

Jenni Niemi

Tapahtuman järjestäminen

Case: Ruokaprovinssi -tori

Opinnäytetyö

Syksy 2016

SeAMK Elintarvike ja maatalous

Restonomi (AMK), Ravitsemispalvelut

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: SeAMK Elintarvike ja maatalous

Tutkinto-ohjelma: Restonomi (AMK), Ravitsemispalvelut

Tekijä: Jenni Niemi

Työn nimi: Tapahtuman järjestäminen: Case: Ruokaprovinssi -tori

Ohjaaja: Tuija Pitkääkoski

Vuosi: 2016

Sivumäärä: 42

Liitteiden lukumäärä: 7

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön aiheena oli tapahtuman järjestäminen. Opinnäytetyön tarkoituksena oli järjestää Ruokaprovinssi -toritapahtuma 6.8.2016 Seinäjoen kauppatorilla. Työ sisältää tämän case-tapahtuman suunnittelun ja toteuttamisen vaiheet suunnittelun aloituksesta tapahtuman jälkimarkkinointiin saakka. Työn tavoitteena oli tutkia teorian avulla, kuinka onnistunut tapahtuma järjestetään, mitä tapahtuman järjestämiseen liittyy ja kuinka tapahtumaprosessi etenee sekä käyttää tätä tietoa konkreettisesti tapahtuman järjestämisessä ja toteuttamisessa.

Opinnäytetyön toimeksiantajana oli Kasvua Ruokaprovinssista -hanke, jota toteuttavat yhteistyössä Into Seinäjoki Oy ja Sedu Aikuiskoulutus. Tämä hanke toimii toritapahtuman järjestäjätahona.

Tämä opinnäytetyö koostuu kirjallisesta ja toiminnallisesta osasta. Kirjallinen osuus kuvaa tapahtuman järjestämisprosessia, jonka avulla konkreettinen tapahtuma järjestettiin. Teoreettinen osuus keskittyy tapahtumajärjestämisen kirjallisuuteen ja siihen mitä onnistuneen tapahtuman järjestämiseen vaaditaan, mitä siihen liittyy ja kuinka tapahtumaprosessi etenee. Toiminnallinen osuus sisältää Ruokaprovinssi -toritapahtuman järjestämisen opinnäytetyön tekijän näkökulmasta sisältäen suunnitteluprosessin ja toteutuksen.

Toritapahtuman tavoitteet arvioitiin saavutetuiksi ja palaute mukana olevilta yrityksiltä ja asiakkailta oli hyvää. Työssä on pohdittu samalla kehittämissuunnitelmia tapahtuman uudelleenjärjestämiseksi saatujen palautteiden pohjalta. Työssä on huomioitu myös tapahtuman järjestämisen haasteet, joita on hyvä ottaa huomioon tapahtumia järjestettäessä.

Avainsanat: tapahtuma, tapahtuman järjestäminen, tapahtumaprosessi

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: School of Food and Agriculture

Degree programme: Hospitality Management

Author: Jenni Niemi

Title of thesis: Organizing an Event: Case: Ruokaprovinsi -market

Supervisor: Tuija Pitkääkoski

Year: 2016

Number of pages: 42

Number of appendices: 7

The aim of this functional thesis was to arrange an event named “*Ruokaprovinsi*-food market” on 6th August 2016. This thesis includes everything from the planning to the after-sales service of the event. The purpose was to organize and execute a successful event based with the help of the theoretical framework.

The thesis was commissioned by *Kasvua Ruokaprovinsista* –project, implemented by *Into Seinäjoki Oy* and *Sedu* adult education centre. The project was the organizer of the event.

The thesis consists of a written and functional part. The theoretical part describes the staging process of the event focusing on the literature about organizing an event, what you need to arrange a successful event and how the event process proceeds. The functional part covers the arrangements of *Ruokaprovinsi*- food market from the author’s point of view, including the planning process and execution.

The goals of the event were reached, and the feedback from the co-operating companies and customers was good. The thesis reflects the developing ideas and challenges of the event arrangements, based on the received feedback for reorganizing the event.

Keywords: event, event organizing, event process

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract.....	3
SISÄLTÖ.....	4
Kuva-, kuvio- ja taulukkoluetelo.....	6
1 JOHDANTO.....	7
2 OPINNÄYTETYÖN TAVOITTEET, RAJAUKSET JA SISÄLLÖN ESITTELY.....	9
3 YLEISÖTAPAHTUMAN SUUNNITTELU.....	11
3.1 Tapahtuman tavoitteet.....	12
3.2 Tapahtuman suunnitteluprosessi.....	12
3.2.1 Kohderyhmä.....	15
3.2.2 Tapahtumakäsikirjoitus.....	16
3.2.3 Budjetti.....	16
3.2.4 Tapahtumapaikka ja ajankohta.....	17
3.2.5 Lupa- ja ilmoitusasiat.....	17
3.2.6 Tapahtumamarkkinointi.....	18
4 TAPAHTUMAN TOTEUTUS.....	20
5 CASE: RUOKAPROVINSSI-TORI.....	22
5.1 Tapahtuman tavoitteet.....	22
5.2 Tapahtuman suunnitteluprosessi.....	23
5.2.1 Kohderyhmä.....	25
5.2.2 Tapahtumakäsikirjoitus.....	26
5.2.3 Budjetti.....	27
5.2.4 Paikka ja ajankohta.....	28
5.2.5 Lupa- ja ilmoitusasiat.....	29
5.2.6 Tapahtumamarkkinointi.....	29
5.3 Tapahtuman prosessikuvaus.....	31
6 CASE-TAPAHTUMAN TOIMINNALLINEN OSUUS.....	33
7 JOHTOPÄÄTÖKSET.....	37

8 POHDINTA	38
LÄHTEET	40
LIITTEET	42

Kuva-, kuvio- ja taulukkoluetelo

Kuva 1. Ruokaprovinsi-toritapahtuma Facebook-sivustolla.....	30
Kuva 2. Ruokaprovinsi-torin lehtimainos Epari-lehdessä 3.8.2016	31
Kuva 3. Ruokaprovinsi-torin opastebanderolli	33
Kuvio 1. Tapahtumaprojektin vaiheet (liskola-Kesonen 2004, 8.)	13
Kuvio 2. SWOT-analyysi (liskola-Kesonen 2004, 10.)	15
Kuvio 3. Ruokaprovinsi-toritapahtuman SWOT-analyysi.....	24
Taulukko 1. Tapahtumaprosessin kulku (Häyrinen & Vallo 2008, 147.).....	14
Taulukko 2 Ruokaprovinsi-torin tapahtumakäsikirjoitus	26
Taulukko 3 Tapahtuman budjetti.....	27

1 JOHDANTO

Kokoontumislaki (L 22.4.1999/530) määrittelee tapahtuman esimerkiksi yleisölle avoimeksi huvitilaisuudeksi, kilpailuksi tai näytökseksi. Tapahtumat ja tilaisuudet koostuvat ihmisistä ja heidän verkostoistaan: yleisöstä sekä muista sidosryhmistä. Sosiaalisuus ja tarve olla ihmisten kanssa on tapahtumien ydin. (Pasanen & Hakola 2009, 11.)

Tämä opinnäytetyö käsittelee tapahtuman järjestämistä, joka konkretisoituu esimerkkitapahtuman, Ruokaprovinssi -torin järjestämisen avulla. Ruokaprovinssi -tori on toista kertaa järjestettävä lähiruokatori Seinäjoella. Opinnäytetyö kuvaa tämän case-tapahtuman suunnitteluprosessia, toteutusta ja onnistumista.

Opinnäytetyön toimeksiantajana on Into Seinäjoki Oy. Into Seinäjoki Oy on Seinäjoen kaupungin kehittämissyhtiö. Yhtiö kehittää Seinäjoen kaupunkia paremmaksi toimintaympäristöksi yrityksille, kehittäjille ja kaupunkilaisille. (Into Seinäjoki Oy 2016.) Ruokaprovinssia koordinoidaan Into Seinäjoki Oy:n alla. Ruokaprovinssi-brändin alla viestitään Etelä-Pohjanmaan osaamisesta ja yhteistyöstä sekä sen avulla paikallinen elintarviketuotanto ja jalostaminen tuodaan lähemmäs kuluttajia ja samalla kehitetään Etelä-Pohjanmaan alueen ruokakulttuuria. (Ruokaprovinssi 2016.)

Kasvua Ruokaprovinssista-hanke on yksi yhtiön hankkeista, joita Into Seinäjoki Oy tekee yhteistyössä Sedu Aikuiskoulutuksen kanssa. Hanketta rahoittaa Euroopan maaseudun kehittämisen maatalousrahasto. Hankkeen avulla kehitetään eteläpohjalaisen lähiruoan tunnettuutta niin valtakunnallisesti kuin kansainvälisesti ja sen tavoitteena on auttaa lähiruokayrittäjiä ja -toimijoita verkostoitumaan ja kehittää näin yritysten osaamista ja yhteistyötä. Ruokaprovinssi kokoaa ja edistää Etelä-Pohjanmaan maakunnan elintarvikeosaamista ja -kehittämistä. (Ruokaprovinssi 2016.) Tämä opinnäytetyö on merkityksellinen toimeksiantajalle, sillä sitä voidaan käyttää apuna suunnitellessa samanlaista tai -tyyppistä tapahtumaa myös tulevaisuudessa. Lisäksi tapahtuma on yksi hankkeen suunnitelluista toimista, joita hankesuunnitelmaan (Mäki-Pirilä 2015.) on koottu.

Opinnäytetyö on toiminnallinen eli se koostuu raporttiosuudesta ja produktista. Toiminnallisen opinnäytetyön tavoitteena on toteuttaa käytännössä jonkinlainen toiminta tai toteutus. Toteutustapana voi olla esimerkiksi ammatillisen käytännön toiminnan ohjeistus, tapahtuman järjestäminen konkreettisesti tai kotisivut yritykselle. (Airaksinen & Vilka 2003, 9 – 10.)

2 OPINNÄYTETYÖN TAVOITTEET, RAJAUKSET JA SISÄLLÖN ESITTELY

Tämän opinnäytetyön aiheena on tapahtuman järjestäminen. Työ toteutetaan toiminnallisena, joka sisältää raportin ja produktin (Airaksinen & Vilkkä 2003, 65). Ammattikorkeakoulussa voi tehdä joko toiminnallisen tai tutkimuksellisen opinnäytetyön. Toiminnallinen opinnäytetyö on liitetty käytäntöön ja näitä voivat olla esimerkiksi erilaiset ohjeistukset, opastukset ja toiminnan järjestäminen. Toteutustapana voi olla esimerkiksi opaslehtinen, kotisivut tai tapahtuma. (Airaksinen & Vilkkä 2003, 9.)

Tarkoituksena on kirjallisuutta apuna käyttäen tutkia ja vastata kysymyksiin, kuinka onnistunut tapahtuma järjestetään, mitä tapahtumaprosessiin kuuluu ja miten tapahtuman toteutus onnistui case-tapahtuman kautta. Idea opinnäytetyöstä syntyi toimeksiantajan tarpeesta järjestää ja toteuttaa Ruokaprovinssi -toritapahtuma 6.8.2016 Seinäjoen Kauppatorilla.

Ruokaprovinssi-tori on toista kertaa järjestettävä lähiruokatori Seinäjoella. Torin järjestää Kasvua Ruokaprovinssista -hanke, jota toteuttavat yhteistyössä Sedu Aikuis-koulutus ja Into Seinäjoki Oy. Hankkeen tavoitteena on kehittää eteläpohjalaista ruokakulttuuria ja -tuotantoa. Yksi hankkeen toimista on Ruokaprovinssi -tori, joka on tämän opinnäytetyön case-tapahtuma.

Tämä opinnäytetyö sisältää tämän case-tapahtuman suunnittelun ja toteuttamisen suunnittelun aloituksesta tapahtuman jälkimarkkinointiin asti. Tavoitteena on myös selvittää toteutuvatko tapahtumalle asetetut tavoitteet tämän case-tapahtuman toteutuksessa. Työn tavoitteena on järjestää ja toteuttaa onnistunut tapahtuma.

Opinnäytetyön lähtökohtana oli järjestää lähes samankaltainen lähiruokatoritapahtuma, Ruokaprovinssi -tori kuin vuonna 2015. Muutoksena edellisvuoteen oli tapahtuman lyhyempi toteutusaika. Vuoden 2016 tapahtumassa keskityttiin perinteiseen toritapahtumaan myyjineen ja teemaan liittyvine ohjelmineen. Tapahtuma on lähiruokatori, jossa myyjinä toimivat Etelä-Pohjanmaan lähialueen elintarvikeyritykset. Projektin tavoitteena oli toteuttaa tämä case-tapahtuma kirjallisuuspohjaa ja kokemusta edellisestä tapahtumasta apuna käyttäen.

Tapahtumaprosessi alkoi toimeksiantajan pyynnöstä suunnittelemalla pohja tapahtumalle, josta koko suunnitteluprosessi alkoi. Tapahtuman suunnitteluprosessin lähtötilanteessa tiedossa olivat jo tapahtumapaikka, -aika ja muut yleiset asiat, joiden avulla suunnittelu oli mahdollista käynnistää. Apuna suunnitteluun käytettiin edellisvuoden tapahtuman materiaaleja sekä kirjallisuutta.

Tapahtumassa itsessään on tavoitteena järjestää elämyksellinen lähiruokatori tehdyn suunnitelman mukaisesti ja palvellen näin tapahtumalle ja hankkeelle asetettuja tavoitteita. Tapahtuman järjestämisen prosessi ja toteutuksen onnistuminen ovat merkityksellisiä toimeksiantajalle tulevaisuutta ajatellen. Opinnäytetyötä voidaan käyttää avuksi samantyylistä tapahtumaa järjestettäessä.

Opinnäytetyön teoreettisessa osuudessa käsitellään tapahtuman järjestämistä, sen tavoitteita, suunnitteluprosessia ja toteuttamista. Toiminnallinen osuus koostuu esimerkitapahtuman suunnittelusta, järjestämisestä ja sen toteutuksen raportoinnista. Yleisesti tämän opinnäytetyön tarkoituksena on siirtää tietoperusta käytännön toteutukseen tapahtuman järjestämisen ja toteutuksen puitteissa.

3 YLEISÖTAPAHTUMAN SUUNNITTELU

Tapahtuma on kokonaisuus, jolle on luotu suunnitelma. Suunnitelmasta tulevat ilmi tapahtuman tavoitteet ja kohderyhmä, jolle tapahtuma on suunnattu. Tapahtumien luonne perustuu yleensä siihen, millaisia tavoitteita tapahtumalle on asetettu ja kenelle tapahtumaa järjestetään. (Isohookana 2007, 11.) Tapahtumia on erilaisia. Tapahtuma määritellään yleisölle avoimeksi huvitilaisuudeksi, joita ovat esimerkiksi festivaalit, näytökset tai kilpailut. (Tapahtumatoimisto 2014.)

Tapahtuman järjestäminen tarvitsee huolellista ja tarkkaa suunnittelua. Toimintasuunnitelma ja aikatauluttaminen muodostavat koko tapahtumaprojektin ytimen. Järjestettäessä tapahtumaa on myös huomioitava, kenelle tapahtumaa ollaan tekemässä. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2015.) Onnistuminen on monien asioiden summa. Tapahtuman onnistumista tulee tutkia useammasta eri näkökulmasta. Tapahtumalla pitää olla sekä strategiset että operatiiviset tavoitteet. Näiden onnistumista voidaan tarkastella erikseen ja loppujen lopuksi myös kokonaisuutena. (Kivistö 2014.)

Yleisötilaisuuden tai -tapahtuman järjestäminen on verrattavissa projektiin. Tapahtumilla ja projekteilla on aina määritelty alku ja loppu. Toteutuksen aikana ne etenevät tapahtumaketjuna kohti haluttuja tavoitteita. Projekteja voi syntyä eri syistä, mutta yleensä taustalla on jonkinlainen tarve, joka täytetään projektien avulla. (Kettunen 2003, 46.)

Onnistunut tapahtuman järjestäminen vaatii järjestäjiltä huolellista paneutumista. Tapahtuman yleisölle jää ainoastaan oma kokemus ja mielipide, mikä vaikuttaa mielikuviin tapahtumasta ja tapahtuman onnistumiseen. Tapahtuman kaikki osat on pystyttävä hahmottamaan ja pidettävä ne saumattomasti yhdessä. (Iiskola-Kesonen 2004, 16.) Häyrinen ja Vallo (2008, 93 – 98) ovat laatineet onnistuneen tapahtumaan liittyvät strategiset ja operatiiviset kysymykset. Strategiset kysymykset ovat yksinkertaisesti: miksi, kenelle ja mitä järjestetään? Näiden kysymysten avulla löytyy tapahtuman idea. Operatiiviset kysymykset ovat: miten järjestetään, millainen tapahtuma on ja kuka tapahtumaa järjestää? Nämä kysymykset kokoavat tapahtuman teeman. Näiden kysymysten pohjalta saadut vastaukset tulee pitää mielessä koko tapahtuman suunnitteluprosessin ajan.

3.1 Tapahtuman tavoitteet

Tapahtuman järjestämisen keskeisimpiä ja tärkeimpiä asioita on asettaa tapahtumalle tavoite, jonka avulla määritellään, mitä tapahtumalta tahdotaan. Tapahtuman järjestäjän on hyvä asettaa tapahtumalle tavoitteet. Ensisijaisten tavoitteiden asettaminen auttaa onnistuneen tapahtuman suunnittelua ja toteuttamista. Tavoitteiden määrittelemisen avulla on kätevämpi miettiä käytännön toimia, joilla tavoitteet pystyttäisiin saavuttamaan. (Kauhanen, Kauhanen & Juurakko 2002, 45.)

Tavoitteita asetettaessa on tärkeää miettiä, miksi tapahtumaa järjestetään, mitä tapahtumalta halutaan sekä mitä tapahtumalla halutaan saavuttaa. Onnistunut tapahtuma järjestetään haluttujen tavoitteiden mukaisesti ja myös tapahtuman sisällössä sekä ohjelmassa otetaan huomioon asetetut tavoitteet. (Häyrinen & Vallo 2008, 93 – 98.) Tavoitteet on hyvä määritellä tarkasti ja laittaa jopa tärkeysjärjestykseen. Ilman määrittelyä tapahtuman suunnittelussa ja toteutuksessa voi ilmetä ongelmia, jos ei tiedetä mitä tapahtumalta halutaan. Tavoitteiden asettamisen jälkeen todellinen tapahtuman suunnitteluprosessi voi alkaa. (Getz 2007, 24.)

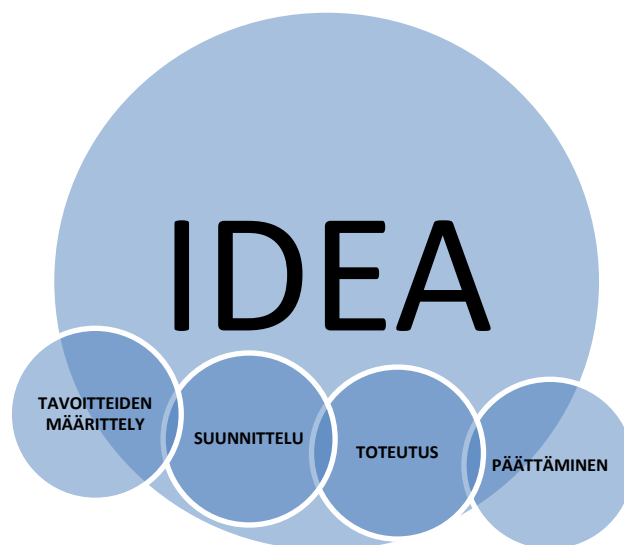
Tapahtumabrief on yksi tapa koota tavoitteet selviksi kohdiksi. Se on hyvä laatia ennen tapahtuman suunnittelua, sillä se kokoaa yhteen ne reunaehdot, mitä tapahtumalta halutaan. Se on yksinkertaisesti vastaus kysymyksiin, joilla halutaan vastauksia esimerkiksi siihen, miksi, mitä, miten ja kenelle tapahtumaa järjestetään. Tätä voidaan käyttää tapahtumatoimiston kanssa tai oman suunnittelun apuna. (Häyrinen & Vallo 2014, 163.)

3.2 Tapahtuman suunnitteluprosessi

Tapahtuman suunnittelu on yksi tapahtuman järjestämisen tärkeimmistä vaiheista. Tapahtuman onnistumisen kannalta on erittäin tärkeää laatia suunnitelma, jonka avulla tapahtumaa toteutetaan. Suunnitelma kannattaa pilkkoa osiin, jolloin nähdään kaikki pienet asiat ja tällä tavalla varmistetaan suunnitelman toimiminen käytännössä. Suunnitteluvaihe on tapahtuman järjestämisessä aikaa vievin vaihe. (Shone & Parry 2004, 81 – 82.)

Tapahtuman suunnitteluprosessissa tulee ottaa huomioon itse tapahtuman järjestäminen, markkinointi ja tiedottaminen (Tapahtumatoimisto 2014). Suunnittelu on monipuolinen ja pitkälle kehitetty prosessi. Jokainen prosessi on erilainen. Suunnitteluprosessin tyypillisiä osavaiheita ovat tehtävän määrittelemine ja hahmottaminen, käsitteellinen suunnittelu sekä dokumentointi. Tapahtuman suunnitteluvaiheessa luodaan perusta onnistuneelle tapahtumalle. Suunnitteluprosessilla on kolme tärkeintä tehtävää, joista tärkein on tarkka kuvaus, miten haluttu lopputulos saavutetaan. Muutoin suunnitelma on seurannan ja valvonnan työkalu ja kokonaissuunnittelun apuväline. (Ruuska 2007.)

Tapahtumalle on hyvä laatia myös toteutussuunnitelma. Toteutussuunnitelmassa määritetään eri toteutusvaiheet ja aikataulut vaiheiden toteuttamiseen. Tämä hahmottaa toteutuksen suunnittelua ja myöhempää konkreettista toteutusta. (Kauhanen ym. 2002, 47) liskola-Ketosen (2004, 8 – 9.) mukaan tapahtumaprojekti etenee vaiheittain (kuvio 1). Ideaa seuraavat tavoitteiden määrittäminen, suunnittelu, toteutus ja päättäminen. Näistä koostuu tapahtumaprojektin elinkaari, jotka vaativat erilaisia toimenpiteitä. Tavoitteiden määrittäminen ja suunnittelu ovat tärkeitä, sillä idean on jalostuttava projektin edetessä konkreettisiksi tavoitteiksi. Huolellinen suunnittelu antaa parhaimmat keinot tavoitteiden saavuttamiseksi ja siksi suunnitteluun on käytettävä riittävästi aikaa.



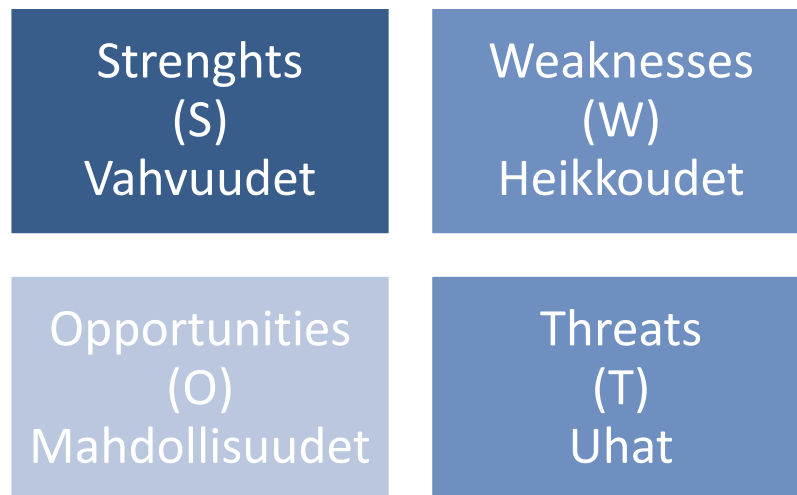
Kuvio 1. Tapahtumaprojektin vaiheet (liskola-Kesonen 2004, 8.)

Häyrisen & Vallon (2008, 147.) mukaan suunnitteluun käytettävä aika on minimissään kaksi kuukautta. Laadusta voidaan joutua tinkimään, mikäli tapahtuma tehdään liian lyhyessä ajassa. Tapahtumaprosessin kulku on kuvattu kahdeksan viikon aika-akselilla (Taulukko 1). Tähän kuuluu tarkennukset, mitä tarvittavissa vaiheissa on hyvä huomioida.

Taulukko 1. Tapahtumaprosessin kulku (Häyrinen & Vallo 2008, 147.)

Suunnitteluvaihe	Tapahtuman toteutus	Jälkimarkkinointi
75 % / 6 viikkoa	10 % / 0,8 viikkoa	15 % / 1,2 viikkoa
Työvaiheet		
Tapahtuman käynnistys	Rakennusvaihe	Kiitokset
Resursointi	Itse tapahtuma	Palautteen keruu ja koostaminen
Vaihtoehtojen tarkistus	Purkuvaihe	Yhteenveto tapahtumasta
Päätökset ja varmistus		
Organisointi		

Kun tapahtuman suunnittelu on edennyt, voidaan tapahtumalle laatia nelikenttämenetelmän avulla SWOT-analyysi (Kuvio 2). Sillä kartoitetaan tilaisuuden vahvuudet, heikkoudet, uhat sekä mahdollisuudet. (Iiskola-Kesonen 2004, 9 – 10.)



Kuvio 2. SWOT-analyysi (Iiskola-Kesonen 2004, 10.)

SWOT-analyysiä käytetään, kun halutaan selvittää toiminnan vahvuudet ja vahvistaa niitä sekä tunnistaa heikkoudet niiden korjaamiseksi. Analyysi tehdään yrityksen toimintaidean ja toimintaympäristön pohjalta ja se toimii pohjana yrityksen toiminnan sekä tuotteiden ja palveluiden kehittämiseksi sekä uusien mahdollisuuksien löytymiseksi ja hyödyntämiseksi. (Alikoski, Koponen & Viitasalo 2009, 31.) Nelikenttämennettelmää voidaan käyttää toiminnan, tuotteen tai jonkin tietyn osan arvioimiseen. Menettelmän pohjalta voidaan tunnistaa erilaiset uhat ja mahdollisuudet ja miettiä miten heikkoudet muutetaan vahvuudeksi ja kuinka vahvuuksia voidaan toiminnassa hyödyntää. (Lindroos & Lohivesi 2006, 217 – 218.)

3.2.1 Kohderyhmä

Tapahtuman järjestäjän tulee miettiä kohderyhmä tapahtumalle, sillä se määrittelee, millainen tapahtuma on mahdollista järjestää. Tapahtuma suunnitellaan kohderyhmän tarpeitten mukaisesti. Kohderyhmää pohtiessa on hyvä huomioida esimerkiksi asiakkaan sukupuoli, ikä ja asuinpaikka. Halutun kohderyhmän analyysin on hyvä olla mukana koko tapahtuman suunnitteluprosessin, sillä ohjelma ja sisältö tulee luoda heitä varten. (Häyrinen & Vallo 2014, 122 - 124.)

Kohderyhmän tunteminen on tapahtuman järjestämisessä oleellista, jotta tapahtuman perusolemuksesta saadaan muovattua tavoiteltavan yleisön näköiseksi ja

oloiseksi. Näin tapahtuma ajaisi tarkoitustaan. Mikäli tapahtuma ja kohderyhmä eivät kohtaa, voi seurauksena olla huonosti onnistunut tapahtuma. (Etelä-Pohjanmaanliitto 2015.)

3.2.2 Tapahtumakäsikirjoitus

Tapahtumakäsikirjoitus on hyvä tapa viedä tapahtuma alusta loppuun. Se on tärkeä työskentelyväline tapahtuman järjestäjälle ja siellä työskenteleville henkilöille. Se kokoaa kaiken mitä, missä ja milloin tapahtumassa tapahtuu. Tapahtumakäsikirjoituksesta saa tarkan käsityksen tapahtuman kokonaisuudesta. On tärkeää, että tapahtuman järjestämisen käsikirjoituksesta vastaa yksi henkilö, joka vastaa kaikista tarvittavista muutoksista ja tilanteista. (Häyrinen & Vallo 2014, 165 – 166.)

Tapahtuman käsikirjoitus sisältää aikataulun, joka muodostaa tapahtuman ytimen. Tapahtuman järjestäjän on pidettävä kiinni sovituista aikatauluista. Hyvä aikataulutaminen sisältää kaiken tehtävineen, kestoineen ja toteutusajankohtineen, mikä helpottaa tapahtuman läpiviemistä. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2013.)

3.2.3 Budjetti

Tapahtumien ja tilaisuuksien rahoituksen perusta on hyvin mietitty meno- ja tuloarvio eli budjetti. On tärkeää arvioida kustannuksia jo etukäteen ja ne kannattaa pilkkoa mahdollisimman pieniin osa-alueisiin sekä ottaa huomioon myös yllättävät menot. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2013.)

Tapahtumaa järjestettäessä on hyvä laatia budjetti tarvittaville menoille, edes suurin piirtein, jotta osataan varautua tuleviin menoihin. Budjetti määrittää sen, mitä tapahtumassa pystytään tekemään. Se ohjaa myös markkinoinnin käyttöä. Tuloja voidaan saada esimerkiksi pääsylipuista, paikkamaksuista, avustuksista tai sponsoreilta. Menoja tulee yleensä erilaisista vuokrista, palkkioista tai markkinoinnista. Budjettia laatiessa voi katsoa esimerkin aiemmin järjestetyistä tapahtumista, jolloin pystytään hahmottamaan se, mihin rahaa yleensä tarvitaan eniten. (Häyrinen & Vallo 2014, 166.)

3.2.4 Tapahtumapaikka ja ajankohta

Tapahtumapaikka on hyvä valita tarkoin tapahtumaa suunniteltaessa. Sen tulee sopia tapahtuman luonteeseen. (Givens 2005.) Tapahtuman paikan valinnalla on tärkeä merkitys tapahtuman onnistumiseen. Sijainti kohderyhmään ja paikan tavoitettavuus ovat merkittäviä tekijöitä, jotta haluttu yleisö saadaan tapahtumapaikalle helposti ja kätevästi. (Kauhanen ym. 2002, 38 – 39.) Tapahtumapaikan käyttöön tarvitaan aina alueen omistajan tai haltijan suostumus. Tapahtuman luonne tai kunnan käytännöt tilaisuuksien järjestämisissä määrittelevät tuleeko suostumus olla kirjallinen vai suullinen. (Lampinen & Välikylä 2009.)

Myös tapahtuman ajankohdalla on yleensä suuri merkitys tapahtuman onnistumiseen. Kohderyhmä ja tilaisuuden luonne määrittävät pitkälle oikean ajankohdan valinnan. Esimerkiksi ihmisten loma-ajat vaikuttavat paljon tapahtumien ajankohtiin, jolloin asiakkaita on helpompi saada tapahtumaan. (Kauhanen ym. 2002, 37.)

3.2.5 Lupa- ja ilmoitusasiat

Tapahtuman järjestäjän on hyvä olla ajoissa selvillä tilaisuuteen tarvittavista luvista, sopimuksista ja ilmoituksista. Tapahtuman koosta ja luonteesta lupa-asioihin kannattaa varata aikaa. Kaikkien tapahtumien järjestämisessä on velvoitteet hankkia tarvittavat luvat ja tehdä ilmoitukset. (Lampinen & Välikylä 2009.)

Tapahtuman luonteesta ja koosta riippuen on otettava huomioon monia erilaisia lupa- ja ilmoitusasioita. Näitä ovat esimerkiksi tapahtuman järjestämispaikan omistajan tai haltijan suostumus, ilmoitus yleisötilaisuudesta viranomaisille, turvallisuus- ja pelastussuunnitelmat ja ilmoitus elintarvikkeiden tilapäisestä myynnistä. Myös musiikin esittämiseen julkisella paikalla tulee tehdä ilmoitus, oli tämä livemusiikkia tai omilta levyiltä tulevaa musiikkia. (Lampinen & Välikylä 2009.)

Ilmoitus yleisötilaisuuden järjestämisestä. Yleisötilaisuuden järjestäminen velvoittaa tekemään kirjallisen ilmoituksen tapahtumapaikan poliisille. Tapahtuman järjestäjän on ilmoitettava tilaisuudesta vähintään viisi vuorokautta ennen tilaisuuden alkua. (Poliisi 2016. [Viitattu 13.10.2016])

Pelastussuunnitelma. Pelastuslaki velvoittaa tarpeeksi suurten tapahtumien järjestäjien tekemään kirjallisen pelastussuunnitelman, josta käy ilmi ennakoitavat vaaratilanteet ja riskit, toimenpiteet niiden ehkäisemiseksi sekä poistumistiet tapahtumapaikalla. Tämä tulee lähettää viimeistään 14 vuorokautta ennen tapahtuman alkua alueen pelastuslaitokselle. (Pelastustoimi [Viitattu 13.10.2016].)

Ilmoitus elintarvikkeiden tilapäisestä myynnistä. Tilapäismyynnillä tarkoitetaan enintään kaksi vuorokautta kestäväää ja harvemmin kuin 30 päivän välein samassa paikassa toistuvaa elintarvikkeiden myyntiä. Toimijan on tehtävä ilmoitus myyntitapahtumasta viimeistään 14 vuorokautta ennen varsinaista myyntitapahtumaa sen kunnan valvontaviranomaiselle, jossa myyntitapahtuma järjestetään (Evara 2012 [Viitattu 19.10.2016].)

Maanomistajan lupa. Ulkoilmatapahtumiin tarvitaan maanomistajan lupa. Lupa tulee anoa hyvissä ajoin ennen tapahtumaa tapahtumapaikan kunnalta. Kuntien omistamia alueita ovat yleensä kadut, torit ja muut yleiset alueet. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2013.)

Teosto ja Gramex. Yksityishenkilön, yrityksen, yhdistyksen tai yhteisön järjestäessä yleistä tapahtumaa, jossa on musiikkia, tarvitaan Teoston ja Gramexin yhteinen tapahtumalupa. Tämän kaltaisia tapahtumia ovat esimerkiksi konsertit, festivaalit, messut ja muut vastaavat tapahtumat ja tilaisuudet. Tapahtumassa musiikki voi olla elävää tai myös digitaalista, mutta lupa tarvitaan aina. (Teosto 2016 [Viitattu 19.10.2016].)

3.2.6 Tapahtumamarkkinointi

Tapahtumamarkkinointi voidaan määritellä markkinoinnin ja tapahtuman yhdistämiseksi. Se on toimintaa, joka yhdistää organisaation sekä sen kohderyhmän tapahtuman ympärille. (Häyrinen & Vallo 2014, 19.) Onnistuneen tapahtuman edellytyksenä on hyvin hoidettu markkinointi. Markkinoinnin tavoitteena on kaupata tapahtumaa yleisölle, sillä tapahtumat ovat riippuvaisia osallistujista. (Kauhanen, ym. 2002, 113.)

Tapahtumamarkkinoinnin tavoitteet kannattaa määritellä selkeästi. Tavoitteet voivat olla esimerkiksi imagollisia, laadullisia tai taloudellisia. Markkinoinnin tulee olla ai-noastaan keino saavuttaa tapahtumalle asetetut tavoitteet. Tapahtumamarkkinoinnin kannalta on tärkeää miettiä, kenelle tapahtumaa tehdään eli mitkä ovat halutut kohderyhmät. Tämän jälkeen on helppo lähteä luomaan oikeanlaista markkinointia juuri tavoitetulle kohderyhmälle. (Iiskola-Ketonen 2004, 56.)

4 TAPAHTUMAN TOTEUTUS

Tapahtuman suunnitteluprosessia seuraa toteutusvaiheen hetki, jotka tekevät tehdystä suunnitelmasta totta. Häyrinen ja Vallo (2014, 168 – 170.) ovat erottaneet tapahtuman toteutuksen kolmeen eri vaiheeseen: rakennusvaihe, itse tapahtuma ja purkuvaihe. Näistä rakennusvaihe on aikaa vievin vaihe, sillä silloin kulussit ja rekviisiitta pystytetään tapahtumaa varten tehtyjen suunnitelmien mukaisesti. Itse tapahtuma tuntuu menevän ohi nopeasti mahdollisista vastoinkäymisistä ja muutoksista huolimatta. Viimeisen osallistujan jälkeen seuraa purkuvaihe, joka on usein nopea ja tehokkaasti toteutettavissa. Tapahtumalla on hyvä olla vahva aloitus ja selkeä lopetus, jonka välissä kaikki on aikataulutettu tapahtuman läpiviemisen helpottamiseksi.

Toteutusvaihe on hetki, jolloin tehdyistä suunnitelmista tulee totta. Tapahtuman toteutusvaihe on ainoastaan noin 10% koko tapahtumaprosessin kulusta. (Häyrinen & Vallo 2008, 153.) Tapahtuma toteutetaan huolellisesti tehtyjen suunnitelmien avulla, johon kuuluu myös aikataulu tapahtumasta, jolloin tiedetään mitä ja milloin tapahtumassa tapahtuu erinäisiä asioita. Ennen tapahtuman alkamista on hyvä tarkistaa kaikki viime hetken muutokset sekä järjestelyt yhteistyökumppaneiden kanssa. Myös kaikki, jotka liittyvät tapahtuman toteutukseen on hyvä tiedottaa kaikista aikatauluista, jotta tiedetään mitä, milloin ja missä mitään tehdään. (Shone & Parry 2004, 182.)

Tapahtuman toteutusvaihe kertoo projektipäällikön ammattitaidosta. Vaikeissa ja yllättävissäkin tilanteissa projektipäällikön tulee säilyttää rauhallisuutensa ja hänen tulee olla esikuva tapahtumassa työskenteleville ja saada kannustava ilmapiiri tapahtumaprojektin ympärille. Tapahtuma viedään käsikirjoituksen mukaan läpi vaihe vaiheelta. Monet pienet yksityiskohdat vaikuttavat tapahtuman onnistuneisuuteen, joten projektipäällikön on hyvä olla tietoinen kaikista tapahtuvista asioista tapahtumaa ennen ja sen aikana. (Iiskola-Kesonen 2004, 11.)

Tapahtuman saadessa päätöksensä, on seuraavaksi vuorossa tapahtuman päättäminen. Tämä vaihe sisältää tapahtuman purkamisen, siivoamisen ja muut lopputyöt ja se kestää vain hetken, mutta on yhtä tärkeä kuin muutkin tapahtumavaiheet. (Iiskola-Kesonen 2004, 12.)

Tapahtuman toteutuksen jälkeen on hyvä muistaa jälkimarkkinointi. Kiitetään yksinkertaisesti esimerkiksi asiakkaita ja yhteistyökumppaneita tai toimitetaan materiaalit osallistujille. Tämä osoittaa sen, että kaikkia tapahtumaan osallistuneita arvostetaan. (Häyrinen & Vallo 2014, 169.)

Tapahtuman jälkeen on myös hyvä arvioida, kuinka tapahtumaprosessi onnistui ja mitä kehitettävää kyseisen tapahtuman järjestämisessä vielä on. (Kallio & Määttä 2013, 39.) Projektipäällikkö laatii tapahtuman loppuraportin. Se on tarkoitettu yleensä tapahtuman järjestäneelle organisaatiolla, jotta tapahtumaa voidaan jatkossa myös kehittää. (Kauhanen ym. 2002, 128.)

Tapahtumaa järjestettäessä on tärkeää dokumentoida kaikki oleellinen tieto. Tehdyt suunnitelmat ja toimenpiteet on hyvä ottaa ylös, jolloin esimerkiksi seuraavaa tapahtumaa suunniteltaessa voidaan edelliskerran tietoja käyttää hyväksi ja mitä asioita kannattaa kenties välttää. Tapahtumaprosessi on jatkuva oppimisprosessi tapahtuman järjestäjälle. (Häyrinen & Vallo 2008, 168.)

5 CASE: RUOKAPROVINSSI-TORI

Tämän opinnäytetyön toiminnallisen osan raportointiin on määritelty case-tapahtuman, Ruokaprovinssi -torin suunnittelun etenemisvaiheet ja -aikataulu (liite 1). Tapahtuman järjestäminen sisältää tapahtuman tavoitteet, suunnitteluprosessin vaiheet sekä toteutuksen. Case-tapahtuman järjestämisessä on käytetty apuna kirjallista tietoa ja se on raportoitu Airaksisen ja Vilkan (2004) Toiminnallinen opinnäytetyö -kirjaa apuna käyttäen.

Opinnäytetyön toiminnallinen osuus eli case-tapahtuma, Ruokaprovinssi -tori järjestettiin lauantaina 6.8.2016 Seinäjoen kauppatorilla. Tori järjestettiin toista kertaa, hieman poiketen edellisvuoden tapahtumasta. Aiempänä vuonna torilla oli myyjien lisäksi myös Epasteria-teltoa, jossa lähialueen ravintoloiden keittiömestarit valmistivat paikallisista raaka-aineista ruokia paikan päällä. Opinnäytetyöhön liittyvässä tapahtumassa keskityttiin ainoastaan perinteiseen torimyyntiin ja teemaan liittyvän ohjelman laatimiseen ja tuottamiseen.

Ruokaprovinssi -torin suunnitteluprosessissa tapahtuma organisoitiin ja kaikki konkretisoitui itse tapahtuman toteutukseen. Ruokaprovinssi -tori on Kasvua Ruokaprovinssista -hankkeen järjestämä toritapahtuma, jossa on torimyyjien lisäksi ohjelmaa. Samanaikaisesti Seinäjoen Torikeskus -kauppakeskuksen sisällä järjestettiin käsityöläistori Seinäjoen maa- ja kotitalousnaisten johdolla, jolloin oli luontevaa tehdä markkinoinnissa yhteistyötä. Yhteistyössä oli myös muita torin laidalla olevia yrityksiä.

5.1 Tapahtuman tavoitteet

Case-tapahtuman suunnittelu alkoi tapahtuman tavoitteiden määrittelyllä. Tavoitteet määrittelivät sen, miksi tapahtuma halutaan järjestää. Tapahtuman tavoitteeksi asetettiin lähiruoan tunnettuuden nostaminen, mikä myös tukee Kasvua Ruokaprovinssista-hankkeen tavoitteita. Taloudellisia tavoitteita tapahtumalla ei ollut, kunhan pystyttiin tapahtuman budjetin kannalta positiivisemmalla puolella. Tapahtuman avulla pyrittiin vastaamaan seuraaviin kysymyksiin:

- Kuinka järjestää onnistunut toritapahtuma?
- Millä tavoin saadaan lisää tunnettuutta ja näkyvyyttä Ruokaprovinssille ja Ruokaprovinssi-yrityksille?
- Kuinka järjestää yleisölle viihtyisä tapahtuma?

Onnistuneen tapahtuman järjestämiseen käytettiin apuna kirjallisuutta, joka ohjasi suunnitteluprosessia. Ruokaprovinssille pyritään saamaan tunnettuutta ja näkyvyyttä tämän tapahtuman järjestämisen puitteissa markkinoinnin avulla. Tapahtuma lisäsi myös Ruokaprovinssin Facebook-sivujen seuraajien määrää. Viihtyisä tapahtuma pyrittiin saamaan perinteisen toritunnelman ja onnistuneen ohjelman avulla.

5.2 Tapahtuman suunnitteluprosessi

Tapahtuman suunnitteluprosessi oli merkittävin vaihe tapahtuman järjestämisen kannalta ja sen työstämiseen kului eniten aikaa. Suunnitteluprosessin huolellisen toteutuksen ansioista tapahtuma oli helpommin toteutettavissa ja osattiin varautua mahdollisiin riskeihin. Suunnitteluprosessin apuna käytettiin Häyrisen ja Vallon (2008, 147) tapahtumaprosessin kulkua (taulukko 1, 14.), joka käytiin kohta kohdalta läpi.

Case-tapahtuman eli Ruokaprovinssi -torin suunnittelu alkoi toukokuussa 2016, jolloin tapahtumaan oli aikaa vajaa kolme kuukautta. Häyrisen & Vallon (2008, 147.) mukaan suunnitteluun käytettävä aika on minimissään kaksi kuukautta.

Suunnitteluprosessi alkoi tapahtuman tavoitteiden ja kohderyhmän asettamisesta ja muotoutui näin siihen, mitä tapahtumalla haluttiin saavuttaa. Tapahtuman ideana oli järjestää lähes samankaltainen Ruokaprovinssi-toritapahtuma kuin vuonna 2015. Vuonna 2015 ollutta Epasteria-telttää, jossa tarjoiitiin lähialueen tuottajien herkkuja paikallisten ravintoloiden valmistamina, ei vuonna 2016 järjestettävässä tapahtumassa ollut. Tämä tapahtuma sisälsi ainoastaan toritapahtuman ja ohjelman tapahtumapäivän aikana.

Ruokaprovinsi-toria varten laadittiin alustava suunnitelma (liite 1), joka sisälsi tapahtuman tiedot, idean, kuvauksen ja kulun, kohderyhmä ja markkinoinnin, toteutuksen, taloussuunnitelman sekä arvioinnin. Suunnitelman avulla pohdittiin tarkemmin eri osia tapahtumaa rakennettaessa. Suunnitelman tueksi laadittiin myös aikataulusuunnitelma (liite 2), jota käytettiin suunnitteluprosessin eri vaiheissa.

Tapahtumaa varten pohdittiin myös nelikenttäanalyysin avulla sen vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkatekijöitä (kuvio 3). SWOT-analyysi kuvaa vahvuuksien ja heikkouksien osalta nykytilaa ja mahdollisuuksien ja uhkien osalta tulevaisuutta tapahtuman kannalta. Tapahtuman vahvuuksiksi määriteltiin sen omanlainen konseptinsa alueella ja arvomaailma, joka panostaa lähiruokaan ja -tuotantoon. Myös tapahtumapaikan saavutettavuus sen keskeisen sijainnin vuoksi on määritelty yhdeksi vahvuuksista. Myös suuri kohderyhmä on tuo tälle tapahtumatoiminnalle vahvuuksia. Heikkoutena tapahtumalle määriteltiin budjetti, sillä tapahtuma järjestettiin niin sanotulla nollabudjetilla eli tuloilla katettiin tapahtumaan kuluvat menot. Tapahtuman mahdollisuutena tulevaisuuden näkökulmasta on näkyvyyden lisääntyminen ja perinteen muodostuminen, kun taas uhkina voidaan pitää yleisön saavutettavuutta, säätilaa tapahtuman aikana ja myyjien saamista tapahtumaan.



Kuvio 3. Ruokaprovinsi-toritapahtuman SWOT-analyysi.

5.2.1 Kohderyhmä

Tapahtuman kohderyhmäksi määriteltiin elintarvikeyrittäjät, kaupunkilaiset (Seinä-joki ja sen lähialue) sekä matkailijat. Kohderyhmän rajaus sivuaa Kasvua Ruoka-provinssista -hankkeen omaa, tavoiteltua kohderyhmää, jotka ovat määritelty Kasvua Ruokaprovinssista -hankkeen hankesuunnitelmassa. (Mäki-Pirilä 2015.)

Yleinen kohderyhmä valittiin sen mukaan, mikä oli loogisinta. Kun järjestetään case-tapahtuman tyyppinen tapahtuma, sen avulla halutaan saavuttaa Kasvua Ruokaprovinssista -hankkeen tavoitteita eli ilmentää eteläpohjalaista ruokaosaamista.

Elintarvikeyrittäjät. Elintarvikeyrittäjille tarjottiin mahdollisuutta osallistua ja saada tunnettuutta tapahtuman avulla.

Kaupunkilaiset ja matkailijat. Heille tarjotaan elämyksellinen toritapahtuma ohjelmineen. Kohderyhmälle elämys syntyy paikallisen elintarviketuotannon esittelyllä ja paikallisella musiikkitarjonnalla. Matkailijoita varsinkin ajankohtana tulee olemaan paljon, sillä samaan aikaan käynnissä ovat Seinäjoen Asuntomessut ja Vauhtiajot-rocktapahtuma. Kaupunkilaiset kohderyhmänä on looginen, sillä se on helppo saada tapahtumaan paikalla. Kaupunkilaiset seuraavat ilmaisjakelulehtiä, jossa tapahtumasta oli tehty lehtijuttuja ja mainos sekä ovat kiinnostuneita oman kaupungin tapahtumatarjonnasta.

Tavoiteltava tyyppi asiakas on 30 – 50-vuotias henkilö, joka on kiinnostunut lähiruosta ja pitää sitä suurella arvolla. Kohderyhmätyyppi kuluttajana ostaa usein lähiruokaa sekä suosii muutenkin paikallista ja/tai suomalaista tuotantoa. Tyyppihenkilö on kiinnostunut varsinkin oman alueen asioista, kuten esimerkiksi ruoan alkuperästä, tuotannosta ja sen arvostuksen nostamisesta sekä näin ollen haluaa myös tukea paikallista yrittäjyyttä. Tämän vuoksi tapahtuma tarjoaisi tälle kohderyhmätyypille tarvittavat lähtökohdat kohdehenkilölle tarkoitetun elämyksen vastaanottamiseen.

5.2.2 Tapahtumakäsikirjoitus

Tapahtumakäsikirjoitus (taulukko 2) suunniteltiin, kun tapahtuman ohjelma ja sen aikataulu oli lyöty lukkoon. Käsikirjoitus sisälsi päivän aikataulun työntekijöiden sekä ohjelman osalta. Ohjelma sisälsi erilaisia haastatteluja ja musiikkia, oli tärkeää rytmittää päivä oikein. Hyvä rytmitys sisältää tarpeeksi ohjelmaa, mutta ei kuitenkaan liikaa.

Taulukko 2 Ruokaprovinsi-torin tapahtumakäsikirjoitus.

Ruokaprovinsi-torin ohjelma		
Aikataulu		Vastuu
- 9:30	Myyjien saapuminen torille	Jenni & Suvi
10:00	Tilaisuuden avaus: Kaupunginjohtaja Jorma Rasinmäki	Suvi juontaa
10.00	Paikkamaksujen laskutus ja keräys	Jenni
10:20	Livemusiikkia: Antti & Taija Purola (harmonikka ja laulu)	Suvi
11:00	Esittelyssä Maa- ja kotitalousnaiset, erityisasi-antuntija Asta Asunmaa	Suvi haastattelee
11:30	Livemusiikkia: Sanna Syrjälä & Jorma Mettälä Duo	Suvi
12:00	Lähiruoan moninaiset myyntikanavat: - Lähiruokaa kiertävästä grilliautosta, Ulpu Ruokapirssi - Lähiruokaa pop up kaupoista, Mari Viljanmaa, Into Seinäjoki Oy - Lähiruokaa tiloilta ja Rekosta, Kirsi Huhtala, Lakeuden Highland	Suvi haastattelee

13:00	Livemusiikkia: Duo Big Hand & Chef	Jenni
14:30	Livemusiikkia: Trubaduuri Joonas Moisio	Jenni
15:15	Livemusiikkia: Trubaduuri Joonas Moisio	Jenni
16:00	Toritapahtuma päättyy - Kiitokset	Jenni

Ohjelmalle haluttiin selkeä teema – tuoda lähialuetta, Etelä-Pohjanmaata esiin. Tätä varten toritapahtuman ohjelma suunniteltiin sen ympärille. Muun muassa Seinäjoen kaupunginjohtajaa Jorma Rasinmäkeä pyydettiin avaamaan toritapahtuma. Häntä pyydetessä kerroimme, minkälainen tapahtuma on kyseessä, jotta hän tähän osasi valmistautua. Ohjelmassa oli myös haastatteluja, jotka liittyivät lähialueen tuotantoon ja kehittämiseen asiantuntijoiden ja yrittäjien johdolla. Livemusiikkia oli vastapainoksi haastatteluille ja esiintyjät olivat kaikki Seinäjoelta tai sen lähialueelta, joka tuotiin ilmi jo etukäteen tapahtuman Facebook-sivuilla sekä juonnettaessa esiintyjä lavalle.

5.2.3 Budjetti

Tapahtuman budjetti määriteltiin saatavien tulojen kautta. Tapahtuman varsinainen budjetti oli siis nolla. Tapahtuman järjestäjän ollessa voittoa tavoittelematon hanke, tarkoituksena oli pitää kulut mahdollisimman alhaisina. Tapahtuman tulot muodostuivat torille myyjiksi tulevien yritysten paikkamaksuista. Tapahtumaa suunnitellessa laadittiin alustava budjettikehys, johon huomioitiin tärkeimmät asiat ja muut yllättävät menot (taulukko 3). Tätä pohjaa käytettiin hankkeelle tulevaan raportointiin. Menot-osassa luvut ovat noin lukuja, koska määrät ovat pyöristetty helpottamaan luettavuutta.

Taulukko 3 Tapahtuman budjetti

Menot		Tulot	

Markkinointikulut	€	Paikkamaksut	€
Ohjelma	€	Sähköt	€
Telttavuokrat, rakennus ja purku	€	Yhteistyömarkkinoinnin saatavat	€
Luvat	€		
Muut menot	€		

Suurin osa budjetin menoista kului tapahtumassa järjestettävään ohjelmaan ja vuokrattujen telttojen rakennukseen ja purkuun. Markkinointikuluihin meni myös osa budjetista tapahtuman lisänäkyvyyden takaamiseksi. Maksullista markkinointia käytettiin yhdessä lehtimainoksessa sekä Facebook-tapahtuman mainonnassa. Nämä kulut olivat kuitenkin välttämättömiä tapahtuman onnistumisen kannalta. Menot jäivät kuitenkin loppujen lopuksi tulojen alle, joten tappiota hankkeelle ei tapahtumasta syntynyt, vaikka tapahtuma on voittoa tavoittelematon.

5.2.4 Paikka ja ajankohta

Ruokaprovinssi-tori järjestettiin Seinäjoen Kauppatorilla 6.8.2016, klo 10.00-16.00. Paikka oli sama kuin edellisvuonna, joten sen valinta oli perusteltua paikan toimivuuden vuoksi. Tapahtumapaikkaa käytetään yleensä aina Seinäjoella oleviin toritapahtumiin, joten tässä tapauksessa se katsottiin myös tähänkin tapahtumaan sopivaksi.

Tapahtuman ajankohta oli päätetty toimeksiantajan puolesta jo keväällä 2016. Kyseisen tapahtuman kannalta ajankohta oli sopiva, sillä elokuulle osuu yleensä monien loma-ajat ja myös usein sää suosii ulkotapahtumia tänä ajankohtana. Lisäksi tapahtuma oli edellisvuotena ollut lähes samaan aikaan, joten oli luontevaa järjestää tapahtuma sen toivottavan perinteisyyden vuoksi tänä ajankohtana.

5.2.5 Lupa- ja ilmoitusasiat

Case-tapahtumaa, Ruokaprovinssi-toria, varten haettiin tarvittavat luvat ja tehtiin tarvittavat ilmoitukset tapahtuman luonteeseen liittyen. Kaikki luvat ja ilmoitukset tehtiin tapahtumaa varten tarpeeksi ajoissa ja kaikki niistä hyväksyttiin.

Ilmoitus yleisötilaisuuden järjestämisestä. Ilmoitus yleisötilaisuuden järjestämisestä tehtiin hyvissä ajoin Etelä-Pohjanmaan poliisilaitokselle tapahtumaa varten. Päätös oli myönteinen.

Pelastussuunnitelma. Pelastuslain velvoittaessa tapahtumaa varten laadittiin pelastussuunnitelma. Tehty pelastussuunnitelma sisälsi kartan tapahtumapaikasta, jossa oli huomioitu pelastustiet ja alkusammutuskalusto, ennakoitavat vaaratilanteet ja riskit sekä toimenpiteet niiden ehkäisemiseksi. Suunnitelma lähetettiin Etelä-Pohjanmaan pelastuslaitokselle ennen tapahtumaa.

Ilmoitus elintarvikkeiden tilapäisestä myynnistä. Tapahtuman luonteen vuoksi ilmoitus elintarvikkeiden tilapäisestä myynnistä oli aiheellinen. Tapahtuman järjestäjä teki yleisesti ennakoilmoituksen tapahtumasta Etelä-Pohjanmaan valvontaviranomaisille, mutta mukaan tulevia yrityksiä ohjeistettiin tekemään ilmoitus itse viimeistään kahta viikkoa ennen varsinaista myyntitapahtumaa. Ohjeistus ilmoituksen tekemiseen löytyi ilmoittautuneille myyjille lähetetyssä tiedotteessa (Liite 4).

Maanomistajan lupa. Toritapahtuman ollessa ulkoilmatapahtuma, tuli tapahtuman järjestäjän hakea myös maanomistajan lupaa Seinäjoen kaupungilta. Maanomistajan lupaa haettiin kaupungin intendentiltä ja päätös oli myönteinen.

Teosto ja Gramex. Tapahtumassa järjestettiin ohjelmaa, joka sisälsi elävää ja digitaalista musiikkia. Tätä varten haettiin Teostolta ja Gramexilta luvat, sillä yleisöodote oli yli 100 henkilöä.

5.2.6 Tapahtumamarkkinointi

Case-tapahtuman markkinointi aloitettiin laittamalla Ruokaprovinssin sidosryhmille uutiskirje, jonka mukana oli tiedote tapahtumasta (liite 3). Tiedotteessa luki tiedot

tapahtumasta ja hinnat paikoille, jolla yritykset pystyivät ilmoittamaan halunsa tulla myyjäksi toritapahtumaan. Tiedotteesta löytyi myös tapahtuman järjestäjän yhteystiedot, johon ilmoittautumiset laitettiin.

Tapahtuman markkinointi yleisölle aloitettiin yli kuukausi ennen itse tapahtumaa. Tapahtuman markkinointia varten opinnäytetyön tekijä loi Ruokaprovinsi-brändin Facebook-sivun alle tapahtuman (kuva 1), jonka avulla tapahtumaa oli mahdollista markkinoida sosiaalisessa mediassa. Ruokaprovinsi-brändinä ei ole vain niin sanottu tuote vaan käsite, joka kokoaa eteläpohjalaisen ruokatuotannon yhteen ja on tunnettu myös valtakunnallisesti.



Kuva 1. Ruokaprovinsi-toritapahtuma Facebook-sivustolla

Lisäksi toimeksiantajan omilla Facebook-sivuilla muistuteltiin tapahtumasta ja nostettiin se omiksi päivityksiksi sivuille, jotta asiakkaat tavoittaisivat tapahtuman paremmin. Facebook-markkinointiin käytettiin myös osa markkinointibudjettia ja tapahtuma nostettiin maksulliseksi mainokseksi, johon määriteltiin kohderyhmäksi Ruokaprovinsi-sivuista tykkäävät henkilöt ja heidän ystävänsä sekä Etelä-Pohjanmaa. Näin saatiin kohdennettua mainontaa potentiaalisille asiakkaille.

Tapahtumaa markkinoitiin myös medially lähettämällä tapahtumasta lehdistötiedote paikallisiin lehtiin, Epari- ja Seinäjoen Sanomat-lehtiin, joissa näitä julkaistiinkin ennen ja jälkeen tapahtuman (Liite 3). Lisäksi tapahtumaa markkinoitiin myös maksullisesti laatimalla paikalliseen Epari -lehteen mainos tapahtumasta saman viikon lehteen kuin itse tapahtuma oli (Kuva 2).



Kuva 2. Ruokaprovinssi-torin lehtimainos Epari -lehdessä 3.8.2016

Tapahtuman järjestäjät hoitivat tiedotteiden ja mainosten teon itse. Lehtimainokseen käytettiin osaa markkinointibudjetista, mutta tähän saatiin myös yhdeltä yhteistyökumppanilta rahoitusta. Lehtimainokseen päädyttiin sen perinteisyyden vuoksi ja näin myös sosiaalista mediaa käyttämättömät ihmiset tavoitettiin.

5.3 Tapahtuman prosessikuvaus

Suunnitelmien mukaisesti tapahtumaa alettiin organisoimaan. Opinnäytetyön tekijä oli yhteydessä Seinäjoen kauppatoria hallinnoimaan henkilöön, jonka kanssa käytiin lävitse torin pohjapiirustus ja torin vakipaikat, joissa tulisi olemaan myyjiä myös Ruokaprovinssi -torin ajan. Tapahtumaa varten mietittiin ja varmistettiin kaikki yhteistyötahot ja kuinka yhteistyö heidän puoleltaan onnistuu. Yhteistyökumppaneina toimi-

vat Wine & Cafe Aalto -kahvilaravintola, jonka terassilla järjestettiin tapahtuman ohjelma sekä Torikeskus ja Seinäjoen Maa- ja kotitalousnaiset. Torikeskuksessa oli samanaikaisesti käsityöläistori, jonka Seinäjoen Maa- ja kotitalousnaiset järjestivät.

Myyjiksi tulevat yritykset kontaktoitiin kesäkuun aikana, jolloin tarpeelliset tiedot (myyntipaikan koko ja muut asiat) olivat tiedossa heinäkuun aikana. Alustavat tarjouskyselyt mahdollisista myyntipaikkojen rakenteiden tarpeista olivat lähetetty jo keväällä ennen kuin opinnäytetyön tekijä pääsi aloittamaan tapahtumaprosessia. Näin tarjous teltoista ja rakentamisesta oli jo tiedossa molemmin puolin tapahtuman järjestäjällä ja telttoja vuokraavalla firmalla, joten oli helppo lähteä tilaamaan tarvittavia määriä tapahtumaa varten.

Ennen tapahtumaa asiat tarkistettiin monta kertaa suunnitelman mukaisesti ja tarkistettiin paikan päällä paikkojen koot mittaamalla mittanauhalla, jotta kaikki olisi varmasti selkeää kun toteutushetki lähestyy. Tapahtumajärjestämisen kirjallisuus oli apuna tapahtumaa suunniteltaessa ja sen avulla pystyi tarkistamaan tärkeät ja huomioonotettavat asiat.

6 CASE-TAPAHTUMAN TOIMINNALLINEN OSUUS

Ruokaprovinsi-toritapahtuman toiminnallinen osuus toteutettiin lauantaina 6.8.2016 kello 10.00-16.00. Varsinainen tapahtuma jakautui kolmeen vaiheeseen: rakennusvaiheeseen, itse tapahtumaan sekä purkuvaiheeseen. Tämä toteutusprosessi kesti kaksi päivää.

Tapahtumaa aloitettiin rakentamaan jo edellisenä iltana, jolloin yritysten vuokraamat teltat rakennettiin jo Seinäjoen Kauppatorille valmiiksi teltat vuokranneiden yritysten toimesta. Samalla varmistettiin yritysten paikat, sähkön saanti paikoille ja muut tapahtumaan liittyvät asiat. Edellisenä päivänä käytiin läpi myös ohjelmanavan sijainti ja teknisten laitteiden toimivuus, jotta tapahtumapäivänä asiat sujuisivat selkeämmin. Lisäksi torin sisäänkäynneille kiinnitettiin banderollit osoittamaan, missä toritapahtuma on (Kuva 3).



Kuva 3. Ruokaprovinsi-torin opastebanderolli

Tapahtumapäivänä, lauantaina 6.8.2016 opinnäytetyön tekijä ja muut tapahtuman järjestäjät ja työntekijät saapuivat tapahtumapaikalle Seinäjoen kauppatorille heti

aamulla kello 7.30. Torimyyjille oli annettu ohjeistukseksi olla paikalla viimeistään kello 9.30, jotta kaikki olisivat valmiina torin ohjelman alkaessa. Viimeisiä valmisteluja myyjien puolesta tehtiin vielä hieman ennen kello 10, mutta kaikki olivat suurin piirtein valmiita toritapahtuman alkamisajankohtana.

Toritapahtumassa oli yhteensä 17 elintarvikemyyjää ja 5 muuta torimyyjää torikahviloiden ja -grillien lisäksi. Osa paikallaolevista myyjistä olivat paikalla vakisopimuksella, josta tulikin asiakkaiden puolelta mielipiteitä, etteivät nämä myyjät liittyneet torin teemaan mitenkään. Oli kuitenkin mahdollisuus kieltää heitä olemasta paikalla, sillä muuten torin aikana olisi ollut tyhjiä kojuja ja näillä myyjillä kuului sopimukseen myös Ruokaprovinssi-torin aika, joten tapahtuman järjestäjä päätyi kompromissiin pyytää myös heitä olemaan toripäivänä mukana myymässä tuotteitaan.

Tapahtuman ohjelma alkoi kello 10.00 Kasvua Ruokaprovinssista-hankkeen projektipäällikkö Suvi Mäki-Pirilän avauksella ja toivotti Seinäjoen kaupunginjohtaja Jorma Rasinmäen lavalle avaamaan toripäivän. Päivän ohjelma jatkui erilaisilla musiikkiesityksillä ja aiheeseen liittyvillä tietoisuuksilla ja haastatteluilla, jotka olivat aikataulutettu tapahtumakäsikirjoitukseen ja näin pysyttiin ohjelman kulun mukana (Taulukko 2, s. 23). Aikataulussa pysyttiin hyvin ja ohjelma tuli ajallaan tapahtumapäivän ajan.

Opinnäytetyön tekijän tehtävänä oli tapahtumapäivän aikana huolehtia asioiden sujuvuudesta. Ohjelman aikana opinnäytetyön tekijä keräsi myyntipaikkamaksut yrityksiltä, jotka eivät maksaneet laskulla paikkamaksuaan. Samalla myyjiltä kyseltiin jo mielipidettä päivän kulusta ja suurin osa sanoi, että odottavat mukavaa myyntipäivää, vaikka sääennusteet näyttivät huonolta. Osasta myyjistä taas tuntui, että asiakkaita oli vähemmän liikkeellä edellisvuoteen verrattuna.

Tapahtumapäivä sujui hyvin lämpimässä ja aurinkoisessa säässä sääennusteista huolimatta. Tapahtumapäivänä sääennusteet olivat luvanneet kaatosateita ja ukkosta. Kun toripäivä päättyi kello 16.00, alkoi tämä sääennusteissa luvattu kaatosade. Tässä vaiheessa sää ei enää haitannut, sillä itse toripäivä oltiin saatu nauttia auringosta. Myös tapahtuman tunnelma vaikutti olevan koko päivän hyvä, mikä ilmentyi itse torilla olemalla, mistä opinnäytetyöntekijä taltioi kuvia ilmentämään kokemusta (Liite 6).

Tapahtumapäivä päättyessä kello 16.00, aloitettiin tapahtuman purkaminen. Myyjät purkivat omat telttansa ja tavaransa nopeasti sekä vuokratut teltat suljettiin odottamaan myöhempää purkamista vuokrapaikan taholta. Purkamisvaiheessa kesti noin pari tuntia ja kaikki tarvittava oli valmiina noin kello 18.00.

Ruokaprovinssi-toritapahtumassa vieraili tapahtumapäivän aikana arvioltaan noin 550 - 600 henkilöä. Kunnianhimoisena ja viime vuoden asiakkaiden määrän mukaisesti asetettu yleisötavoite oli noin 700 henkilöä, joten yleisötavoitteeseen ei tänä vuonna ihan päästy.

Jälkitoimenpiteinä opinnäytetyön tekijä hoiti kiitokset osallistujille, yhteistyökumppaneille, esiintyjille sekä mukana olleille yrityksille. Lisäksi jälkitoimenpiteinä vastailtiin asiakkailta ja yrityksiltä tulleisiin palautteisiin.

Tapahtuman onnistumista arvioitiin opinnäytetyön tekijän ja muiden työntekijöiden havainnointien pohjalta, joiden tueksi kerättiin myös palautetta kävijöiltä. Palautetta saatiin sekä tapahtuman aikana että jälkikäteen Facebook-sivujen ja sähköpostin kautta. Tapahtuman aikana palautteita kerättiin myös vastauslomakkeeseen (liite 7), mutta sen syrjäisen sijainnin vuoksi vastausmäärä oli pieni (n=32). Opinnäytetyön tekijä keräsi palautteita myös itse kierrellessään torilla silloin, kun aikataulut antoivat periksi. Palautteet tulevat kokonaisuudessaan Kasvua Ruokaprovinssista-hankkeen raporttiin tapahtumasta.

Palautelomake keskittyi tapahtuman onnistuneisuuteen ja kehittämisehdotuksiin. Lisäksi selvitettiin myös hieman taustatietoja (ikä, sukupuoli ja asuinkunta). Taustatietojen avulla saatiin selvitettyä oliko kohderyhmätyyppihenkilöitä paikalla. Määritellyjä kohderyhmätyyppejä palautteissa oli yli puolet (20), joten kohderyhmätavoite oli tässä tapauksessa onnistunut, vaikka pieni otos kokonaisyleisöön määrä olikin. Asuinkunta suurimmalla osalla oli jokin Etelä-Pohjanmaan kunta (27). Avointen kysymysten avulla palautteisiin vastanneilla oli mahdollisuus kertoa, millaisena he tapahtumaa pitivät ja mitä kehitettävää tapahtumassa on.

Tapahtuman palaute oli yleisesti hyvää, mutta negatiivisiakin palautteita tuli. Nämä liittyivät juurikin tiettyihin torilla myymässä olevien yrityksiin, jotka eivät liittyneet toritapahtuman teemaan. Näihin palautteisiin vastattiin asiallisesti perustellen miksi

kyseisiin päätökseen oli päädytty ja tämän ansiosta järjestäjä pystyy näitäkin asioita kehittämään tulevaisuudessa.

Palautteiden perusteella ohjelma oli onnistunutta ja sitä oli riittävästi. Osassa palautteissa kiiteltiin teemaan sopivaa lähiruoka-aiheisia haastatteluja ja musiikki oli yleisölle sopivaa. Kehitettäviksi asioiksi mainittiin myyjien enempi määrä ja paikalla syötävän ruoan tarjoaminen yrityksiltä. Yleisesti tapahtuma voidaan katsoa onnistuneeksi, sillä suurin osa palautteista oli positiivisia niin tapahtuman yleisöltä kuin toimeksiantajalta. Onnistumista kuvasi myös se, että tapahtumassa kävi yleisöä koko tapahtuman ajan.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli järjestää Ruokaprovinssi-toritapahtuma ja raportointiosuuden on tarkoituksena olla apuna mahdollisesti seuraavaa tapahtumaa järjestettäessä. Tapahtumaa järjestettäessä opinnäytetyön tekijä huomasi, että onnistumisen kannalta tärkeää on asioiden ja yhteistyön sujuvuus eri toimijoiden kanssa.

Häyrisen ja Vallon (2014, 101) mukaan onnistunut tapahtuma on tunnettavissa ja aistittavissa. Toritapahtumassa oli opinnäytetyön tekijän mielestä erittäin viihtyisä ja lämmin tunnelma, mitä voi pitää yhtenä onnistumisen merkinä. Toisena onnistumisen mittarina voidaan pitää myös Ruokaprovinssin Facebook-sivujen seuraajien määrän kasvua, sillä näin olettaen näkyvyyttä ja tunnettuutta on saatu asetettujen tavoitteiden mukaisesti.

Lisäksi tapahtuman yleisöltä ja mukana olleilta yrityksiltä palaute oli yleisesti hyvää. Positiivista palautetta tuli erityisesti ohjelmasta ja tunnelmasta. Negatiivinen palaute liittyi lähinnä joihinkin torin myyjiin ja siihen, ettei torilla ollut tarpeeksi paikalla syötäviä tuotteita tarjolla. Negatiivisten palautteiden ansiosta tapahtumaa voi kehittää paremmaksi mahdollista jatkoa varten ottamalla torille ainoastaan lähiruokayrittäjiä.

Lisäksi korjattavaa tapahtumassa oli tapahtuman asioiden aikataulussa pysyminen sekä järjestäjän että mukana olevien yritysten osalta. Kuitenkin kesäloma-aikoina yrityksissä ei välttämättä huomioida annettuja aikatauluja ja usein tällaiset asiat saattavat jäädä muistutuksista huolimatta toissijaisiksi asioiksi.

Edellisenä päivänä, perjantaina 5.8.2016 Seinäjoella järjestettiin myös REKO-jakotilaisuus, joka koitui ongelmaksi lähialueen elintarvikeyrityksien hankkimisessa torille myyjiksi. Kiinnostuneita olisi ollut, mutta pientuottajien rahkeet eivät molempiin olisi riittäneet. REKO-jakotilaisuudessa lähialueen tuottajat ja elintarvikeyritykset myyvät suoramyynninä asiakkaille tuotteitaan. REKO-jakotilaisuus järjestetään Seinäjoella joka toinen viikko, joten mahdollisesti seuraavaa Ruokaprovinssi-toritapahtumaa järjestettäessä voisi olla REKO-jakotilaisuuksien kanssa eri viikolla. Jakopäivää on kuitenkin hankala arvioida tapahtumaa jo aiemmin suunniteltaessa.

8 POHDINTA

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli suunnitella ja toteuttaa Ruokaprovinsi-tori-tapahtuma Seinäjoen Kauppatorilla 6.8.2016. Tapahtuman tavoitteena oli järjestää onnistunut tapahtuma, jossa yleisö viihtyy sekä raportoida opinnäytetyön avulla tapahtumaprosessi.

Tapahtuman järjestäminen oli haastavaa ja mielenkiintoista. Opinnäytetyön avulla opinnäytetyön tekijä sai kunnollisen kosketuksen tähän osa-alueeseen. Apua tapahtuman järjestämiseen sai tarvittaessa toimeksiantajan edustajalta, joka oli järjestänyt tapahtuman edellisenä vuonna, joskin hieman erilaisena.

Henkilökohtaisen arvioinnin mukaan opinnäytetyöntekijä piti tapahtumaa yleisesti onnistuneena. Kehitettäviä osa-alueita tapahtuman myötä tuli useita, joita pystytään seuraavaa saman tyyppistä tapahtumaa varten kehittämään. Näitä asioita olivat esimerkiksi asioiden sopiminen ja niiden tarkistaminen moneen otteeseen ennen toteutusta. Ennen tapahtumaa on myös hyvä olla selvillä kaikkien tapahtumaan osallistuvien tahojen työkuviosta. Tapahtuman järjestäminen on oltava järjestelmällistä, jotta kaikki asiat onnistuvat kunnolla. Yhteistyön on oltava sujuvaa, jotta kaikki asiat loksahavat paikoilleen. Näitä asioita voidaan onneksi kehittää mahdollisesti tapahtumaa uudelleen järjestettäessä.

Asiakkailta saadut palautteet olivat suurimmaksi osaksi positiivisia, mutta osa mainitsi tapahtuman huonoksi puoleksi osan torimyyjien palveluista ja sen, että paikalla syötävää ruokaa ei ollut paljoa tarjolla. Palautteet käytiin läpi toimeksiantajan kanssa ja päädyimme tulokseen, että osalla asiakkailla saattoi olla mielikuva samanlaisesti tapahtumasta kuin edellisenä vuonna, jolloin torilla oli myös Epasteria-telttä, jossa tarjoiltiin ruokaa ja viiniä. Tätä tapahtumaa pyrittiin kuitenkin markkinoimaan ainoastaan torimyyjillä ja ohjelmalla, mutta mielikuviin ei aina pysty vaikuttamaan. Torilla kuitenkin oli myyjiä, jotka tarjoilivat valmista lähiruokaa paikan päällä. Tästä johtuen olisi voitu markkinoida paremmin, mistä paikan päällä syötävää ruokaa saa. Tapahtuman kehittämisen kannalta vuonna 2015 järjestettyä Epasteria-telttää voidaan organisoida myös jatkossa, sillä palautteiden perusteella asiakkaat olivat edelleen kiinnostuneita siitä.

Alustavan aikataulusuunnitelman (liite 2) laatiminen oli tärkeää tapahtumaa järjestettäessä. Näin pystyttiin valmistautumaan tehtäviin asioihin. Suuren työmäärän johdosta kaikissa asioissa ei pysytty kuitenkaan aikataulussa, mutta kaikki asiat hoitui-
vat kuitenkin tapahtuman järjestämisprosessin aikana.

Tapahtumamarkkinoinnin osalta asiat sujuivat hyvin ja varsinkin Facebook-tapahtu-
massa osallistujia ja kiinnostuneita oli paljon. Markkinointi tavoitti yli 2000 ihmistä,
joista Facebook-kanavan kautta oli reilusti yli tuhat henkilöä. Lisäksi medioissa ol-
leet jutut tapahtumasta tavoittivat ne, jotka eivät tätä sosiaalisen median kanavaa
käytä.

Kokonaisuudessaan opinnäytetyö tapahtuman järjestämisestä ja toteutuksesta oli
kokemuksena opettavainen. Teoriaosuus antoi tekijälleen paljon tietoa ja vinkkejä
tapahtuman järjestämisestä, jota hyödyntää itse tapahtuman toteutuksessa ja niiden
avulla suunnittelu ja järjestelyt olivat selkeämmin hahmotettavissa. Tapahtuma kävi
läpi kaikki tapahtumaprosessin vaiheet. Prosessi oli ammatillisesti kehittävä, sillä
näin opinnäytetyön tekijällä on valmiudet suunnitella ja toteuttaa tapahtumia tietäen
mitä kaikkea siihen kuuluu. Nämä valmiudet ovat hyödyllisiä ammatillista tulevai-
suutta ajatellen.

Opinnäytetyön teoreettinen osuus ja toiminnallisen osuuden raportointi tulevat ole-
maan avuksi vastaavanlaisen tapahtuman järjestämisessä. Tämän opinnäytetyön
avulla voidaan tarkastaa mitä kaikkea tulee ottaa huomioon vastaavanlaista tapah-
tumaa järjestettäessä ja näin välttää mahdollisia virheitä sekä varautua mahdollisiin
riskeihin.

LÄHTEET

- Airaksinen, T. & Vilkka, H. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Helsinki: Tammi.
- Alikoski, R., Koponen, M. & Viitasalo, J. 2009. Yritystoiminnan taitajaksi. Helsinki: WSOY.
- Etelä-Pohjanmaan liitto. 2015. Tapahtumajärjestäjän opas. [Verkkojulkaisu]. Seinäjoki. [Viitattu 2.6.2016]. Saatavana: http://www.epliitto.fi/~epliitto/imag/C_57_Tapahtumajarjestajan_opas.pdf
- Etelä-Pohjanmaan pelastuslaitos. Ei päivystä. Opas yleisötapahtuman pelastussuunnitelman laadintaan. [Verkkojulkaisu]. Seinäjoki. [Viitattu 19.10.2016]. Saatavana: http://www2.seinajoki.fi/pelastuslaitos/ohjeet_ja_lomakkeet/.lomakkeet.html/47940.pdf
- Evira. 2012. Ulkomyyntiohje. [Verkkojulkaisu]. [Viitattu 19.10.2016]. Saatavana: https://www.evira.fi/globalassets/tietoa-evirasta/lomakkeet-ja-ohjeet/elintarvikkeet/ulkomyynti/ulkomyyntiohje_2012.pdf
- Getz, D. 2007. Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events.
- Givens, R. 2005. Ten Tips for Organizing a Competitive Event. [Verkkoartikkeli]. Technology Teacher 65 (4), 24 – 26. [Viitattu 2.6.2016]. Saatavilla EBSCO -tietokannasta. Vaatii käyttöoikeuden.
- Häyrinen, E. & Vallo, H. 2008. Tapahtuma on tilaisuus: tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Helsinki: Tietosanoma Oy.
- Häyrinen, E. & Vallo, H. 2014. Tapahtuma on tilaisuus: tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Helsinki: Tietosanoma Oy.
- Iiskola-Kesonen, H. 2004. Mitä, miksi, kuinka? Käsikirja tapahtumajärjestäjille. Helsinki: Suomen Liikunta ja Urheilu ry.
- Into Seinäjoki Oy. 2016. Into Seinäjoki Oy – Innolla yritysten menestystä varten. [Verkkosivu]. Seinäjoki. [Viitattu 15.8.2016]. Saatavana: http://www.into-seinajoki.fi/into_seinajoki_oy/
- Isohookana, H. 2007. Yrityksen markkinointiviestintä. Helsinki: WSOYpro.
- L 22.4.1999/530. Kokoontumislaki.
- Lindroos, J-E. & Lohivesi, K. 2006. Onnistu strategiassa. Helsinki: WSOY.

- Kallio, T. & Määttä, I. 2013. Tapahtumajärjestäjän opas. [Verkkojulkaisu]. [Viitattu 15.8.2016]. Saatavilla: http://www.lahtiregion.fi/filebank/5590-Tapahtumajarjestajan_Opas2014.pdf
- Kauhanen, J., Kauhanen, V. & Juurakko, A. 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. Helsinki: WSOY.
- Kettunen, S. 2003. Onnistu projektissa. Helsinki: Sanoma Pro Oy.
- Kivistö. 2014. Onnistunut tapahtuma: Mikä määrittelee onnistuneen tapahtuman? [Verkkoartikkeli]. [Viitattu 20.5.2016]. Saatavana: <http://www.pointproduction.fi/onnistunut-tapahtuma/>
- Lampinen, J. & Välikylä, T. (toim.) 2009. Yleisötilaisuuden järjestämisopas. Helsinki: Elintarvike ja Terveys.
- Mäki-Pirilä, S. 2015. Kasvua Ruokaprovinssista -hankesuunnitelma. Seinäjoki. Saatavilla hankepäälliköltä. Vaatii käyttöoikeuden.
- Pasanen, K. & Hakola, E-M. 2009. Suomalaisen kulttuuritapahtumien matkailullinen merkittävyys ja kansainvälinen potentiaali. Helsinki: MEK A:166.
- Ruokaprovinssi. 2016. Ruokaprovinssi & Kasvua Ruokaprovinssista -hanke. [Verkkosivu]. Seinäjoki. [Viitattu 15.8.2016]. Saatavana: <http://www.ruokaprovinssi.fi/ruokaprovinssi/>
- Ruuska, K. 2007. Pidä projekti hallinnassa: Suunnittelu, menetelmät ja vuorovaikutus. Helsinki: Talentum Media Oy.
- Shone, A. & Parry, B. 2004. Successful Event Management: A Practical Handbook. 2. painos. Lontoo: Thomson Learning.
- Tapahtumatoimisto. 2014. Tapahtumajärjestäjän opas. [Verkkojulkaisu]. Tampere. [Viitattu 2.6.2016]. Saatavana: https://www.tapahtumatoimisto.com/fi/sites/default/files/tapahtumajarjestajan_opas.pdf
- Teosto. 2016. Teosto: Musiikin käyttäjille. [Verkkosivu]. [Viitattu 19.10.2016]. Saatavana: <https://www.teosto.fi/kayttajat>

LIITTEET

Liite 1. Ruokaprovinssi-torin alustava suunnitelma

Liite 2. Alustava aikataulusuunnitelma

Liite 3. Ruokaprovinssi-torista tehdyt lehtijutut

Liite 4. Ruokaprovinssi-torin myyntitiedote

Liite 5. Ruokaprovinssi-torin tiedote myyjille

Liite 6. Ruokaprovinssi-torin tapahtumapäivän kuvakollaasi 6.8.2016

Liite 7. Palautekyselylomake

