yöpyminen/majoittuminen ei ole ongelma
6. Tampereen sijainti on sopiva – kaikkialta helppo tulla
7. Pirkanmaan Pisesvoorumi kiinnostaa (ns. valtakunnallisena versiona)
8. jokin muu tekijä, mikä? _____

14. Vastaajan yhteystiedot?

1. yrityksen nimi
2. vastaajan nimi
3. osoite
4. puhelinnumero
5. sähköposti

KIITOS VASTAUKSESTANNE!

1 (3)

Liite 6: Valtakunnalliset Yrittäjäpäivät 2004-ennakointitutkimuksen kyselylomake muu Suomi

VALTAKUNNALLISET YRITTÄJÄPÄIVÄT 2004 – ENNAKOINTITUTKIMUS

Vastaa seuraaviin kysymyksiin valitsemalla sopiva vaihtoehto tai kirjoittamalla vastauksesi sille varattuun tilaan.

1. Oletko aiempina vuosina osallistunut Valtakunnallisille Yrittäjäpäiville?

- | | | |
|----|--------------------------|---|
| 1. | <input type="checkbox"/> | kyllä, useampia kertoja, missä kaupungeissa? _____ |
| 2. | <input type="checkbox"/> | kyllä, kerran aikaisemmin, missä kaupungeissa? _____ |
| 3. | <input type="checkbox"/> | en ole aikaisemmin osallistunut Valtakunnallisille Yrittäjäpäiville |

2. Suositteletko omien kokemustesi perusteella osallistumista myös muille yrittäjille?

- | | | |
|----|--------------------------|---|
| 1. | <input type="checkbox"/> | kyllä, olen jo suositellut |
| 2. | <input type="checkbox"/> | kyllä, suosittelisin kysyttäessä lämpimästi |
| 3. | <input type="checkbox"/> | kyllä, tietyin ehdoin ja varauksin |
| 4. | <input type="checkbox"/> | en todennäköisesti suosittelisi |

Perustelusi:

3. Mikä on mielestäsi paras Valtakunnallinen yrittäjätapahtuma, johon olet osallistunut?

Kaupunki, jossa tapahtuma järjestettiin: _____

4. Missä olet nähnyt tämän vuoden yrittäjäpäivien (Tampereella) ilmoittelua / mainontaa?

- | | | | | | |
|----|--------------------------|---|----|--------------------------|----------------------------------|
| 1. | <input type="checkbox"/> | en ole nähnyt mainontaa / ilmoittelua | 5. | <input type="checkbox"/> | Kauppalehdessä |
| 2. | <input type="checkbox"/> | Alueellisessa sanomalehdessä | 6. | <input type="checkbox"/> | Suoramarkkinointilehdessä |
| 3. | <input type="checkbox"/> | Paikallisessa Yrittäjä-lehdessä | 7. | <input type="checkbox"/> | internetissä – SY:n kotisivuilla |
| 4. | <input type="checkbox"/> | internetissä – oman paikallisyhdistyksen kotisivuilla | 8. | <input type="checkbox"/> | internetissä – PY:n kotisivuilla |
| | | | 9. | <input type="checkbox"/> | muualla, missä? _____ |

5. Oletko jo tutustunut yrittäjäpäivien ohjelmatarjontaan?

- | | | |
|----|--------------------------|--|
| 1. | <input type="checkbox"/> | kyllä, tunnen ohjelmatarjonnan tarkasti |
| 2. | <input type="checkbox"/> | kyllä, tunnen ohjelmatarjonnan suurin piirtein |
| 3. | <input type="checkbox"/> | en tunne ohjelmatarjontaa (linkki sähköiseen ohjelmaesitteeseen) |

jatkuu

2 (3)

**6. Mikä Yrittäjäpäivien ohjelmassa on mielestäsi kiinnostavinta?
(10 = ratkaisevan kiinnostava ... 4 = merkityksetön)**

- | | | | |
|-----|-----|---|---------------|
| | | Perjantaina | |
| 1. | ___ | Liittokokous | |
| 2. | ___ | Pirkanmaan | Pisnesvoorumi |
| 3. | ___ | Tervetulojuhla ja kaupungin vastaanotto | |
| | | Lauantaina | |
| 4. | ___ | Herätysluento (Pekka Tuttava ja Tom Pöysti) | |
| 5. | ___ | Rinnakkaisluennot (omistajan- ja sukupolvenvaihdos, sähköinen liiketoiminta, työkyky ja jaksaminen, henkinen valmennus, yritystoiminnan kehittäminen) | |
| 6. | ___ | Pääjuhla | |
| 7. | ___ | Juhlaillallinen (Metro-Auto Areena) | |
| | | Oheisohjelma | |
| 8. | ___ | Torstain ohjelma (West Side Story, Kuin tuhka tuuleen, kotivierailu, jääkiekko-ottelu) | |
| 9. | ___ | Retket ja yritysvierailut Pirkanmaalla
(pe: Pirkkala, Ylöjärvi, Kangasala, Valkeakoski ja Ikaalinen)
(la: Hämeenkyrö, Lempäälä ja Vammala) | |
| 10. | ___ | Kaupunkikierrokset (parhaat palat, Tekstiili-Tampere, Finlaysonin alue, Nokiaa ja Nansoa) | |
| 11. | ___ | Jumalanpalvelus ja kirkkokahvit sunnuntaina Tampereen Tuomiokirkossa | |

7. Oletko jo ilmoittautunut Valtakunnallisille Yrittäjäpäiville Tampereelle?

- | | | | | | |
|----|--------------------------|------------|----|--------------------------|--------|
| 1. | <input type="checkbox"/> | kyllä olen | 2. | <input type="checkbox"/> | en ole |
|----|--------------------------|------------|----|--------------------------|--------|

8. Pidätkö mahdollisena tapahtumaan osallistumista?

- | | | | | | |
|----|--------------------------|----------------------------------|----|--------------------------|--------------------------|
| 1. | <input type="checkbox"/> | kyllä, täysin mahdollisena | 3. | <input type="checkbox"/> | tuskin tulee kysymykseen |
| 2. | <input type="checkbox"/> | kyllä, saattaa tulla kysymykseen | 4. | <input type="checkbox"/> | ei tule kysymykseen |

9. Jos et aio osallistua, niin mikä mielestäsi on suurin este tapahtumaan osallistumisellesi?

- | | | |
|----|--------------------------|--|
| 1. | <input type="checkbox"/> | ei ole aikaa |
| 3. | <input type="checkbox"/> | ei riittävästi tietoa tapahtumista/toiminnasta |
| 3. | <input type="checkbox"/> | kuljetus-/majoitusongelmat |
| 4. | <input type="checkbox"/> | ohjelmatarjonta ei ole tarpeeksi kiinnostava |
| 5. | <input type="checkbox"/> | huonot kokemukset aiemmista tapahtumista |
| 6. | <input type="checkbox"/> | kustannuskynnys liian korkea |
| 7. | <input type="checkbox"/> | jokin muu syy, mikä? _____ |

jatkuu

3 (3)

10. Voimmeko olla Teihin yhteydessä ja kertoa Yrittäjäpäivien ohjelmatarjonnasta, majoitusmahdollisuuksista, ilmoittautumisesta...?

1. kyllä
2. ei

11. Oletko tyytyväinen tapahtuman markkiointiin ja tapahtumasta tiedottamiseen?

1. kyllä, erittäin tyytyväinen – tapahtumasta on ollut tietoa tarpeeksi saatavilla
2. melko tyytyväinen, tietyin ehdoin/varauksin...
3. melko tyytymätön, koska...
4. täysin tyytymätön, koska...

Perustelusi:

12. Oletko tyytyväinen tapahtuman sisältöön / ohjelmatarjontaan?

1. kyllä, erittäin tyytyväinen – tarjonta on monipuolista ja mielenkiintoista
2. melko tyytyväinen, tietyin ehdoin/varauksin...
3. melko tyytymätön, koska...
4. täysin tyytymätön, koska...

Perustelusi:

13. Valitse seuraavista kolme menestystekijää, joiden koet olevan tämän vuoden tapahtuman vahvuuksia?

1. päätapahtuman ohjelmatarjonta parempi kuin monesti aikaisemmin
2. oheisohjelmatarjonta on monipuolinen ja mielenkiintoinen
3. Tampere on vetovoimainen isäntäkaupunki
4. Tapahtumapaikat on valittu onnistuneesti
5. Yöpyminen/majoittuminen ei ole ongelma
6. Tampereen sijainti on sopiva – kaikkialta helppo tulla
7. Valtakunnallinen kontaktitapahtuma (=Pisnesvoorumi) kiinnostaa
8. jokin muu tekijä, mikä? _____

14. Vastaajan yhteystiedot?

1. yrityksen nimi
2. vastaajan nimi
3. osoite
4. puhelinnumero
5. sähköposti

KIITOS VASTAUKSESTANNE!

INNOLINK RESEARCH OY 2004

Liite 7: Valtakunnalliset Yrittäjäpäivät 2004-tyytyväisyystutkimuksen kyselylomake

Vastaisitko ystävällisesti alla oleviin kysymyksiin

1) Missä näitte ennen tapahtumaa siihen liittyvää mainontaa / ilmoittelua?

- Aamulehdessä
- Kauppalehdessä
- Tapahtuman suoramarkkinointilehdessä
- Paikallisessa Yrittäjä-lehdessä
- internetissä - Suomen Yrittäjät ry:n kotisivuilla
- internetissä - Pirkanmaan Yrittäjät ry:n kotisivuilla
- sähköpostikyselyssä (=ennakointitutkimus)
- jossain muualla, missä
- en ole nähnyt mainontaa / ilmoittelua

Seuraavissa kysymyksissä käytetään tuttuja kouluarvosana-asteikkoja 4-10

2) Mikä olisi yleisarviosi Tampereen Yrittäjäpäivistä kokonaisuudessaan?

3) Miten arvioisit lauantaiamun herätyslentojen onnistumista?

4) Miten arvioisit lauantaiamupäivän koulutustilaisuuksien onnistumista?

5) Entä miten arvoisit pääjuhlan onnistuneen?

6) Entä juhlaillallisen ja yrittäjätanssien?

7) Miten majoitusvarausten järjestely onnistui?

8) Entä ilmoittautumisjärjestelyt?

9) Miten arvioisit käytännön järjestelyjä, ohjelman sujuvuus, tekniikan toimivuus tms. seikat?

10) Kun mietit osallistumismaksun suhdetta saamaasi palveluun ja antiin, niin onko hinta/laatusuhde oikea? (Majoituskuluthan ovat erikseen.)

- liian halpa
- sopiva
- liian kallis

11) Halutessasi lyhyet perustelut edelliselle vastauksellesi.

12) Yrittäjäpäivien muut risut ja ruusut.

13) Mahdolliset risut ja ruusut yhteistyökumppaneille, joita olivat: Aamulehti, Fennia, Finnet, Finnvera, Kauppalehti, Nordea ja Tampereen kaupunki.

14) Kuinka todennäköisesti olet mukana Vuoden 2005 Yrittäjäpäivillä Joensuussa

- Erittäin todennäköisesti
- Melko todennäköisesti
- En osaa sanoa
- Melko epätodennäköisesti
- Erittäin epätodennäköisesti