

HYVÄNTEKEVÄISYYSTAPAHTUMAN SUUNNITELMA
KOKO KANSAN HYVÄNTEKEVÄISYYSJUOKSU

Paula Paakkari

Opinnäytetyö
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma
AMK

2014

LAPIN AMMATTIKORKEAKOULU
MATKAILU-, RAVITSEMIS- JA TALOUSALA
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma
Ammattikorkeakoulututkinto

Opinnäytetyö

HYVÄNTEKEVÄISYYSTAPAHTUMAN SUUNNITELMA
KOKO KANSAN HYVÄNTEKEVÄISYYSJUOKSU

Paula Paakkari

2014

Toimeksiantaja Sydänlapset ja -aikuiset ry, Lapin alueosasto

Ohjaajat Matti Liimatta ja Ari Kurtti

Hyväksytty _____ 2014 _____

Matkailu-, ravitsemis- ja talousala
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma

Tekijä	<Paula Paakkari>	Vuosi	2014
Toimeksiantaja	Sydänlapset ja -aikuiset, Lapin alueosasto		
Työn nimi	Hyväntekeväisyystapahtuman suunnitelma		
Sivu- ja liitemäärä	<36 + 4>		

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on toiminnallinen ja osallistava hyväntekeväisyystapahtuma. Toimeksiantajana työssä on Sydänlapset ja aikuiset ry Lapin alueosasto ja yhteistyökumppanina pitkänmatkanjuoksijoiden erikoisseura Arctic Marathon Club. Opinnäytetyössä olennaisia osa-alueita ovat hyväntekeväisyyden lisäksi, projektityöskentely ja tapahtumajärjestämisen suunnittelu. Tavoitteena on uudistaa jo olemassa olevaa Koko kansan hyväntekeväisyysjuoksutapahtumaa niin, että tapahtumaan lisätään lisäpalveluna alkuverryttely. Opinnäytetyö on suunnitelman muodossa, koska tapahtuman toteutus jää aikataulun ulkopuolelle.

Hyväntekeväisyys ja varainkeruu Uusi Lastensairaala 2017 -säätiölle on opinnäytetyön päätavoite. Projektityöskentely kuuluu osaksi tapahtumansuunnittelua. Yhtenä osa-alueena on myös tapahtumajärjestäminen. Tämä opinnäytetyö käsittelee tapahtumasuunnittelua yhdeltä suunnalta katsottuna ja vastaa kysymykseen: Miten tapahtumaa voisi kehittää?

Opinnäytetyö on tehty toimeksiantajaa ja yhteistyökumppania ajatellen. Työhön kuuluu tapahtumasuunnitelma, koulutussuunnitelma, markkinointi sekä lehdistötiedote. Tapahtuman tavoitteena on kerätä 2000 € hyväntekeväisyys-säätiölle ja antaa lahjoittajille vastine alkuverryttelyn sekä juoksumatkan muodossa.

Avainsanat <Toiminnallinen opinnäytetyö, projektihallinta, tapahtumajärjestäminen, hyväntekeväisyys, markkinointi >

Tourism, Catering and Domestic Services
**Degree Programme in Hospitality
Management**

Author	Paula Paakkari	Year	2014
Commissioned by	Finnish Association for Heart Children and Adults, regional Department of Lapland		
Subject of thesis	Event plan for charity		
Number of pages	36 + 4		

Purpose of this study is functional and participatory charity event. Commissioner of this thesis is Finnish Association for Heart Children and Adults, regional Department of Lapland and this association partner, is long distance runner's special club, Arctic Marathon Club. In this thesis essential areas including charity, are also research project and event management planning. The goal of this thesis is to renew an existing charity event, so that there is going to be additional service added to assembly of a larger event. The thesis is in the form of a plan, because the event execution remains outside of the timetable. Charity and fundraising for New Children's Hospital 2017 -Foundation is the main objective of the thesis. Project work and organization of events are also part of the event planning. This thesis deals with the organization of the event as seen from one direction, and finding answers for the question: How can this event be improved?

This thesis has been done for sponsor and partner. This thesis includes an event plan, training plan, marketing, and press release. The event aims to collect 2000 € for New children's Hospital 2017 -Foundation and give donors equivalent warmup exercises, as well as the running distance of the form.

Key words < functional thesis, project management, event organization, charity, marketing >

SISÄLTÖ

1. JOHDANTO.....	2
2. TAPAHTUMAJÄRJESTÄMINEN	4
2.1 TAPAHTUMAJÄRJESTÄMINEN YLEISESTI	4
2.2 URHEILU- JA HYVÄNTEKEVÄISYYSTAPAHTUMAT YLEISESTI	6
3. SUUNNITELMAN POHJARUNKO	9
3.1 TOIMINNALLINEN OPINNÄYTETYÖ	9
3.2 TAVOITE JA RAJAUS	9
3.3 SUUNNITTELU	10
4. TAUSTAORGANISAATIOIOT	13
4.1 SYDÄNLAPSET JA -AIKUISET RY	13
4.2 UUSI LASTENSAIRAALA 2017 -SÄÄTIÖ	14
5. HYVÄNTEKEVÄISYYSJUOKSUTAPAHTUMA.....	15
5.1 ALKUVALMISTELUT.....	15
5.2 AIKATAULU.....	16
5.3 TIEDOTUS JA MARKKINOINTI.....	20
5.4 SISÄINEN JA ULKOINEN VIESTINTÄ	22
6. TURVALLISUUS	24
6.1 LUVAT.....	24
6.2 LAIT	25
6.3 RISKIENHALLINTA	25
7. TALOUSELÄMÄ	28
7.1 TALOUSARVION LAATIMINEN	28
7.2 YHTEISTYÖKUMPPANIT JA SPONSOROINTI.....	28
8. TOTEUTUS	30
8.1 KOKO KANSAN JUOKSUTAPAHTUMA.....	30
8.2 JUOKSUTAPAHTUMAN PÄÄTTÄMINEN	31
8.3 OPINNÄYTETYÖN ARVIOINTI.....	32
8.4 KEHITYSIDEAT	36
LÄHTEET	37

TAULUKKO- JA KUVIOLUETTELO

TAULUKKO 1. TYÖTEHTÄVIEN AIKATAULU	17
TAULUKKO 2. JOULUKUUN AIKATAULU	19
TAULUKKO 3. TAPAHTUMAPÄIVÄN AIKATAULU.....	19
TAULUKKO 4. RISKIT JA NIIDEN HALLINTA (MUKAILLEN SATO 2013).....	26
TAULUKKO 5. TAVOITELTU OSALLISTUJA- SEKÄ LAHJOITUSSUMMAN MÄÄRÄ.....	28
KUVIO 1. POHJAKYSYMYKSET TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMISEEN (LISKOLA-KESONEN 2004, 18).....	5
KUVIO 2. HYVÄNTEKEVÄISYYDEN MARKKINOINTIPROSESSI (PESSI – SAARI 2011, 187)...	8
KUVIO 3. PROJEKTISUUNNITELMAN SISÄLLÖN RUNKO (KAUHANEN YM. 2002, 28–29). ..	11
KUVIO 4. SYDÄNLAPSET JA -AIKUISET RY, YHDISTYKSEN VIRALLINEN LOGO (SYDÄNLAPSET JA -AIKUISET RY 2014A).....	13
KUVIO 5. UUSI LASTENSAIRAALA 2017-SÄÄTIÖN VIRALLINEN LOGO (UUSI LASTENSAIRAALA 2017. FACEBOOK).	14
KUVIO 6. TAPAHTUMAJÄRJESTÄMISEN KYSYMYKSET (KAUHANEN YM. 2002, 35).....	16
KUVIO 7. ESIMERKKI GANTIN JANAKAAVION KÄYTÖSTÄ (ROUVINEN 2008).....	17
KUVIO 8. SWOT-ANALYYSI MARKKINOINNISTA (MUKAILLEN, MUHONEN–HEIKKINEN 200, 47).....	21
KUVIO 9. KOULUTUSSUUNNITELMAAN TARVITTAVAT TIEDOT (ETELÄ-POHJANMAAN LIITTO 2014, 11).	23
KUVIO 10. PROJEKTIN VAIHEET JA RISKIKOHDAT (PELIN 2011, 57).	27

1. JOHDANTO

Lastensairaala hajoaa käsiin! Tämän hetken potilaat sekä heidän vanhempansa näkevät joka päivä sairaalan akuutit viat, eikä niitä enää pystytä korjaamaan. Suomi sekä Lastenklinikan potilaat ja heidät hoitava henkilökunta tarvitsevat uuden sairaalan heti. Talkoot ovat meneillään, eivätkä ne lopu ennen kuin uusi sairaala on valmis. Uuden Lastensairaalan tavoitteena on valmistua vuonna 2017. Jokainen voi auttaa lapsia voimaan paremmin, lahjoittamalla Uusi Lastensairaala 2017 -säätiölle. Lasten hyvinvointi on tärkeää ja Uusi Lastensairaala 2017 tulee hoitamaan kaikki ne Suomessa syntyneet sairast lapset, joita ei pystytä tiedon, taidon tai välineiden puutteen vuoksi hoitamaan muissa sairaaloissa. (Uusi Lastensairaala 2014a.)

Tässä opinnäytetyössä otamme osaa talkoisiin toisella tavalla, kuin lahjoittamalla säätiönkeräyslippaaseen summan x. Uusi Lastensairaala 2017 -säätiön avunpyyntö on liitettyä vapaa-aikana tapahtuvaan urheiluun ja urheilukerhoon. Ynnätessä hyväntekeväisyyskeräyksen ja urheilun löytyi idea, lisätä alkuperäisyys tällä olevaan hyväntekeväisyystapahtumaan. Hyväntekeväisyystyötä harrastaessa on hyvä muistaa Äiti Teresan sanat, jotka on vapaamuotoisesti tähän suomennettu.

”Ollakseen hedelmällistä hyväntekeväisyys maksaa meille rakkauden. Rakkauteen kuuluu antamisen tarve: joka on tarpeellinen, jotta olisimme vapaita itsekkyydestä.”

- Äiti Teresa -

Toimeksiantajana opinnäytetyölle on Sydänlapset ja -aikuiset ry Lapinalueosasto. Toimeksiantajan kanssa rikomme perinteistä tapahtumarajaa liittämällä alkuperäisyys suunnitelman jo olemassa olevaan suurempaan kokonaisuuteen. Opinnäytetyösuunnitelma yhdistetään osaksi aiemmin mainittua kokonaisuutta, joka on uutenavuotena järjestettävä Koko kansan hyväntekeväisyysjuoksutapahtuma. Tapahtumajärjestämisestä vastuussa on rovaniemeläinen pitkänmatkanjuoksijoiden erikoisseura Arctic Marathon Club (Arctic Marathon Club 2012).

Opinnäytetyö perustuu projektityöhön, jossa perehdytään tapahtumasuunnitteluun ja sen toteutukseen. Toisin sanoen työ on toiminnallinen projektisuunnittelu. Työn aiheena on kuitenkin hyväntekeväisyys suunnitelma, mikä lopulta

on toimeksiantajan ja yhteistyökumppanin vapaassa käytössä. Tapahtumantoteutukseen tervetulleita osallistujia ovat edellisiin Koko kansan juoksutapahtumaan osallistuneet juoksijat ja yleisö sekä uutena asiakasryhmänä turistit. Osallistujien panostus näkyy osallistumismaksussa, jonka voi maksaa etukäteen nettilippaaseen, tai paikan päällä keräyslippaaseen. Lahjoitukselle vastineeksi on toimeksiantajan järjestämän alkuverryttely sekä juoksutapahtuma.

Työ alkaa tapahtumajärjestämisen historialla, josta siirrytään takaisin nyky aikaan ja tapahtumajärjestämisen sekä hyväntekeväisyyden kirjatietouteen. Lähteet on valittu työhön tarkoituksenmukaisesti ja perustellen. Työssä käsitellään myös tavoitteiden rajaamista, suunnittelua ja valmistelua. Tämän jälkeen on toimeksiantajan ja hyväntekeväisyssäätiön esittelyt, aikataulut, tiedotus- ja markkinointisuunnitelma sekä sisäisen- ja ulkoisen viestinnän keinot, kuten myös luvat ja riskien hallinta. Työhön on myös laadittu pieni talousarvio sekä kerrottu yhteistyökumppanin ja sponsorien hankinnasta. Lopussa työ sisältää vielä muutaman sanan projektin toteutuksesta ja päätöksestä, vaikkakin ne jäävät aikataulun osalta tulevaisuuden. Yllämainituissa kohdissa käsitellään teoriaa yhdistämällä sitä opinnäytetyön suunnitelmaan. Viimeisenä tulevat pohdinnat opinnäytetyön tavoitteista, kuinka niissä halutaan onnistua ja liitteet.

2. TAPAHTUMAJÄRJESTÄMINEN

2.1 Tapahtumajärjestäminen yleisesti

Tapahtuma on sivistyssanakirjan mukaan tapahtuva tai tapahtunut ilmiö tai tapaus. Tapahtuma voi olla esimerkiksi kulttuuri- tai tilaustapahtuma. Substantiivina tapahtuma on asia, joka tapahtuu ja on yleensä julkinen tilaisuus ja siinä on ennalta määritelty ohjelma. (Suomisanakirja 2013a.)

Tapahtumia on järjestetty todella kauan ihmiskunnan historiassa. Vaikka kirjoitustaito keksittiin ihmisen historiaan nähden myöhään, on ihminen silti järjestänyt juhlia ja tapahtumia jo aiemmin. Näistä tapahtumista on olemassa todisteita, mutta ei kirjoitettua lähdettä. Historiaa tarkasteltaessa suuria ja näyttäviä tapahtumia löytyy jokaiselta vuosisadalta. Esimerkiksi sadonkorjuun loppua, tai onnistunutta metsästysretkeä juhlittiin näyttävin menoin jo metsästäjäkeräilijä ihmisten aikaan. Silloin järjestettiin sadonkorjuun jälkeiset juhlat, jolla ehkä kiitettiin maata hyvästä sadosta ja samalla torjuttiin pahoja henkiä. (Kauhanen–Juurakko–Kauhanen 2002, 14–15.) Myös antiikin Kreikassa 400-luvun alussa ennen ajan laskun alkua kuorolyriikko Pindaros mainitsee runossaan, että Kreikan hyperborealaisilla oli jo tuolloin paljon tanssi- ja musiikkitapahtumia (Castrén 1995, 22–23).

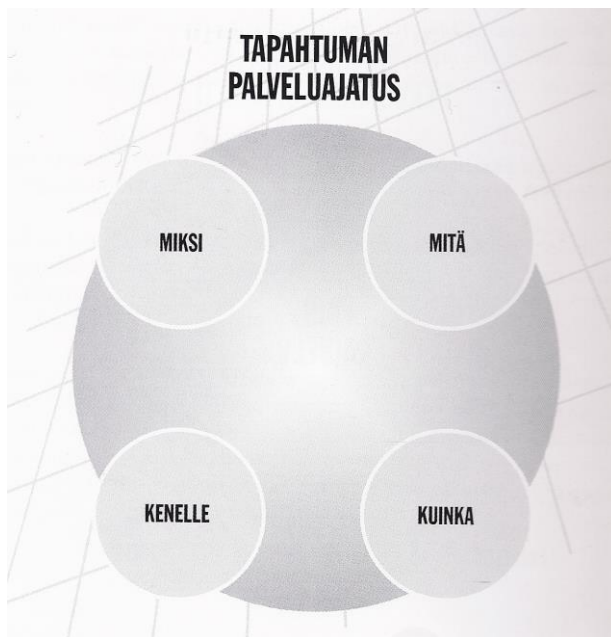
Nykypäivänä tapahtumia järjestetään paljon ja varsinkin Suomessa kesätaapahtumat ovat suosiossa, vaikka Suomessa kesäjuhlia on opittu arvostamaan vasta 1960-luvun jälkeen. Tapahtumien jaotteluun on vakiintunut tapa jossa tapahtumat luokitellaan erikseen tapahtuman pääaiheen mukaan, esimerkiksi kulttuuri-, musiikki- ja urheilutapahtumat (Kauhanen ym. 2002, 18–22).

Donald Getz näkee asiat toisin ja haluaa jakaa tapahtumat vain kahteen eri osaan; juhlat ja erikoistapahtumat sekä kokoukset ja kongressit. Getzin ajatusmaailmassa kaikki tapahtumat ovat samankaltaisia ja tapahtumien turhan pieniin osiin jaottelu on vanhanaikaista sekä hidastaa työskentelyä. Getz perustelee jaotteluaan sillä, että tapahtumajärjestäminen on yleistä ja olemassa oleva tietotaito voidaan aivan hyvin sovittaa kaiken tyyppisiin tapahtumiin. (Getz 2012, 18.)

Tapahtuma ei voi toteutua yllättäen, vaan se tulee suunnitella ennakkoon (Vallo 2009, 38). Tapahtuma on palvelutuote ja se pitää kokea, eikä sitä voi

varastoida tai myydä eteenpäin. Tapahtuma on myös ydintuote ja sen ydintä tukee lisä- sekä tukipalvelut. Ilman niitä tapahtumasta ei tule kokonainen. Tapahtuman ydinpalvelu voi olla esimerkiksi rockfestivaaleilla tarjottava musiikki. Ytimeen liittyvä lisäpalvelu voi olla majoitukseen, ruokaan tai muuhun olennaisesti tapahtuman yhteyteen liittyvä aihe. Tukipalvelu tarkoittaa tapahtumanjärjestämisessä, esimerkiksi järjestyksen ylläpitoa ja sen resursseja. Tukipalveluihin voi lukea myös lakisäätteiset asiat, jotka tulee olla selvillä ja hoidossa ennen tapahtuman järjestämistäjankohdtaa. (Liskola-Kesonen 2004, 15–17.) Opinnäytetyöhön suunniteltu alkuverryttelytapahtuma ei ole ydintuote tapahtumassa, vaan lisäpalvelu. Ydintuotteeksi tässä työssä voidaan määrittää yhteistyökumppanin järjestämä hyväntekeväisyysjuoksu.

Kuten Suomen liikunta ja urheilu ry:n hahmottamasta kuviosta 1 näkyy. Tapahtumajärjestäminen lähtee liikkeelle sillä, että mietitään neljää eri pääkysymystä; Miksi, mitä, kenelle ja kuinka? Tämän peruskuvion ympärille voi rakentaa projektisuunnitelman ja samalla liittää siihen tarpeelliset lisä- ja tukipalvelut. (Liskola-Kesonen 2004, 18–19.)



Kuvio 1. Pohjakysymykset tapahtuman järjestämiseen (Liskola-Kesonen 2004, 18).

Miksi? Koska Uusi Lastensairaala tullaan rakentamaan. Toimeksiantaja sekä yhteistyökumppani haluavat osallistua keräykseen ja samalla haastaa ja osallistaa muitakin mukaan.

Mitä? Koska kyseessä on tapahtuma, joka on lähtökohtaisesti määritelty hyväntekeväisyystapahtumaksi ja jossa tarkoituksena on antaa pieni lisävastine, joka on hyväntekeväisyysverryttely kaikille mukaan osallistujille.

Kenelle? Tähän olisi helppo vastata, että kaikille. Kuitenkin tapahtumalla on jo olemassa oleva osallistuja ryhmä, joten kohderyhmäksi tapahtumaan on valittu tapahtumaan osallistuvat, yleisö ja uutena ryhmänä turistit. Tapahtuma tulee kuitenkin olemaan avoin kaikille, jotta tapahtuma saisi mahdollisimman paljon osallistujia.

Kuinka? On kaikista haasteellisin kysymys. Toimeksiantajan näkökulmasta kysymys piti saada mahdollisimman sopivaksi. Kuinka? Sai aikaan pohdintaa, kuinka elävistä tapahtumasuunnitelman työstäminen on ja kuinka sidonnainen se on projektityöskentelyyn. Projektityöskentelystä on kirjoitettu enemmän luvussa, riskit. Kysymys sai lopulta vastauksen yhteistyökumppanin Arctic Marathon Clubin puolelta. Arctic Marathon Club on järjestänyt uudenvuoden aattona hyväntekeväisyysjuoksun ja seura etsi yhteistyökumppaneita, sekä uusia ideoita kasvattaa kyseistä tapahtumaa.

Kuinka? On saanut aikaan tämän opinnäytetyön. Opinnäytetyön tarkoitus on suunnitella ja järjestää hyväntekeväisyystempaus toimeksiantajan ja yhteistyökumppanin avulla. Lisäksi tapahtumajärjestäjä eli yhteistyökumppani saa lisäkontaktin ja uusia ajatuksia tuleviin tapahtumiin. Vaikka tapahtumajärjestäminen on projekti, mutta jos tapahtuma toistuu useamman kerran, siitä tulee osa organisaation vakituista toimintaa, eikä sitä näin ollen voi enää luokitella projektiksi. (Liskola-Kesonen 2004, 8.)

2.2 Urheilu- ja hyväntekeväisyystapahtumat yleisesti

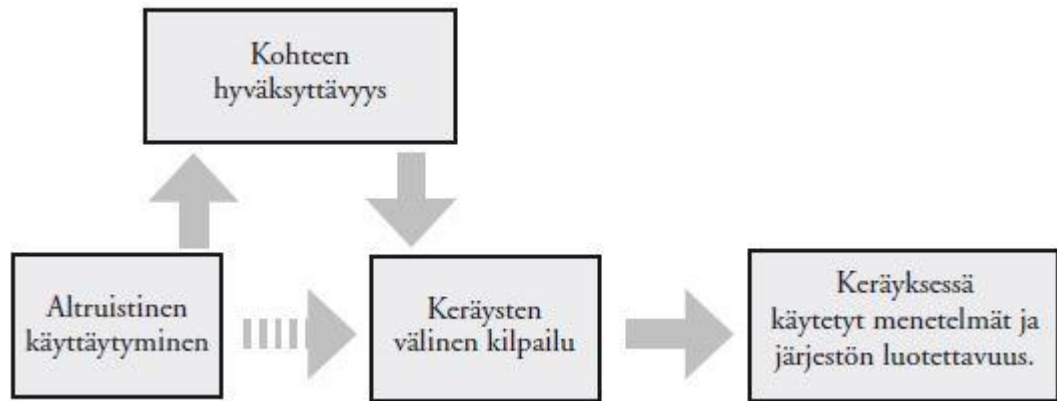
Urheilutapahtuma ja -matkailu tapahtuvat vapaa-ajalla ja on niin sanottua vapaaehtoista tekemistä (Ali-Knight–Robertson–Fyall–Ladkin 2008, 174). Kuitenkin on olemassa myös niitä, jotka harjoittavat tätä työtä ammattimaisesti. Hyvällä suunnittelulla Suomi voisi nousta terveellisen, liikunnallisen ja turvallisen matkailun kohteeksi (Borg–Kivi–Partti 2002, 206). Tämän hetkiset urheilutapahtumat tulisikin alkuun nostaa kansalliseen tai vähintään paikalliseen julkisuuteen, kuten esimerkiksi yhteistyökumppanin Uudenvuoden Koko kansan hyväntekeväisyysjuoksutapahtuma. Moni turisti varautuu ulkoilemaan Suomen talvessa. Kyseiset turistit, voisivat olla hyvin kiinnostuneita osallistumaan

tapahtumaan. Samankaltaisia pieniä tapahtumia markkinoimalla voisimme antaa kuvan Suomalaisista, joka voi hyvin eikä sää ole meille esteenä liikunnalle. Liikuntatapahtumat ovat sosiaalisia tapahtumia niille, jotka ovat aktiivisia osallistujia ja kannattajia urheilumaailmassa ja he arvostavat kyseisiä tapahtumia henkisesti sekä sosiaalisella identiteettitasolla (Ali-Knight ym. 2008, 174).

Hyvällä markkinoinnilla, tapahtuma saattaa saada hyvinkin monipuolisen osallistujajoukon. Kuka sen tietää, vaikka nykyisestä pikkuisesta tapahtumasta syntyisi jotain paljon suurempaa kuin kukaan on kuvitellut. Esimerkkinä hyvin toteutetusta ja markkinoidusta urheilutapahtumasta toimii Suopotkupallon Maailmanmestaruuskisat. Suopotkupallokisat on kehitelty omaan tarpeeseen kesäharjoittelun monipuolistamiseksi. Tätä ideaa on sitten kasvatettu, ensin Suomenmestaruuskisoiksi ja siitä sitten nykyisiin kisoihin, jotka ovat muuttuneet reilussa kymmenessä vuodessa viikonlopun kestäväksi MM-kisoiksi ja joukkuemäärä on vakiintunut 250 - 300 joukkueeseen. Lisäksi tapahtuma kerää vuosittain yleisöä noin 30 000. (Suopotkupallo 2014.)

Hyväntekeväisyydestä löytyy paljon asiaa, mutta tutkittua tietoa ei oikein löydy tai tietojen analysointi on unohtunut tiedon keruun jälkeen (Pessi – Saari 2011, 16). Tämän luvun hyväntekeväisyyteen liittyvät tiedot, ovat pääosin yhteen koottuja asiaan liittyneitä lauseita. Yleisesti tietoperusta on ollut vielä puolueellinen omaa hyväntekeväisyyskohdetta kohtaan. Omahyväisyys ei sinällään ole paha asia, mutta kirjoitettu tieto, ei välttämättä ole silloin paras mahdollinen lähde. Tässä työssä tällaista tietoa on pyritty välttämään.

Hyväntekeväisyyttä harrastettaessa on toimittava lakien mukaan. Lakien tarkoituksena on määritellä hyväntekeväisyyskeräyksen luotettavuutta. (The Charity Commission for Northern Ireland 2014.) Suomessa hyväntekeväisyysjärjestö, jolla on yksinomaan yleishyödyllinen rahantarve, tulee olla keräyslupa. Keräyslupa myönnetään enimmillään kahden vuoden määräajaksi. (Poliisi 2014, b.) Hyväntekeväisyyskohteen luotettavuus vaikuttaa olennaisesti keräyksen tuottoihin (Pessi – Saari 2011, 191). Hyväntekeväisyyden kohteita ei voi erotella eri kategorioihin, koska lapset, sairaat, invalidit ja vanhukset (sotaveteraanit) kilpailevat samoista lahjoittajista. Kuvio 2 on lainattu Pessin ja Saaren työstä Hyvien ihmisten maa, koska se kuvaa hyvin pyyteettömän eli altruistisen ihmisen tapaa valita hyväntekeväisyyskohde.



Kuvio 2. Hyväntekevyyden markkinointiprosessi (Pessi – Saari 2011, 187).

Hyväntekevyys tarkoittaa suomisanakirjan mukaan huonompiosaisten auttamista ja ihmisystävällisyyttä (Suomisanakirja 2013b). Juuri ihmisystävällisyyttä hyväntekevyys on ja hyväntekevyyden kohteita löytyy runsaasti. Hyväntekevyysskeräyksessä tulee olla selkeästi ilmaistuna, että kuka kerää, kenelle rahaa kerätään ja miten se käytännössä tapahtuu. Hyväntekevyys voidaan yksinkertaisimmillaan määrittää pyyteettömänä avunantona ihmiselle tai eläimelle. (Rahankeräyslaki 31.3.2006/255.)

Helsingin Sanomat uutisoi hyväntekevyydestä, vuoden 2014 keväällä: Suomalainen auttaa syöpälapsia muttei sodan uhreja. Kolme eri alan professoria olivat tutkineet ja keskustelleet siitä, miksi Suomi kuuluu kärkisijoille auttamiskulttuuria mittaavissa arvovertailuissa. He kertoivat uutisjutussa, että Suomen koulujen uskonnon ja elämäkatsomustiedon tunneilla meidät opetetaan siihen, että vähäosaisempia pitää auttaa ja tämä oppi on mennyt perille. Suomalaisilta löytyy empatiaa ja heidän mielestään suomalaiset lahjoittavat hyväntekevyyteen, jos keräyksen markkinointi onnistuu vetoamaan tunteisiin. (Riikonen 2014.)

3. SUUNNITELMAN POHJARUNKO

3.1 Toiminnallinen opinnäytetyö

Luokittelen tämän opinnäytetyön toiminnalliseksi opinnäytetyöksi, koska se täyttää toiminnallisen työn kriteerejä, esimerkiksi käytännön ohjeistus, opastus ja tapahtuman järjestäminen. Työn toteutuskin voi vaihdella kirjasta, portfolioon tai järjestettyyn näyttelyyn. Toteutus voi vaihdella ammattialoittain, mutta tavoitteena on kertoa mahdollisimman selkeästi muille opittu ammattitaito ja valitun suunnan on hyvä tukea ammatillista kehittymistä. Toiminnallisen opinnäytetyön tulisi syventyä jo opittuun asiaan ja työssä tulisi näkyä olemassa oleva pohjatieto. (Vilka–Airaksinen 2004, 9–17.)

Opinnäytetyö usein kuvastaa tulevaa uraa ja työllistymistä. Toiminnallinen opinnäytetyö antaa myös mahdollisuuden kokeilla omia rajoja ja saada ehkä aikaan uutta innovatiivista näkökulmaa alalle. Toiminnalliseen opinnäytetyöhön tekijän tulee löytää juuri työhön sopiva tieto ja tiedon valintaa tulee pystyä perustelemaan. Toiminnallisen opinnäytetyön runko siis seuraa sitä, miten työ on tehty, miten on päädytty tiettyihin ratkaisuihin, mitkä johtopäätökset tehty ja mitä niistä opittiin. Toiminnallinen työ on parhaimmillaan opiskelijan objektiivisen tiedon ja toimeksiantajan käytännöllisen tietämyksen yhteistyötä. (Vilka–Airaksinen 2004, 11.) Parhaimman kuvan tämän työn etenemisestä saa lopusta, kun tarkastelee pohdintoja.

3.2 Tavoite ja rajaus

Opinnäytetyön päätavoitteena on suunnitella projektimuotoisena onnistunut ja toteutuskelpoinen hyväntekeväisyystempaus Uusi Lastensairaala 2017 -säätien hyväksi sekä suunnitella markkinointia tapahtuman puolesta. Projektin aihe on toiminnallinen ja osallistava hyväntekeväisyyskeräys ja sen tuotto tullaan lahjoittamaan lyhentämättömänä yllä mainitulle säätiölle. Painotan kuitenkin ettei rahan keräys ole tärkein asia suunnitelmassa, vaan se, että työssä on yhdistettynä kaksi lähellä sydäntä olevaa asiaa, lasten terveys ja urheilu.

Työ on sijoitettu konkreettisesti Rovaniemelle, koska toimeksiantajana toimiva Sydänlapset ja -aikuiset ry niin pyysi. Olen luvannut työstä kopiot toimeksiantajalle ja Arctic Marathon Clubille, joka on tapahtumanjärjestäjä sekä yhteistyökumppani, jotta työtä voi halutessa myöhemmin käyttää pohjana uuden hyväntekeväisyyskeräys tempauksen järjestämiseen. Opinnäytetyö vastaa hyvin

vuonna 2010 Lapin liiton luomaan visioon, jossa on ideana tarjota matkailijoille lappilaista elämänvoimaa kaikkina vuodenaikoina. (Lapin liitto 2008, 32.)

Työssä otetaan huomioon lain määritelmät, jotka viittaavat, esimerkiksi rahankeräyslakiin (Rahankeräyslaki 31.3.2006/255). Työ käsittelee myös riskit ja turvallisuuden, koska nämä ovat sellaisia asioita, joita ei voi unohtaa, kun järjestetään tapahtumaa. Lisäksi opinnäytetyö perehtyy yleisesti ja tapauskohtaisesti tapahtumajärjestämiseen, sen markkinointiin sekä yhteistyökumppaneiden ja sponsoreiden hankintaan. Nämä ovat tärkeitä, koska ilman kokonaiskuva ei voi suunnitella, tai toteuttaa onnistunutta tapahtumaa. Talousarviota työssä tarkastellaan vain yleisellä tasolla, koska järjestettävä hyväntekeväisyysjuoksu ei vaadi kustannuksia sillä tapahtumaan järjestäminen toteutuu talokootyönä.

Lähdetiedot on rajattu pääosin tapahtumajärjestämiseen ja sen teoriaan, mutta työ seuraa projektityöskentelyn linjaa. Näiden lisäksi työ sisältää myös tapahtumahistoriaa, urheilutapahtumien tietoa, markkinointia, viestintää ja toiminnallisen opinnäytetyön pohjustusta. Lähdetieto on pääosin alan kirjallisuutta, mutta sisältää myös nettilähteitä.

3.3 Suunnittelu

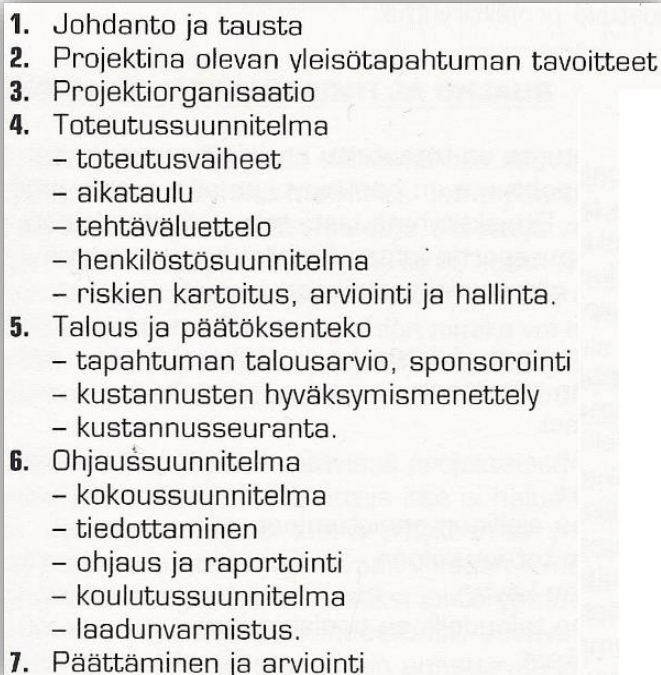
Suunnittelu on tärkein vaihe tapahtumaa järjestettäessä. Suunnitteluvaihe määrittelee tapahtuman tavoitteet. Jotta tapahtumasta tulisi onnistunut, suosittelee Kauhanen ja muut kirjassaan Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus, että tapahtuma suunniteltaisiin alusta alkaen projektityöskentelynä ja sen periaatteita noudattaen. (Kauhanen ym. 2002, 23.) Projekti sana onkin lainasana latinankielestä *proicere* ja se kirjaimellisesti tarkoittaa heittämistä eteenpäin. Näin ollen projektisuunnitelma voidaan ajatella eteenpäin katsomiseksi, mikä sijoitetaan ennen tekemistä tapahtuvaan ajatustyöhön ja ongelmanratkaisutilanteisiin. (Jyväskylän Yliopisto 2014a.)

Kauhanen ja hänen kanssaan kirjan kirjoittaneet ovat hyvinkin oikeassa projektityöskentelystä tapahtumaa järjestettäessä, koska jokainen tapahtuma on yksilö ja silloin siinä on yksilölliset tarpeet, kuten tapahtumapaikan ympäristön huomiointi. Korostan yksilöllisyyttä suunnittelussa, sillä projekteja ja tapahtu-

masuunnitelmia on varmasti olemassa hyvin monia. Usein kuitenkin päivittäminen unohdetaan ja saatetaan toistaa samat virheet kuin aikaisemmin, tai suunnitelmat jäävät polkemaan paikallaan.

Suunnitteluvaiheeseen liittyy tausta- ja esiselvittelyä, joista ilmenee tapahtumaan vaadittavat rajat (Kauhanen ym. 2002, 28). Sama pätee yrityksen perustamiseenkin, mikäli pohditaan yrityksen tuotteiden, tai palveluiden tarvetta. Selvitysten valmistuttua toimeksiantaja voi päättää, että jatkuuko projekti. Hyväksynnän saanut selvitys jatkuu projektisuunnitteluna.

Projektisuunnitelman sisältö voi kuvio 3 kaltainen (Kauhanen ym. 2002, 28–29). Tätä kuviota on käytetty osittain tukipilarina työn suunnittelussa, koska kuvio sisältää kaiken projektisuunnitelmaan vaadittavan. Tällöin ei mikään iso osa-alue pääse unohtumaan suunnitelmasta. Projektisuunnitelman sisältö näkyy työssä parhaiten sisällysluetteloä tarkasteltaessa, kuitenkin kuvio 3 on hiukan selventämässä rungon kulkua.

- 
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
 - koulutussuunnitelma
 - laadunvarmistus.
 7. Päätttäminen ja arviointi

Kuvio 3. Projektisuunnitelman sisällön runko (Kauhanen ym. 2002, 28–29).

Työn alussa asetettiin maltillinen 2000 €:n rahatavoite. Talousarvio kertoo lisää keräystavoitteesta ja sen saavuttamisesta. Tämän jälkeen kartoitin lähdemateriaalia ja poimin lähteistä työhöni sopivat kohdat, jotka olennaisesti

liittyivät aiheeseen. Projektisuunnittelun alussa keräsin tarvittavaa kirjallista tietoa kuvatuskaltaisen yleisötapahtuman järjestämisestä, jonka jälkeen sovelsin keräämäni tiedon käytäntöön. Hyvällä suunnittelulla pystyn tarjoamaan hyvän pohjan toimeksiantajalle, jolloin heidän ei tarvitse kuin toteuttaa suunnitelmaa ja järjestää onnistunut hyväntekeväisyystapahtuma. Tapahtuman järjestämisen aikana tarkastelemme tapahtumaa onnistumisen kannalta, jotta voimme ottaa oppia mahdollisista parannettavista kohdista ja siirtää ne onnistuneet kohdat seuraavaan projektiin.

Suunnitelman tärkeimmäksi henkilöksi asettuu luonnollisesti projektipäällikkö, koska projektipäällikön rooli on tehdä suunnitelmasta niin hyvä ja selkeästi luettava, että sen voi toteuttaa kuka vain ja milloin vain. Toimeksiantajan sitouttaminen projektiin jo suunnitteluvaiheessa on hyväksi, jotta toimeksiantaja pysyy vaikuttamaan ajoissa suunnitelmaan ja sen suuntaan. (Vallo 2009, 45.)

Toimeksiantaja on itse tapahtuman pää. Tieto tapahtuman kulusta tulee valmistella etukäteen niin hyvin, että kaikki tietävät kaiken, eikä suunnitelmaan jää epäselviä kohtia tapahtumasta. Tällöin tapahtumasta tulee hyvin soljuva, eikä siellä ole epäkohtia matkalla tai jos niitä tulee, ne eivät sitten ainakaan näy yleisölle. Toimeksiantajan kanssa yhteydenpito tapahtuu puhelimen, sähköpostin ja muutaman sovitun tapaamisen välityksellä.

Kohderyhmä suunniteltuun tapahtumaan voi olla mikä vain, esimerkiksi asiakkaat, yhteistyökumppanit, sponsorit tai järjestöt ja säätiöt. Erilainen tapahtuma vaatii eri yleisön. Esimerkiksi Seinäjoen tangomarkkinat, tangomarkkinoiden kohderyhmäksi tuskin muodostuu nuori festivaaliväki, vaan sitä markkinoidaan vähän vanhemmalle tanssikansalle. (Kauhanen ym. 2002, 20–21.) Kuitenkin kohderyhmäksi muodostuivat tapahtumaan osallistuvat sekä sinne saapuva yleisö ja Rovaniemelle tapahtuman aikaan saapuvat matkailijat eli turistit. Kohderyhmien valinta kävi helposti, kun tapahtumassa on jo oma kohderyhmänsä, niin heidän sijoittaminen suurimmaksi tapahtumaan osallistujiksi on sujuvaa, eikä näin ollen vaadi erillistä kohderyhmäsuunnittelua. Turisteille tullaan viemään tietoa tapahtumasta paikallisten hotellien vastaanottoihin, jotta vastaanoton työntekijät voivat halukkaille mainostaa tapahtumaa.

4. TAUSTAORGANISAATIOT

4.1 Sydänlapset ja -aikuiset ry

Toimeksiantajana opinnäytetyölle toimii Sydänlapset ja -aikuiset ry – Hjärtebarn och -vuxna rf on valtakunnallinen sydänvikaisten ja heidän läheisten etuja ajava järjestö. Järjestö on perustettu vuonna 1975 ja siihen kuuluu 18 eri alueosastoa. Toimeksiantajana työlle toimii Sydänlapset ja -aikuiset ry Lapin alueosasto. Keskeinen tavoite yhdistyksellä on turvata kaikkien synnynnäisesti sydänvikaisten tutkimus- ja leikkaushoidot Suomessa. (Sydänlapset ja -aikuiset ry 2014a.)



Kuvio 4. Sydänlapset ja -aikuiset ry, yhdistyksen virallinen logo (Sydänlapset ja -aikuiset ry 2014a).

Suomessa syntyy noin 500 synnynnäisesti sydänvikaista lasta vuosittain, joista noin 70 prosenttia tarvitsee heti syntymän jälkeen tai joissain vaiheessa elämää leikkauksen. Sydänvika on pääsääntöisesti rakenteellinen vika, mutta se voi liittyä myös johonkin laajaan oireyhtymään kuten Downin syndroomaan. Sydänvian syntymää ei tunneta ja vieläkin on olemassa sydänvikoja, joita ei pystytä auttamaan lääke- eikä leikkaushoidoin. (Sydänlapset ja -aikuiset ry 2014a.)

Säätiöön voi liittyä sydänlasta odottavat, sydänlasten perheelliset aikuiset sekä nuoret ja pitkän QT -oireyhtymän henkilöt, joilla on vakava rytmihäiriöille altistava poikkeama sydämen toiminnassa. Säätiö antaa tukea ja tiedotusta sekä tarjoaa kuntoutusta, tapahtumia ja aluetoimintaa sekä yhteistyökumppaneita, jotka tarjoavat etuja säätiöön liittyneelle. (Sydänlapset ja -aikuiset ry 2014b.)

Lapin alueosasto on toiminut jo 30 vuotta. Yhteyshenkilönä vuonna 2014 Lapin alueella toimii Mario Leivo. Alueosaston tiedonjako toimii pääsääntöisesti internetin välityksellä, koska Lapissa välimatkat ovat pitkät ja välillä yhteydenpito voi sen vuoksi olla hankalaa. Lisäksi he tiedottavat myös yhdistyksen omaa

nimeä kantavassa lehdessä sekä puhelimitse. Osaston toiminta on jaettu kahteen osaan, kevääseen ja syksyyn. Osastossa suunnitellaan puolivuositain jaoston tapahtumat ja jaostossa ollaan erittäin kiinnostuneita yhteistyökumppaneista sekä uusista toimintaideoista. (Sydänlapset ja -aikuiset ry 2014c.) Sain yhdistykseen yhteyden, lähettämällä sähköpostia opinnäytetyön toimeksiantajan etsinnän alussa, kun kyselin olisiko yhdistyksellä mielenkiintoa ryhtyä yhteistyöhön kanssani. Yhdistyksen edustaja otti ehdotukseni positiivisesti vastaan ja näin saimme aikaan toimeksiantosopimuksen.

4.2 Uusi Lastensairaala 2017 -säätio

Helsingin ja Uudenmaan sairaanhoitopiiri eli HUS:n nykyinen erikoissairaanhoidon Lastenlinna niminen sairaala hoitaa vaikeita ja monimutkaisia lastentauteja ja lastenkirurgiaa vanhoissa, vaikkakin historiallisissa tiloissa. Tilat ja huippuluokan hoito eivät enää nykypäivänä kohtaa ja joulukuussa 2011 tehty tutkimus nykyisen sairaalan kunnosta on akuutti. Tilojen ahtaus sekä toimimattomuus ja ylivoimaisesti rakennuksen heikko ja koko ajan huononeva kunto sai aikaan perheiden, henkilöstön, asiantuntijoiden sairaanhoitopiirin johdon ja poliittisten päättäjien joukossa yksimielisen päätöksen rakentaa uusi lastensairaala ja näin perustettiin Stiftelsen Nya Barnsjukhusets Stöd – Uuden Lastensairaalan Tukisäätio eli lyhyesti kirjoitettuna Uusi Lastensairaala 2017 -säätio. (Hus-kuntayhtymä 2013, 1–3.)

Uusi Lastensairaala säätion tarkoituksena on kerätä 30 miljoona euroa yrityksiltä ja yksityisiltä henkilöiltä, jolloin rakentaminen saadaan vauhtiin. Suomen valtio antaa tämän summan jälkeen säätiolle noin 40 miljoonan euron lainan. Yhteissummalla on tarkoitus rakentaa maailman paras lastensairaala. Ilman näitä yksityisiä ja yritysten lahjoituksia sairaalan rakentaminen siirtyisi pitkälle tulevaisuuteen. (Uusi Lastensairaala 2014a.)



Kuvio 5. Uusi lastensairaala 2017-säätion virallinen logo (Uusi Lastensairaala 2017).

Uusi Lastensairaala nousee Helsingin Meilahteen, jonne säätiö on tehnyt sopimuksen kesäkuussa 2013 rakennuttamisesta sekä valvonnasta. Sairaalantilat luovutetaan käyttöön Suomen itsenäisyyden 100-vuotis juhluvuonna, eli vuonna 2017. (Rakennusalan ammattilehti 2013.) Sairaalan valmistuminen vuonna 2017 symbolisoi 100-vuotiaan Suomenmaan valmiutta panostaa lapsiin ja nuoriin (Uusi Lastensairaala 2014b).

Säätiö on ollut myönteisellä tavalla esillä tiedotusvälineissä ja se on vaikuttanut positiivisella tavalla varainkeruuseen. Useat yritykset ovatkin lahjoittaneetkin 1,5 miljoonaa euroa säätiölle sekä kotimaiset julkisuuden henkilöt tekevät työtä säätiön hyväksi. Säätiön asettama keräyslipas tarve on saatu täyteen, mutta se ei estä keräämästä vielä muutamaa euroa säätiön tueksi. Kampanjallahan on aina joku käynnistys ja lopetus, mutta tavoitteen ylitys on aina hyvä. (Uusi Lastensairaala 2014c.) Yksityisen henkilön näkökulmasta katsottuna nämä ylimääräiset varainkeruut ovat tarpeen, koska sairast lapset tarvitsevat parhaan mahdollisen hoidon. Lahjoittajalle hyväntekeväisyys palkitsee ja antaa hyvän mielen.

5. HYVÄNTEKEVÄISYYSJUOKSUTAPAHTUMA

5.1 Alkuvalmistelut

Valmistelu vastaa miltei samaa kuin suunnittelu, mutta valmistelussa otetaan huomioon kaikki ne suunnittelun pienet yksityiskohdat, esimerkiksi tietty tehtävä tarvitsee vastuuhenkilön. Samalla voi tiputtaa pois ne turhat ideat joita ei tarvita tai pystytä toteuttamaan. Valmistelu kuuluu siis osana suunnitelman tekkoon, mutta on myös henkistä valmistautumista projektin järjestämiseen ja itse työskentelyyn projektin toteutuessa.

Viitaten työn alussa oleviin kysymyksiin tapahtuman järjestämisessä; Miksi - mitä -, kenelle - ja kuinka -kysymykset saavat valmistelussa rinnalleen lisäkysymykset, missä, milloin, miten, ja mielikuva? Kuvio 6 (Kauhanen ym. 2002, 35). Kysymyksiin vastaaminen on selkeä ja tehokas tapa tapahtumansuunnittelussa, koska näihin kysymyksiin vastattaessa suunnitelmaa laadinnan aikana, suunnitelman toteutus on helpompaa.

Miksi?	– tapahtuman tavoite
Mitä?	– tapahtuman sisältö eli tuote/palvelu
Missä?	– paikka
Milloin?	– ajankohta
Kenelle?	– asiakas eli kohderyhmä
Miten?	– järjestävän yhteisön tapa toimia (resurssit + organisaatio)
Mielikuva?	– järjestävän yhteisön ja kumppaneiden imago

Kuvio 6. Tapahtumajärjestämisen kysymykset (Kauhanen ym. 2002, 35).

Kysymyksiin- Missä ja Milloin? voidaan vastata, että Rovaniemellä 31.12.2014. Kysymystä- Kenelle? Olen käsitellyt jo suunnittelu kohdassa kohderyhmän rajaamisessa eli kohderyhmänä ovat tapahtumaan osallistuvat, yleisö ja matkailijat. Kysymystä- Kuinka? käsittelen koko suunnitelman läpi. Esimerkkivastaus kysymykseen- kuinka? on: Alkuverytely ja alkuverytelyn lisääminen isomman tapahtuman yhteyteen. Tätä listaa voi jatkaa aina projektin päättämiseen asti. Kysymyksistä lisää liitteessä 1, Hyväntekeväisyystapahtuman suunnitelma.

5.2 Aikataulu

Aikataulu on projektin kivijalka, sanoo Pelin kirjassaan Projektin hallinnan käsikirja (Pelin 2011, 105). Opinnäytetyön aikataulun suunnittelin niin, että opinnäytetyön suunnitelma on valmiina kesäkuun alussa, jolloin aikaa jää kesä- ja heinäkuu työstää teoriapohjaa. Vuoden viimeisenä päivänä on sitten itse hyväntekeväisyystapahtuman järjestäminen.

Tärkeintä aikataulussa on saada suunnitelma niin toimivaksi, ettei sitä tarvitse enää kuin hioa talkoisiin osallistujien työtehtävien osalta. Tapahtuman järjestämiseen aion osallistua omalla vapaa-ajallani eli menen mukaan talkoisiin omin hartiavoimin. Syyskuun lopussa ohjaajat ja toimeksiantaja saavat lopullisen version opinnäytetyöstä. Tapahtumapäivä tarvitsee tarkan aikataulun (Pelin 2011, 108). Tarkemman aikataulun jätän myöhemmäksi toimeksiantajan kanssa suunniteltavaksi, koska se laajentaisi opinnäytetyötä liikaa, eikä nyt suunniteltu aikataulu olisi välttämättä enää todellinen tapahtuma-aikana.

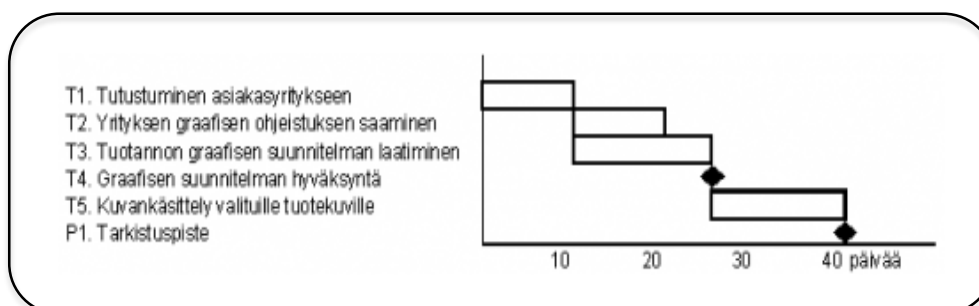
Opinnäytetyöhön laadittua aikataulupohjaa voi havainnoida taulukosta 1. Taulukosta voi lukea, että työ varsinaisesti alkoi toukokuussa suunnittelulla. Kesäkuu meni suunnitelman työstämiseen ja ideointiin. Kesä- ja heinäkuu olivat yhdessä myös teorian etsimistä ja kirjoittamista. Heinäkuun tavoitteena oli löytää

toimeksiantaja työlle. Elokuuhun oli varattu lisää kirjoittamisaikaa ja työn aikaraja alkoi hämöttämään. Elokuussa oikoluin, tapasin toimeksiantajan ja yhteistyökumppanin sekä korjailin työn kirjoitus- ja asiavirheiden. Syyskuussa virheet ja asiayhteydet tuli olla korjattuina, jotta valmiin työn pystyi esittelemään ohjaajille.

Taulukko 1. Työtehtävien aikataulu

Tehtävien aikataulu 2014 Hyväntekeväisyystapahtuma							
toukokuu	kesäkuu	heinäkuu	elokuu	syyskuu	lokakuu	marraskuu	joulukuu
Opinnäytetyön suunnittelu	2.6. Suunnitelman palautus	Toimeksiantajan etsiminen	Teorian kirjoitusta arkisin 8-16	Työn fiksaamista ja korjaukset Tapahtuman ohjaajan etsiminen	3.10. Tutkinnon haku Sponsorin etsiminen, maalin saapujille	Markkinointi	Markkinointi
	Teorian aloitus	Yhteistyökumppaneiden etsiminen	Tapaaminen toimeksiantajan kanssa	15.9. Valmis työ ohjaajille	Markkinointi		Veryttelyn testaus
	4.6. Suunnitelman esitys	Teorian kirjoitusta arkisin 8-16	25.8 Työ esitarkastukseen	22.9. Kypsyysnäyte		Tapaaminen toimeksiantajan kanssa	31.12. hyväntekeväisyystapahtuma

Aikataulun laadinta etenee vaiheittain ja kaikissa kolmessa työssä käytetyssä aikataulupohjassa on käytetty mukailen Pelin käyttämää ja 1900-luvun vaiheessa Ganttin kehittelemää janakaaviota. Lainasin janakaaviosta esimerkkikuvion Rouvisen esseestä; Hypermedian tuotantoprojektin aikataulun hallinta ja sen menetelmät, kuvio 7. Kuvio sisältää kuvitteellisia tapahtumia, kuten tutustumisen asiakasyritykseen aina viimeiseen tarkistuspisteeseen asti. Asioille on laskettu niihin kuluva aika ja ajat ovat sijoitettu janaan kiireys- ja tärkeysjärjestykseen aseteltuina.



Kuvio 7. Esimerkki Ganttin janakaavion käytöstä (Rouvinen 2008).

Työ alkaa tehtäväluettelon laadinnalla ja luettelo on helpoin laatia ylhäältä alaspäin. Seuraavaksi arvioidaan tehtävien työmäärien kestot. Tämä on se

kohta mikä kertoo, jos projektin aikataulu on liian tiukka tai epärealistinen. Kolmantena tehtävien suoritusjärjestäminen eli järjestetään työtehtävät ajallisesti toisiinsa. Selvittämällä, että onko mikään tehtävä riippuvainen toisesta tehtävästä. Jolloin kyseistä tehtävää ei voi suorittaa ennen edellisen loppumista. Samaan aikaan tehdään kohdat neljä ja viisi, joissa työt piirretään kaavioksi. Kaaviossa siis tulee ilmetä jokaiselle tehtävälle määritelty aikataulu ja vastuuhenkilö. Kohta kuusi määrittelee aikataulun ja resurssien hallinnan. (Pelín 2011, 123.)

Kaavioista voi huomata, jos työt jakautuvat epätasaisesti. Tällöin työtä voi olla liikaa yhdelle henkilölle. Yleensä aikataulu on tiukka, joten kannattaa resurssien takia miettiä uutta työnjakoa, että ei kuormiteta yhtä henkilöä liikaa. Kohta seitsemän on aikataulun hyväksyminen ja siihen sitoutuminen. Kahdeksas ja viimeinen kohta on tärkein, koska se sitoo kaikki henkilöt yhteen ja yhden kohdan myöhästyminen saattaa vaikeuttaa muiden työskentelyä. (Pelín 2011, 108–141.)

Mitä tarkempi aikataulu on ja mitä tarkemmin se on kerrottu tapahtumaan osallistuvalla henkilökunnalle, sen paremmin aikataulu pitää ja henkilökunta näyttää osaavalta ja ammattitaitoiselta. Paraskaan aikataulu ei todennäköisesti pidä paikkaansa, se kuitenkin antaa suunnan mihin ollaan menossa. Aikataulu päivittämällä tapahtuman edetessä, voidaan kuitenkin asioihin puuttua hyvissä ajoin, jotta projektin päätös ei viivästyisi. (Pelín 2011, 135–138.)

Seuraavaksi taulukko 2, jossa on rajattuna aikataulu joulukuulle, jolloin tapahtuma tullaan järjestämään. Taulukossa ei ole käytetty päivämääriä, vaan lueteloitu tehtävät, jotka tulee olla tehtynä joulukuun viimeiseen päivään mennessä. Taulukossa on lueteltu esimerkiksi ohjaajan varmistaminen, suunnitelman aikataulun sekä verryttelyn testaus. Verryttelyn ohjeistus löytyy tapahtumasuunnitelmasta liite 1. Viimeinen vastuu tehtävälisan toteutumisesta on projektipäälliköllä. Näin aikaisessa vaiheessa ei kuitenkaan työn jaottelua ole vielä tehty. Tämän vuoksi missään taulukossa ei ole määritelty henkilökoh- taista työnjakoa eikä kestoja.

Taulukko 2. Joulukuun aikataulu

Joulukuu	
	Ohjaajan varmistaminen
	Suunnitelman aikataulun tarkistus
	Veryttelyn toimivuus testaus
	Alueen varmistaminen
	Lupien varmistaminen
	Keräyslippaan varmistaminen -> nettilippaan määrästä voi tarkistaa noin osallistujamäärään

Taulukossa 3 on tarkennettuna aikataulu yhteen päivään, jotta virallinen pää-tapahtuma ei myöhästyisi verryttelyn vuoksi (Pelin 2011, 123). Aikataulutus alkaa tunti ennen virallista tapahtumaa, jotta kaikki voidaan vielä varmistaa ja mahdolliset virheet korjata, esimerkiksi alueen tarkastaminen. Taulukosta ilmenee tapahtuman kulku tapahtuman aikana, esimerkiksi ohjaajan esittely ja osallistujien huomion saaminen. Taulukkoon on lisätty myös tapahtuman jälkeiset työt, jotta toimeksiantaja saa mahdolliset mielipiteet tapahtumaan osallistuneilta. Kaikki nämä tulisi tarkistaa tapahtumaa edeltävänä päivänä, mutta myös ennen tapahtumaa. Taulukosta pitää kuitenkin muistaa, että se on vasta pohja, koska tapahtuman tarkkaa tehtäväjakoja ei tehdä vielä tähän työhön.

Taulukko 3. Tapahtumapäivän aikataulu

31.12.14	
1h ennen tapahtumaa	Alueen rajausta/ katsantaa, jotta minimoidaan onnettomuusriskit
1/2h ennen tapahtumaa	Ohjaaja paikalla/varaohjaaja Keräyslippas paikalle, jotta saadaan lisää osallistujia
10 min. ennen tapahtumaa	Aletaan kokoamaan osallistujia tapahtuma alueelle Kannustuspuhe/ kiitospuhe sponsoreille
2min. ennen tapahtumaa	Veryttelyn ohjaajan esittely
1min ennen tapahtumaa	Kaikkien huomio ohjaajaan
tapahtuman aikana	Ohjaaja aloittaa verryttelyn Veryttelyn kesto 10min. (huomaa pakkanen)
heti tapahtuman jälkeen	Osallistujat saavat lähteä juoksulenkeille Maalissa odottaa vielä pieni muisto osallistumisesta Mielipiteiden kyselyä osallistumisesta

5.3 Tiedotus Ja markkinointi

Yritykset, yhdistykset ja yksityiset ihmiset käyttävät mainontaa. Mainontaa käytetään luokitelluissa ilmoituksissa, tapahtumailmoitusten jakamisessa tai verkkokauppaa käyttäessään. (Mainonnan Neuvottelukunta 2014, 12.) Mainontaa näkeekin joka paikassa ja vain hyvin onnistunut mainonta jää mieleen. Mainokset, jotka jäävät elämään omaa elämäänsä, on jokaisen mainonnan tavoite.

Kutsu on tapahtuman esite, mikä tiedottaa, markkinoi ja luo asiakkaalle mielikuvan ja odotuksia tulevasta tapahtumasta. Tapahtumakutsun kriittisin hetki on, kun kutsu saavuttaa asiakkaan. Sen tulee erottua muista viesteistä ollakseen positiivinen, jotta asiakas saadaan osallistumaan tapahtumaan. Tapahtuma markkinointivälineenä on asiakkaalle paljon henkilökohtaisempi, kuin perinteinen markkinointi ja tämä tarkoittaa sitä, että tapahtumasta voi jäädä positiivinen, neutraali tai negatiivinen mielikuva. Vallon kirjoitus tukee terveellä maalaisjärjellä ajattelua, että tapahtumasta tulee ehdottomasti jäädä positiivinen kuva asiakkaalle. (Vallo 2009, 42, 13–14.)

Muhonen ja Heikkinen mainitsevat kirjassaan, että tapahtumamarkkinoinnille tulee tehdä SWOT- eli nelikenttäanalyysi. SWOT-analyysissä etsitään tapahtuman vahvuudet (Strengths), heikkoudet (Weakness), mahdollisuudet (Opportunities) ja uhat (Threats). SWOT:n tekemällä saadaan aikaan tehokas suunnitelma sekä pystytään luomaan tavoitteellinen ja tuloksellinen tapahtuma. (Muhonen–Heikkinen 2003, 45–47.)

SWOT-analyysin hyödyntäminen opinnäytetyössä tapahtuu arvioimalla tapahtumamarkkinointia neljästä eri suunnasta yrittämällä poistaa tai minimoida heikkoudet ja uhat hyvällä suunnittelulla. Kuvio 8 kuvailee mainitut asiat tiedotuksen ja markkinoinnin kohdalta. (Muhonen–Heikkinen 2003, 47.)

Kuvio 8. SWOT-analyysi markkinoinnista (mukaillen, Muhonen–Heikkinen 200, 47).

<p>Vahvuudet helppo muunnella ei välttämättä tarvitse suurta budjettia lahjoitetulle rahalla vastine osallistujilla mahdollisuus tutustua ihmisiin, jotka tarvitsevat tai ovat tarvinneet Helsingin Lastensairaala</p>	<p>Heikkoudet tapahtuman ajankohta keräyskohde ei ole enää ajankohdainen</p>
<p>Mahdollisuudet tapahtuma saa julkisuutta erottuva, muista tapahtumista jää mieleen</p>	<p>Uhat tapahtumakutsu epäonnistuu markkinointi ei tavoita yleisöä</p>

Tapahtuman järjestäminen auttaa osallistujia ymmärtämään lastensairaalan arvon. Hyväntekeväisyyskeräyksestä liikkuu paljon kuulopuheita ja tapahtuman järjestäminen sekä asiasta tietävät ihmiset tulevat olemaan paikalla selventämässä ennakkoluuloja. Kyseessä on siis periaatteessa tuotteen jalkautumista sinne missä asiakkaat ovat (Muhonen–Heikkinen 2003, 86).

Kyseistä tapahtumasta on jo itsessään markkinointisuunnitelma ja mainonta valmiina, niin sen vuoksi tapahtumakutsu (Liite 2) on vielä tiedoiltaan vajaa. Tiedotus ja markkinointi tapahtuvat pääsääntöisesti sosiaalisen median ja suullisen viestinnän voimin. Sosiaalinen media on nykypäivänä nopein tapa lähestyä ihmisiä. Mainonnan neuvottelukuntakin kertoo vuonna 2013 tehdyssä mediamainonnan selvityksessä, että sähköinen markkinointi on ollut lievässä nousussa vuonna 2013, vaikka muu mainonta onkin heikentynyt. Sähköinen markkinointi sai jo 41,7 % kokonaismarkkinoinnista ja siitä verkkomediamainonnan osuus oli 19,7 %. (Mainonnan Neuvottelukunta 2013,1.)

Sosiaalisessa mediassa ja varsinkin Facebookissa ja Twitterissä, ihmiset nykyään jakavat mainoksia ja uutisia, jotka koskettavat heidän elämäänsä. Tämän vuoksi ensimmäisenä markkinoinnin listalla on Facebook -tapahtumakutsun suunnittelu. Suunnitelman tapahtumakutsu tullaan liittämään yhteistyökumppanin kotisivulle ja Facebookiin. Kutsussa on lyhyt selvitys tapahtumankulusta sekä osallistujien huomioon otettavat seikat, kuten pukeutuminen sään mukaan.

Mikäli tapahtumanjärjestäjä lähtee mukaan markkinointiin taloudellisesti, niin markkinointia viedään myös turistien läheisyyteen eli paikallisiin hotelleihin.

Silloin hotelleihin viedään yksittäisiä mainoslehtisiä, jotta tapahtuma hieman isommaksi. Jos markkinointiin ei panosteta, mainontaa voi toimittaa suullisin viestein tai sähköpostin avulla Rovaniemen keskustan hotelleihin, jotta hotellien henkilökunta jakaisi tietoa hotellivieraille.

5.4 Sisäinen ja ulkoinen viestintä

Viestinässä alkuun tulee löytää vastaukset seuraaviin kysymyksiin: Kuka viestii? Kenelle viestitään? Mitä viestitään? Mitä kanavaa pitkin viestitään? Tapahtuman viestinnässä päävastuu on projektipäälliköllä, mutta projektipäällikön apuna voi olla muitakin henkilöitä, jotka hallitsevat viestinnän eri keinot. Sisäiseen ja ulkoiseen viestintään on yleensä helpompi valita eri henkilöt, jotta viestintä olisi mahdollisimman huolella suunniteltuna. Viestien tulee olla selkeitä ja niiden pitää sisältää kaikki oleellinen tieto. Viestinnän kanavan voi valita itse, mutta sen tulee olla toimiva kohderyhmälleen. (Liskola-Kesonen 2004, 63–64.)

Sisäinen viestintä kertoo talkoolaisille, järjestelyorganisaatiolaisille ja tärkeimmille yhteistyökumppaneille tulevat tiedot. Näin he pysyvät ajan tasalla sekä samalla sitoutuvat paremmin tapahtumaan. Sisäisen viestinnän tulee olla nopeampaa ja sen tulee saavuttaa viestinnässä ensimmäisenä. (Liskola-Kesonen 2004, 63.)

Työssä panostetaan sisäiseen viestintään, jotta tapahtuman sisällä työskentelevät henkilöt sekä yhteistyökumppani olisivat perillä suunnitelmasta, sen toteutuksesta ja aikataulusta. Koulutussuunnitelman ideana on, että työntekijät innostuisivat tapahtuman järjestämisestä ja näin olisivat tapahtumassa mukana samalla innolla alusta loppuun saakka. Sisäinen viestintä on osa koulutussuunnitelmaa, jossa kerrotaan kaikki tärkeät asiat lyhyesti, mutta riittävän kattavasti.

Koulutussuunnitelma löytyy liitteenä 3. Koulutussuunnitelma kertoo tapahtuman tavoitteet ja keinot päästä tavoitteeseen ottaen huomioon yleisötapahtuman turvallisuuden ja sen hallinnan. Koulutussuunnitelma sisältää tapahtuman nimen, luonteen, järjestäjän, tiedotteen ja ohjeet osallistujille, johtamisen, työnjaon, suorituspaikan ja reitin, opasteet, ohjelman sisällön, tarvittavat välineet, ensiapuvalmiuden sekä riskianalyysin ja toimintaohjeet riskien torjumiseen sekä projektin päättämisen. Kuvion 9 tarkoitus on selventää koulutussuunnitelmaan tulevia tietoja.



Kuvio 9. Koulutussuunnitelmaan tarvittavat tiedot (Etelä-Pohjanmaan liitto 2014, 11).

Ulkoisen viestintä on tarkoitettu pääsääntöisesti taas kohderyhmille eli osallistujille, yleisölle, tiedotusvälineille sekä lopuille yhteistyökumppaneille (Liskola-Kesonen 2004, 63). Tapahtumaa markkinoidaan paikalliselle ilmaisjakelulehdelle ja tavoitteena onkin, että lehti tekisi artikkelin tapahtumasta. Lehdistötiedote on liitteenä 4. Muu ulkoisen viestintä tapahtuu yhteistyökumppanin ja sosiaalisen median kautta sekä niin sanottuna hiljaisena tietona suusta suuhun tietona. Ulkoisen sekä sisäisen viestinnän pohjatarkoituksena on herättää kohderyhmän kiinnostus kyseistä asiaa kohtaa (Harju 2003, 54).

Ulkoisessa viestinnässä otetaan huomioon markkinointi paikalliseen lehteen. Lehdistötiedotteella yritämme ylittää uutiskynnyksen ja saada ilmaisen markkinoinnin lehtijutulla. Lehdistötiedotteen sisältö on hyvin pitkälti ennalta määriteltä, mutta silti tiedotteen pitää olla kiinnostava, jotta median kiinnostuu tiedotteesta. Tiedotteen yleisohje on, että tiedotteessa kerrotaan mitä tapahtuu, miten ja missä tapahtuu sekä yhteishenkilön yhteystiedot mahdollisia lisätietoja antoa varten. (Jyväskylän yliopisto 2014b.)

6. TURVALLISUUS

6.1 Luvat

Tilaisuutta suunniteltaessa on hyvä neuvotella viranomaisten kanssa tulevasta, koska laissa on säännöksiä ja määräyksiä (Poliisi 2014b). Neuvottelemalla etukäteen ei tule yllätyksiä ja riskikartoitus pienenee, kun kaikki paperityöt ovat kunnossa. On mahdollista, että suunnitelmassa on tehty virhe ja siinä ei olekaan otettu huomioon tapahtumapaikan reunalla olevaa suhteellisen vilkasta tietä. Poliisi voi ehdottaa tällöin parempaa sijaintia tapahtumalle tai pientä korvausta vastaan sulkea tienpätkän väliaikaisesti. (Kulttuurin kehittämiskeskus – Etelä-Pohjanmaan liitto. 2008, 12.)

Koko kansan hyväntekeväisyysjuoksu on varainkeruuta, siksi on yksinkertaista aloittaa helpoimmalla lailla eli rahankeräyslaki (Rahankeräyslaki 31.3.2006/255). Suomen lain mukaan rahankeräys on toiminta, jossa yleisöltä kerätään rahaa vastiketta vastaan. Rahankeruuta saa kerätä vain viranomaisen antamaa rahankeräyslupaa vastaan. Rahankeräyslupa tulee hakea kirjallisena ja sen saanut on myös tilivelvollinen viranomaisille. Hakulomakkeet löytyvät poliisin internetsivuilta, lomakekohdasta. Tilitys tapahtumasta on toimitettava kuukauden kuluessa luvan päättymispäivästä. (Poliisi 2014b.) Uusi Lastensairaala 2017 -säätio on jo huolehtinut keräyslupasta, jota käyttämällä saa kerätä varoja säätion puolesta.

Tapahtuma on aina yleisötilaisuus ja näin poliisin on hyvä olla tietoinen tapahtumasta (Kokoontumislaki 22.4.1999/530). Suuren yleisötilaisuuden järjestämisestä on aina tehtävä kirjallinen ilmoitus poliisille, viisi arkipäivää ennen tilaisuutta pois lukien vähäiset osallistujamäärät tai tilaisuuden luonne, jos se ei edellytä järjestys- tai turvallisuustoimia, eikä aiheuta haittaa sivullisille tai ympäristölle. Tässä tulee muistaa, että yleisötilaisuuden ilmoituksen lupakäsittely on maksullinen ja vuonna 2014 se maksaa 25 € tai, jos tilaisuuden järjestämisestä koskevaan päätökseen kuluu enemmän kuin kaksi tuntia niin silloin peritään 55 € + 64 €/ tunti, kuitenkin korkeintaan 640 €. (Poliisi 2014c.) Hyväntekeväisyystapahtumaa suunnitellessa, on hyvä tiedottaa hyvissä ajoin poliisia ja viranomaisia tulevasta tapahtumasta, vaikka tapahtuma ei lopulta tarvitsikaan virallista ilmoitusta viranomaisille.

6.2 Lait

Turvallisuudesta vastaa tapahtuma-aikana tilaisuuden järjestäjä. Kokoontumislaki sekä laki järjestyksenvalvojista säätelevät yleisötapahtuman turvallisuusasioita (Kokoontumislaki 22.4.1999/530). Pelastuslaki taas määrää ennaltaehkäisemään vaaratilanteita ja varautumaan niihin (Tapahtumajärjestäjän opas 2008, 15–16). Pelastuslain pykälä 16 kertoo yleisötilaisuuden pelastussuunnitelmasta. Tilaisuuden järjestäjän tulee laatia pelastussuunnitelma, jos tapahtumaan osallistuvien ihmisten määrä on suuri tai tapahtumaan liittyy merkittävä henkilö- tai paloriski. Suunnitelmassa tulee ilmetä tilaisuuden arvioidut vaarat ja riskit. Yleistilaisuuden pelastussuunnitelma tulee toimittaa pelastusviranomaisille viimeistään 14 vuorokautta ennen tilaisuutta. (Pelastuslaki 29.4.2011/379.)

Tähän työhön ei tehdä pelastussuunnitelmaa, koska tapahtuma ei ole niin iso, että se sitä vaatisi. Tapahtuman tulisi olla suurikokoinen tapahtuma, esimerkiksi Rovaniemellä järjestettävä Simerock, että suunnitelma tulisi laatia. Ilmoitus pelastusviranomaiselle suunnitellusta tapahtumasta kuitenkin kannattaa tehdä, oli tapahtuma sitten kuinka pieni tahansa. Ilmoituslomake löytyy poliisin nettisivuilta, kohdasta lomakkeet. (Poliisi 2014a.) Koko kansan hyväntekeväisyysjuoksussa otetaan huomioon turvallisuus vapaaehtoisten työntekijöiden perehdytyksessä eli sisäisessä viestinnässä.

6.3 Riskienhallinta

Työhön kuuluu kaksi erillistä riskien hallintaa, tapaturmien ehkäiseminen sekä tapahtuma idean myyminen toimeksiantajalle eli projektin ylläpito. Ensimmäisenä riskienhallintana käsitellään kuitenkin tapaturmat. Melkein kaikkeen tekemiseen, liittyy riski. Riskit on hyvä tunnistaa, jotta niitä voi hallita ja se ei hallitse tekemistä, esimerkiksi yhteistyökumppanin kerhotoiminta, jossa juoksu-harrastus on yhdistävä tekijä. Juostessa saattaa sattua tapaturmainen kompastuminen ja siitä sitten seurauksena nilkan nyrjähdys. Tapahtuman järjestäminen ei paljoa eroa harrastusten riskeistä, ne vain pitää osata havaita ja ennakoida ajoissa. Sen lisäksi on hyvä miettiä, että mitä tehdä, jos sattuu jotakin. Näitä riskejä suunnitteleamalla ja kirjaamalla ylös syntyy riskienhallinta.

Tapahtuman järjestäminen on todella hyvä väline luoda yritykselle niin sanotusti kasvot. Suurin riski tapahtumassa on asiakkaan tyytyväisyys. Tapahtuman yksi haasteellisimmista riskeistä onkin luoda ainutlaatuinen mielikuva yrityksestä asiakkaalle. Kuinka siis järjestää mieleenpainuva tapahtuma, jossa asiakas ei tule pettymään ja kokee näin tapahtuman olleen osallistumisen arvoinen. (Vallo 2009, 18–19.)

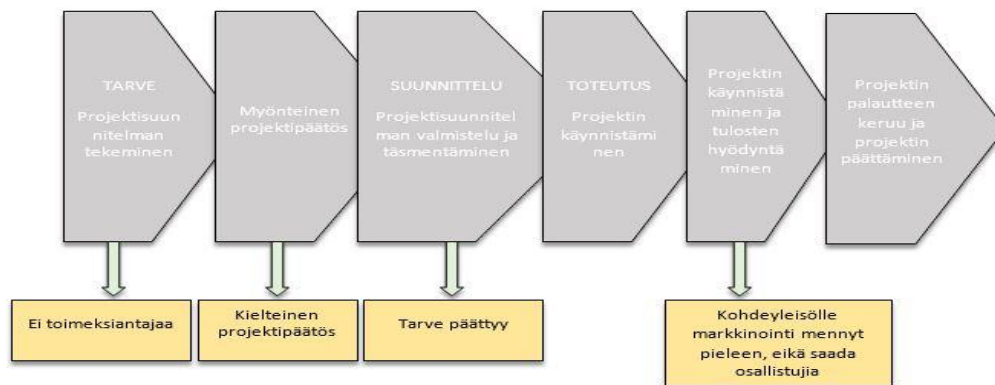
Riskit on helpompi tiedostaa etukäteen, jotta tapahtumanjärjestäjät osaavat toimia vastuullisesti ja oikein riskitilanteessa. Riskejä löytyy useita ja helppoiten ne pystytään käsittelemään taulukkona. Taulukko 4. kertoo tapahtumajärjestämisen riskeistä ja niiden hallinnasta. Taulukkopohja on laadittu kuvasta vuokravälitysfirma Saton kirjoittamasta vuosikatsauksesta, Keskeiset tunnistetut riskit ja niiden hallinta (Sato 2013).

Taulukko 4. Riskit ja niiden hallinta (mukaillen Sato 2013).

RISKIT	RISKIEN HALLINTA
Tapahtuma ei toteudu	Markkinointi kuntoon ja laajemman asiakaskunnan haku Ennakoilmoittautuminen yhteyshenkilölle
Tapahtuma toteutuu, mutta ei osallistujia	Ennakoilmoittautuminen yhteyshenkilölle
Tapahtumaan osallistuu ennalta arvaamaton määrä ihmisiä	Ennakoilmoittautuminen yhteyshenkilölle varautuminen n.10% ylimääräiseen osallistujamäärään
Ei sponsoreita	Onko tiedote antanut väärän mielikuvan sponsorille vai onko kysely ollut tarpeeksi tehokasta?
Vapaaehtoistyövoimaa on liian vähän	Osallistujien noin määrä tulisi tietää ennakkoon ja sen mukaan määrätä työpisteet, jotta ei tule työvoima vajetta
Aikataulujen viivästyminen	Aikataulu on hyvä suunnitella ennakkoon ja hyvä perehdytys henkilökunnalle
Asiakkaiden tyytymättömyys	Ihmisten kuunteleminen ja negatiivisen palautteen vastaanotto niin, että siitä otetaan oppia
Sää	Osallistujille maininta sääolosuhteisiin varautumisesta, mahdollinen tapahtuman siirtäminen
Tapaturmat: rakot, haavat, nyrjäytykset, murtumat	Ensiapulaukku/piste
Asiakkaista huolehtiminen	Numerolaput jokaiselle ennen tapahtumaa ja numerolapun pois keräys tapahtuman jälkeen

Taulukosta riskit löytyvät punaiselta pohjalta. Riskeiksi voisinkin luetella tapahtumaan kohdistuvat paineet. Riskien hallintaan voidaan yleisesti vastata ennakkoinnilla ja työntekijöiden perehdytyksellä. Vihreällä pohjalla on lueteltu riskienhallintaehdotus. Taulukko 4 on liitetty myös osaksi työntekijöiden koulutussuunnitelmaan. Esimerkiksi juoksutapahtumassa iso riski on, että juoksija saa sairaskohtauksen juoksumatkalla. Tämä riski on ennakoitu sillä, että jokaiselle osallistujalle jaetaan numerolappu merkiksi osallistumisesta ja poistumisesta tapahtumasta ja näin järjestäjä pysyy osallistujien määrästä tietoisena. (Arctic Marathon Club 2012.)

Toinen riskien hallinta, liittyy tapahtumasuunnittelun myymiseen toimeksiantajalle ja asiakkaille. Projekti on siitä erilainen muihin järjestelyihin verrattuna, että se voi loppua milloin vain. Ensimmäinen projektin vaihe on tarve. Tarpeeksi voidaan todeta, että yritys tarvitsee koulutusilaisuuden työntekijöille tai markkinointisuunnitelman uusimisen. Toinen vaihe on suunnitteluvaihe ja tässä kohdassa määritteet kirjoitetaan ylös tarkasti. Toteutus on kolmas ja viimeinen vaihe, jolloin projekti herätetään henkiin ja suunnitelman tavoite toivotavasti saavutetaan. Toteutuksessa on hyvä myös kerätä palautetta projektiin osallistuneilta työntekijöiltä sekä asiakkailta. Jokaisen vaiheen välissä on hetki, jolloin projekti saatetaan lopettaa. Syy voi olla esimerkiksi taloudellisesti kannattamaton tai tilaisuudelle ei ole enää tarvetta. Kuvio 10 on tehty Pelinin kirjoitusten pohjalta. (Pelin 2011, 57.)



Kuvio 10. Projektin vaiheet ja riskikohdat (Pelin 2011, 57).

7. TALOUSELÄMÄ

7.1 Talousarvion laatiminen

Talousarviota laatiessa tulee muistaa, että työ toteutetaan talkoovoimin, joten työstä ei makseta palkkaa eikä mahdollisia matkustuskustannuksiakaan voi ottaa huomioon, myös toimeksiantaja työskentelee talkoovoimin. Toimeksiantajalle tulee kyllä varmasti pieniä kustannuslaskemia talkootyön lisäksi, mutta suunnitelman päätavoite on, että tapahtuma järjestetään yhteistyökumppanien ja sponsorien tuella.

Taulukko 5. Tavoiteltu osallistuja- sekä lahjoitussumman määrä

Tavoitesumma	2 000,00 €
minimi osallistumismaksu	5,00 €
Tarvittava osallistujamäärä	400
Edellisten vuosien osallistujat	200
Tavoite saada uusia osallistujia	200

Kuten taulukko 5 kertoo, keräyksen tavoitesummaksi on asetettu 2000 €, koska se on tapahtumaa järjestettäessä realistinen tavoite, varsinkin, jos lasketaan, että jokainen osallistuja lahjoittaa minimisumman 5 €. Tämä tarkoittaa, että minimi osallistujamäärä mitä tavoittelemme, on nopeasti laskettuna tavoitesumma jaettuna yksittäisellä lahjoitussummalla eli $2000/5 = 400$ osallistujaa.

Kuitenkin nykyhetken osallistujamäärä on ollut noin 200 henkilöä, jolloin lahjoitussumma jäisi tavoitteen alle ilman uusia osallistujia. Tämän vuoksi lahjoitussumman ylärajaa ei ole mainittu ja osallistumismaksu on mainittu minimisummana. Sosiaalisen median ja turistien kautta on tarkoitus saada tapahtumaan lisää osallistujia. Näin voidaan käyttää keskihajontalaskentaa, että osallistujamäärä tavoite jää, mutta osa osallistujista saattaa osallistua suuremmalla summalla tapahtumaan.

7.2 Yhteistyökumppanit ja sponsorointi

Yhteistyökumppaneiden kartoitus on suotavaa aloittaa hyvissä ajoin, jopa heti, kun tapahtumasta tiedetään aika, paikka ja tapahtuman luonne. Näin yhteistyökumppanin kanssa ehtii rauhassa neuvotella sopimuksen yksityiskohdista.

Yhteistyökumppania suunniteltaessa kannattaa miettiä ketä kysyy, koska yhteistyötä on helpompi tehdä, kun yhteistyökumppanilla on samankaltaiset arvot tai tapahtuma ja yhteistyökumppani tukevat toisiaan. (Kulttuurin kehittämiskeskus – Etelä-Pohjanmaan liitto. 2008, 9.)

Yhteistyökumppaneiden saanti on ehkä hankalampaa kesällä, jolloin työstin opinnäytetyötä, koska silloin suurin osa vastuuhenkilöistä on kesälomalla eikä ole ketään tekemässä päätöksiä. Käytimme toimeksiantajan kanssa yhteyksiämme urheilumaailmaan ja yhdessä kyselimme kiinnostuneita seuroja tulemaan meidän tueksemme.

Yhteistyökumppaniksi löysimme Rovaniemellä toimivan pitkänmatkanjuoksun erikoisseuran Arctic Marathon Club:n eli AMC. AMC on perustettu vuonna 1993 Rovaniemellä ja seuralla noin 100 jäsentä. Seuran motto on, juosta maratonmatkoja iloisin ilmein sekä Suomessa että ulkomailla. Seura on jäsenenä Suomen veteraaniliitossa. AMC on jo muutaman vuoden järjestänyt Uudenvuodenaattona juoksutapahtuman kohdistamalla saadun tuoton hyväntekeväisyyteen ja he ovat kiinnostuneita yhteistyökumppaneista. Seura tunnetaan parhaiten jokakesäisestä Rovaniemen maraton kisasta, Rovaniemi Marathon. Kuluvana kesänä maraton järjestettiin 28.6.2014 ja osallistujat pystyivät osallistumaan kisassa mini-, puoli- tai kokopitkään maratoniin. (Arctic Marathon Club 2012.)

Talvisin seuralla ollut hyväntekeväisyystempaus, jossa tarkoituksena on ollut juosta uuttavuotta vastaan vuoden viimeisenä päivänä. Samalla voi karistaa kaiken menneen vuoden asiat hartioilta pois. Juoksumatkoja on ollut kaksi, toinen parin kilometrin mittainen, mikä soveltuu lastenrattailla ja koirien kanssa ulkoileville ja sitten haastavampi yhdeksän kilometrin matka, jossa saa jo hiukan juostakin. Matkat ovat tarkoituksella lyhyet, jotta matkalle osallistuminen ei olisi este. Matkan suorittamistapakaan ei ole rajoitettu. Matkan pystyy taittamaan juosten kävellen tai potkukelkalla. (Arctic Marathon Club 2014.)

Sponsorointi tarkoittaa liikeyhteyttä, jossa tapahtumaa tai toimintaa tuetaan sopimuksen mukaan rahallisesti tai tavaroilla. Sponsorointi on aina vastikkeellista eli se tarkoittaa, että sponsoroiva osapuoli haluaa tulla konkreettisesti jottenkin nähdyksi, kuulluksi tai hyödynnetyksi tapahtumassa. (Harju 2003, 55.) Sponsoria etsiessä on hyvä ottaa huomioon, että sponsoroinnin kohdetta yritys

voi käyttää imagon rakentajana, koska sponsorointi ei ole hyväntekeväisyyttä vaan liiketoimintaa (Muhonen – Heikkilä 2003, 69,93). Suomessa sponsorointi kattaa 5,0 %, mutta kaikkea tapahtumamarkkinointiin käytettäviä varoja ei ole tilastoitu vertailukelpoisesti (Sponsorointi & Tapahtumamarkkinointi ry 2014).

Suosituimmat sponsorointikohteet Suomessa ovat urheilu, kulttuuri sekä yhteiskunnalliset ja sosiaaliset kohteet. Näkyvyys on tärkeää sponsoroijalle, mutta sen tulee olla positiivista näkyvyyttä. (Harju 2003, 55.) Sponsorointi on parhaimmillaan ymmärrettyä ja toimivaa yhteispeliä sponsorin ja sponsoroinnin kohteen kesken (Huippu-urheilija 2014).

Hyväntekeväisyystapahtumaan sponsorointi sopii, koska jokainen hyväntekeväisyyteen osallistunut henkilö palkittaisiin pienellä vastikkeella. Esimerkiksi sponsori voisi lahjoittaa ruusun tai kahvit osallistujille tilaisuuden lopussa. Tapahtumaan osallistuneita muistamalla, hoitaisimme myös jälkityön. Vaikka osallistujat saavat vastineen jo osallistumalla hyväntekeväisyystapahtumaan, kuitenkin olisi hienoa, että he saavat vielä palvelun lisäksi jotain pienimuotoista ja symbolista sponsoreiden avustuksella. Sponsoreiksi haemme paikallisia yrittäjiä.

8. TOTEUTUS

8.1 Koko kansan juoksutapahtuma

Projektin ja tapahtuman toteutus on suuri haaste ja se onnistuu vain, jos toteuttaja uskoo itseensä. Toteuttajan tulee olla sellainen henkilö joka kykenee vastaanottamaan haasteita ja asennoitumaan pitkäjänteisesti tekemäänsä työtä kohtaan. Esimerkki hyvin toteutuneesta projektista löytyy Pelinin kirjasta, jossa hän kirjoitti Helsingin jalkapallostadionin rakentamisen toteutumisesta. Projektin sivuuttaa opinnäytetyön aihetta urheilutapahtumajärjestämisen kautta. Projektin budjetti oli 110 miljoonaa markkaa, josta Helsinki ja Suomen valtio maksoivat yhteensä 50 miljoonaa markkaa. Loput varat projektipäällikkö keräsi yksityisiltä. Projektin päätyttyä, projektin loppusummaksi oli tullut 110 miljoonaa ja 960 000 markkaa, joten budjetti oli hienosti pysynyt kasassa, vaikka hankkeen aikana rakentamiskustannukset Helsingissä nousivatkin 10 prosenttia. (Pelin 2011, 30.)

Projekti toteutetaan keskitalvella ja toteutuksesta ei ehditä saamaan dokumenttia tähän opinnäytetyöhön, mutta työhön on liitetty kaikki mitä on saatu tähän mennessä jo valmiiksi. Projekti on siis enää toteuttamista vaille valmis. Tapahtuman toteutus kertoo vasta, mitä saimme tapahtumalla aikaiseksi ja onko suunnitelma ollut valmis ja toteutuskelpoinen vai tarvitseeko se tulevaisuutta ajatellen muutoksia. Jokainen tapahtuman järjestämiseen osallistuva toivoo, että tapahtuma tulee onnistumaan ja saa kiitosta osallistujilta, koska tapahtumaa on jo järjestetty ennenkin. Edellisvuosiin verrattuna toteutettu juoksutapahtuma on nyt saanut tapahtumasuunnitelman sekä yhteistyökumppanin ja voi näin kasvaa askel askeleelta isommaksi tapahtumaksi.

8.2 Juoksutapahtuman päättäminen

Projekti päättyy, kun tapahtuma on ohi ja työstä on kerätty osallistujilta palaute tapahtuman onnistuneisuudesta sekä analysoitua kerätyt tiedot. Projekti siis päättyy ennalta asetetulle aikarajalle ja lopun tulee olla selkeä (Pelin 2011, 345). Tapahtuman työntekijät vastaanottavat hiljaista tietoa palautteen keruun lisäksi ja tarkkailevat osallistujien reaktioita tapahtuman alusta loppuun. Tällä tavalla saadaan suoraa tietoa tapahtumajärjestämisestä paremmin kuin, että tekisi kyselyn, johon yrittäisi saada mahdollisimman paljon vastauksia. Kyselyn tekeminen on muutenkin haastavaa, koska yleensä tapahtumaan osallistuvat ihmiset eivät yleensä anna yhteystietojaan, ellei siitä ole heille hyötyä, esimerkiksi arvonnassa. Projektin päättämiseen voi liittyä myös se, että valmis suunnitelma siirtyy käyttäjälle, esimerkiksi toimeksiantajalle (Pelin 2011, 346).

Päättämiseen kuuluu kaikkien työhön osallistujien kiittäminen sekä projektin dokumentointi (Liskola-Kesonen 2004, 12). Suunnitelma on suurin osa dokumentointia ja tämän opinnäytetyön avulla se on nyt valmiiksi olemassa. Valokuvaaminen tapahtuman aikana sekä palautteen kerääminen tapahtumaan osallistuneilta ja työntekijöiltä on tärkeää tiedonkeruun kannalta, koska se saattaa opettaa ja helpottaa seuraavaa tapahtumasuunnittelua.

Arviointikohteita tapahtumassa ovat tiedotus, budjetti, ohjelma, palvelu ja tekniikka (Harju 2003, 27). Lopuksi työ ja kaikki dokumentit on hyvä arkistoida, koska tapahtuman toistamiseen on pohja jo valmiina, eikä sitä tarvitse luoda uudestaan. Valokuvien ja palautteiden jakaminen yhteistyökumppaneille ja tapahtumaan osallistuneille kertovat tuloksista mitä tapahtumalla saavutettiin

sekä on samalla heille kiitosta yhteistyöstä. Yhteistyökumppanin muistaminen tulee kuitenkin tapahtua mahdollisimman pian tapahtuman päättämisen jälkeen. (Liskola-Kesonen 2004, 12.)

Yhteistyökumppaneiden ja sponsoreiden kiittämisen lisäksi on kansainvälinen tapa myös kiittää osallistujia (Harju 2003, 115). Opinnäytetyön tapahtumaan osallistuneita on hyvä kiittää toimeksiantajan ja yhteistyökumppani kotisivulla. Kiitosten lisäksi olisi hyvä lisätä tapahtumakuvia Arctic Marathon Clubin kotisivulle ja muutaman kuvan Facebookiin, jotka otetaan tapahtuman aikana ja niissä osallistujilla ja järjestäjillä näkyy hyvä mieli. Kuvien esittämiseen on kuitenkin pyydettävä lupa, koskien yksityisyysuojaa.

8.3 Opinnäytetyön arviointi

Hyväntekeväisyyskeräyksen tutkiminen on ollut opettavaista ja antanut paljon pohdittavaa nykymaailmasta. On hienoa, että Suomen kansalaiset auttavat eri tahoja voittamaan nälän, pelastamaan uhanalaisia eläimiä tai rakentamaan uuden sairaalan. Uusi Lastensairaala 2017 -säätiökin päätettiin perustaa sen vuoksi, kun valtio ei pitänyt kiirettä uuden sairaalan kanssa. Lopulta keräystavoite saavutettiin ja poliitikot saapuivat tiedotusvälineisiin kehumaan, kuinka hieno tämä keräys on ollut. Mielestäni sairaalan rakentamiseen ei olisi alun perinkään pitänyt kerätä varoja yksityishenkilöiltä, vaan varat olisi pitänyt ottaa verovaroista. Poliitikkojen tulisi mielestäni olla varovaisia puheissaan, jotta eivät mainitsisi keräyksen olleen mahdollista heidän päätöksien kautta. Hyvä puoli keräyksessä on ollut kuitenkin se, että keräys sai kansalaiset hereille hyväntekeväisyyden puolesta. Toivottavasti tämä herännyt auttamisen halu ei vaivu uneen ja Suomalaiset lahjoittavat edelleen yhtä innokkaasti parantaakseen maailman epäkohtia.

Tapahtumajärjestäminen on ollut aina kiinnostava aihe ja tämän vuoksi se tuliikin lopulta ihan luonnostaan lopputyön aiheeksi. Olen ollut mukana useilla messuilla yritysten edustajana ja entinen kilpaurheiluseurani tapasi järjestää vapaa-ajanharrastusmessuja ja kilpatapahtumia jopa SM-tasoisia. Messuilla olin aktiivisesti rakentamassa messualuetta. [Tein töitä messuilla markkinoiden urheiluharrastustani, siivoilin, myin arpoja. Messujen päätyttyä osallistuin loppusiivoukseen. Kaikki messujen tehtävät oli tarkasti aikataulutettu. Tämä kaikki tehtiin talkootöinä ja niihin osallistuin jo pienenä, ala-aste ikäisenä.](#)

Osa-alueet yhdistämällä kehitin tämän opinnäytetyön. Toivon, että työ inspiroi muitakin uudistamaan tai lisäämään tapahtumapalveluja. Vielä yksi kysymys, jonka taustatietoja en ole selvittänyt, mutta on hyvin mielenkiintoinen kysymys: Moniko tapahtuma kamppailee muiden samankaltaisten tapahtumien kanssa keskenään asiakkaista sen sijaan, että se voisi kehittää omaa markkinatilaansa aivan uudeksi ja saada aikaan uutta?

Työn innoittajana toimi aineisto, mitä kokosin suunnitelmaan yhteen. Aineisto oli olemassa olevaa tietoa ja taitoa. Esimerkkinä ja innoittajana toimi kirja Sinisen meren strategia, ja tarkemmin kirjan esimerkki menestystarina, Chryslerin tila-autojen lanseeraaminen markkinoille. Tarina kertoo, että vuonna 1984 Chrysler oli konkurssin partaalla, mutta yritys päättikin vielä kokeilla ja yhdisti henkilöauton ja pakettiauton hyvät ominaisuudet yhteen ja näin loi markkinoille uuden ajoneuvon, tila-auton. Kolmessa vuodessa yritys sai pelkästään tila-autoista 1,5 miljardin dollarin voiton. (Chan Kim–Mauborgne 2007, 228–230.)

Kertomuksesta saa mielikuvan, että yritys päätti heittää pöydälle tarvikkeet mitä heillä oli jo olemassa ja yhdisti palat hienosti yhteen samalla luoden markkinamenestyksen. Jos he olisivat keksineet jotain täysin uutta, ei menestystarinaa välttämättä olisi syntynyt. Opinnäytetyöpohja lähti tuolla samalla ajatuksella, että lyön pöytään kaiken mitä on olemassa, ja yhdistän ne toimivaksi kokonaisuudeksi. Lopputuloksesta olen ylpeä, ja voin tämän työn esittää teatterisanoin kenraaliharjoituksena eli tämä on viimeinen harjoitus ennen työelämään siirtymistä. Silti tämä on kaikkein tärkein ja totuudenmukaisin harjoitus, mikä vastaa työelämän haasteita

Työn haasteellisin kohta oli toimeksiantajan etsiminen, mutta lopulta sain toimeksiannon pieneltä, mutta todella hyvältä yhdistykseltä. Opinnäytetyön tekeminen olisi varmasti helpompaa, jos olisin valmiiksi työelämässä, jossa työnantaja olisi kiinnostunut tapahtumien järjestämisistä. Tässä yhteydessä kiitän toimeksiantajaa! Hän otti heti avosylin ja innostuneesti vastaan esittämäni idean opinnäytetyöstäni. Sain mahdollisuuden suunnitella työtäni rauhassa. Toimeksiantajaltani sain aikaa ja myös tarvittavan tuen työhöni.

Yleisesti tapahtumajärjestämisestä luvussa viittasin Donald Getzin kirjaan, jossa hän puhui tapahtumien jaottelusta vain kahteen osaan (Getz 2012, 18).

Itse törmäsin monessa lähteessä tapahtumajaoitteluun ja yleensä lista oli puolen sivun mittainen, esimerkiksi kirja Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus, tekijöinä Kauhanen ym. 2002. Getzin ajatuksessa kuitenkin on järkeä, koska miksi asiat jaotellaan liian pieniksi määritelmiksi?

Olen tässä opintoja suorittaessa huomannut, että valitsemani ala antaa mahdollisuuden hakea töitä monelta eri osa-alueelta. Kouluun hakiessa halusin kousemännäksi, mikä on myös tavallaan tapahtumajärjestämistä. Eikä se idea ole vielä kokonaan haudattu, mutta nyt, kun opinnot ovat loppusuoralla, olen huomannut olevani kiinnostunut tapahtumien lisäksi työn koordinoinnista ja ohjaamisesta. Toisaalta haluan työskennellä vapain käsin, mutta silti linjan mukaisesti ja sen vuoksi projektityöskentely ja tapahtumat ovat minusta juuri oikeanlaista tekemistä.

Opin valtavasti työskentelyn aikana. Tiesin alun pitäen, että tapahtumajärjestäminen on suuritöinen projekti, mutta se kuinka suuritöinen se onkaan, pääsi yllättämään. Muhonen ja Heikkinen sanoivatkin osuvasti kirjassaan, että tapahtumamarkkinoinnin ammattilaiseksi ei voi alkaa pelkästään sillä perusteella, että on järjestänyt muutaman safari- tai seinäkiipeilytapahtuman. (Muhonen–Heikkinen 2003, 53.) Työn edetessä tuo sama lause on pyörinyt mielessäni ja olen huomannut sen pätevän aika moneen muuhunkin kohtaan kuin pelkästään markkinointiin.

Lisäksi minun ei tarvitse jäädä kiinni yhteen ainoaan ajatukseen työnteosta, esimerkiksi hotelli- ja ravintola-alalle, vaan voisin työskennellä myös esimerkiksi politiikan ja lain, taloustieteen, ympäristön tai kulttuurin parissa. Tapahtumia ja kokouksia järjestetään alalla kuin alalla. Hyvänä esimerkkinä kertomas-tani voin mainita seuratoiminnat tai säätiöt harrastuksien puolelta. Seuratoiminnassa yleensä järjestetään varainkeruutapahtumia ja näkisin siinä myös omat tulevaisuuden kiinnostuksen kohteeni. Tämä opinnäytetyökin käsittelee juuri sitä mitä tulen tekemään tulevaisuudessa.

Kirjallinen osuus työnteossa oli helppoa ja sujuvaa, vaikka lähdetietoa löytyy tapahtumanjärjestämisestä paljon. Tämän vuoksi luin alkuun samantyyllisiä opinnäytetöitä, jotta sain linjauksen omalle työlleni. Vertailin opinnäytetöitä keskenään ja tutkimalla heidän lähdetietoja sain rajattua omat lähteet mieluisiksi. En kuitenkaan käyttänyt opinnäytetöitä lähteenä työssä, koska halusin

ottaa niistä vain alkuperäiset lähdemahdollisuudet, jotta suunnitelmasta tulisi oma ja asiatieto ei olisi toisarvoista lähdetietoutta, koska tällöin lähdekritisointi olisi ollut vaikeampaa.

Kirjatietoa löytyi suhteellisen paljon ja tiedonsaanti tuli loppu vaiheessa tylsäksi ja siitä arvelin, että enempää kirjallisuutta samasta aiheesta ei enää kannattanut lukea, koska tieto alkoi toistamaan itseään. Tällöin vaihdoin ajattelusuuntaa ja lähdin etsimään uutta näkökulmaa teoriaan. Lopussa kyllä mietin, että olisiko sittenkin pitänyt vielä lukea lisää asiakirjoja. Kireän aikataulun mukaisesti olin valinnut kirjat, joihin ehdin perehtymään ja lähteistä löysin riittävästi työn perustelemiseen liittyviä asioita. Kuitenkin hiukan lähdekritisointia saa hyväntekeväisyyden teoria, koska kuitenkin jouduin hylkäämään suuren osan, koska ne eivät vastanneet hakemiani pohjatietoja. Kyseinen aihe, lähteet yleistään, sivuutettiin seuraavalla lauseella; tapahtumajärjestämiseen voi ottaa mukaan myös hyväntekeväisyyskeräyksen.

Suunnitelman tekeminen on työlästä ainakin sillä ajatuksella tehtynä, että sitä pitää pystyä ulkopuolisen lukemaan ja toteuttamaan vaivattomasti. Vaikka työn tekeminen toimeksiantajalle on vaativaa, se on tavallaan myös antavaa, koska silloin pitää ja saakin antaa parhaan osaamisen jollekulle muulle. Tapahtumajärjestäminen on myös hyvin konkreettista ja odotan, että pääsen mukaan tapahtumajärjestämiseen, jolloin näen suunnitelman toimivuuden ja saan palautteen heti. Jos saamme kerättyä asetetun keräystavoitteen Uusi Lastensairaala 2017 -säätiölle, tapahtuma onnistunut suunnitelman mukaisesti.

Projektina työ on suhteellisen yksinkertainen, koska vastaavanlaisia tapahtumia on jo olemassa, joten tietoa tähän työhön piti vain löytää ja muokata ne haluttuun muotoon. Projektityöskentelystä opin joka kerta jotain uutta. Vaikka teoria alkaakin olla jo tuttua, niin luulen, että tulen aina oppimaan uusia asioita tähän liittyen. Tämän työn myötä tulin siihen tulokseen, että ihmiset projektin sisällä tekevät projektista helpon tai vaikean. Tässä työssä työskentely on ollut suhteellisen helppoa, koska toimeksiantaja sekä ohjaajat ovat olleet kannustavia työlleni. Ensikerralla panostan vielä enemmän toimeksiantajan ja työn väliseen kommunikaatioon, jotta työskentely voisi esimerkiksi olla nopeampaa.

8.4 Kehitysideat

Opinnäytetyöhön jäi vielä kehittelyn varaa, jotka otetaan huomioon syksymällä toimeksiantajan ja yhteistyökumppanin kanssa, joten tämän vuoksi ne mainitaan kehitysideoina. Avoimeksi jää vielä verryttelyn vetäjän valitsemisen.

[Toivomme löytävämme jonkun tunnetun, innokkaan, talkoohenkisen, paikallisen urheilijan vetämään alkuverryttelyn tai olemaan mukana, jos joku muu vetää, mutta hän olisi esimerkiksi mukana. Tämä lisäisi tapahtuman mielenkiintoa, ja toisi siihen samalla ripauksen arvokkuutta. Julkisuuden henkilöllä saisimme samalla uskottavuutta hyväntekeväisyystapahtumaan.](#)

Toinen kehittämisidea, joka jää avoimeksi, on sponsorien etsiminen. Sponsoreiden etsintään varataan aikaa heti, kun suunnitelma on valmis ja tiedämme tarkemman aikataulun. Yksi vaihtoehto sponsorille olisi, että nykyään juoksijatkin ovat muotitietoisia ja esimerkiksi kompressiovaatteet ovat tällä hetkellä hittituotteita juoksijoiden piireissä. Kompressiovaatteiden tarkoituksena on antaa tukea ja näin saada aikaan parempi urheilusuoritus (MTV3 Liikunta 2014). Joten olisi hienoa saada jokin kompressiosukkien valmistaja sponsoriksi.

Loppusanoina vielä sanonta: Kyllä työ tekijäänsä kiittää. Projekti on ollut pitkä, mutta kiintoisa ja olen selkeästi löytänyt oman kiinnostuksen kohteen työn suhteen, koska tällaisessa työssä saa olla luova eli innovatiivinen. Olen saanut myös työskennellä toimeksiantajan sekä yhteistyökumppanin kanssa ja luoda heidän kanssaan näkyvä kokonaisuus. Toivomme tapahtuman palkitsevan lopulta tekijät niin, että näemme tyytyväisiä asiakkaita.

LÄHTEET

- Ali-Knight, J. – Robertson, M. – Fyall, A. – Ladkin, A. 2008. *International Perspectives of Festivals and Events: Paradigms of Analysis*. Amsterdam: Elsevier.
- Arctic Maraton Club 2012. Koko kansan liikunnallinen hyväntekeväisyystapahtuma. Osoitteessa http://arcticmarathonclub.com/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=1&Itemid=50. 14.7.2014.
- Arctic Maraton Club 2014. Tietoa. Osoitteessa <http://www.rovaniemimarathon.com/tietoa/>. 22.8.2014.
- Borg, P. – Kivi, E. – Partti, M. *Elämyksestä elinkeinoksi, matkailusuunnittelun periaatteet ja käytäntö*. Helsinki: WSOY.
- Castrén, P. 1995. *Maassa maan tavalla, Eurooppalaisen tapakulttuurin juurilla*. Porvoo: WSOY.
- Chan Kim, W. – Mauborgne, R. 2007. *Sinisen meren strategia*. 4.painos. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino.
- Getz, D. 2012. *Event studies : theory, research and policy for planned events*. 2.painos. London: Routledge.
- Harju, L. 2003. *Työelämän tapahtumat ja tilaisuudet*. Keuruu: Otava.
- Huippu-urheilija 2014. Sponsorointiyhteistyö. Osoitteessa <http://www.huippu-urheilija.fi/urataidot/sponsorointiyhteistyö/>. 8.9.2014.
- HUS-kuntayhtymä 2013. Hallitus 3.6.2013, OHEISMATERIAALI 1. Osoitteessa <http://hus01.tjhosting.com/kokous/20131662-8-79296.PDF>. 16.6.2014.
- Jyväskylän yliopisto 2014a. Projektipinnot. Mitä projekti on? Osoitteessa <https://www.jyu.fi/hum/laitokset/musiikki/opiskelu/ohjeita/projektipinnot>. 18.6.2014.
- Jyväskylän yliopisto 2014b. Tiedota - Miksi, miten, missä?. Osoitteessa <https://ktl.jyu.fi/intranet/julkaisu-ja-viestinta/tiedota>. 20.8.2014.
- Kauhanen, J. – Juurakko, A. – Kauhanen, V. 2002. *Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus*. Helsinki: WSOY.
- Kokoontumislaki 22.4.1999/530. Lainsäädäntö. Osoitteessa <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19990530>. 8.8.2014.
- Kulttuurin kehittämiskeskus – Etelä-pohjanmaan liitto 2008. *Tapahtumajärjestäjän opas*. Osoitteessa http://eventmanagement-guide.frami.fi/uploads/pdf/epliitto_tap.pdf. 24.6.2014.
- Lapin liitto. 2008. *Lapin Matkailu strategia 2007-2010*. Rovaniemi; Lapin liitto.

- Liskola-Kesonen, H. 2004. Mitä? Miksi? Kuinka? Käsikirja Tapahtumajärjestäjille. Iisalmi: Suomen Liikunta ja Urheilu ry. Suomen Graafiset Palvelut Ltd.
- Mainonnan neuvottelukunta 2014. Mainonnan merkitys. Osoitteessa http://files.kotisivukone.com/mnk.kotisivukone.com/mainonnan_merkitys_071109.pdf. 20.8.2014.
- Mainonnan Neuvottelukunta 2013. Mediamainonta väheni suomessa 2013. Osoitteessa http://files.kotisivukone.com/mnk.kotisivukone.com/mediamainonnan_maara_2013.pdf. 20.8.2014.
- Muhonen, R M. – Heikkinen, L. 2003. Kohtaamisia kasvokkain. Tapahtumamarkkinoinnin voima. Jyväskylä: Talentum Media Oy.
- MTV3 Liikunta. 2014. Urheilumaailman kuumimmat trendit: Kuinka kompressiosukat toimivat? Osoitteessa <http://www.mtv.fi/lifestyle/hyvintvointi/artikkeli/urheilumaailman-kuumimmat-trendit-kuinka-kompressiosukat-toimivat/3326862>. 25.7.2014.
- Pelastuslaki 29.4.2011/379. Lainsäädäntö. Osoitteessa [http://finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2011/20110379?search\[type\]=pika&search\[pika\]=pelastuslaki](http://finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2011/20110379?search[type]=pika&search[pika]=pelastuslaki). 8.8.2014.
- Pelin, T. 2011. Projektihallinnan käsikirja. 7. painos. Keuruu: Otavan kirjapaino Oy.
- Poliisi 2014a. Ilmoitus yleisötilaisuudesta. Osoitteessa <http://www.poliisi.fi/poliisi/home.nsf/pges/D7D4F9B18EEEF6BDC2256BC3002E7F92?opendocument>. 22.7.2014.
- Poliisi 2014b. Rahankeräysluvat. Osoitteessa <http://poliisi.fi/poliisi/home.nsf/pges/0A14F93E322B026BC22571DA002EBE85?opendocument>. 24.6.2014.
- Poliisi 2014c. Yleisötilaisuudet ja ilmoitukset. Osoitteessa <https://www.poliisi.fi/poliisi/home.nsf/www/palveluhinnasto>. 23.8.2014.
- Rahankeräyslaki 31.3.2006/255. Lainsäädäntö. Osoitteessa [http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2006/20060255?search\[type\]=pika&search\[pika\]=ker%C3%A4ys](http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2006/20060255?search[type]=pika&search[pika]=ker%C3%A4ys). 20.8.2014.
- Rakennusalan ammattilehti. 2013. Uuden lastensairaalan rakennuttaminen käynnistyy vauhdilla. Osoitteessa <http://www.projektiuutiset.fi/fi/uutiset/uuden-lastensairaalan-rakennuttaminen-kaynnistyy-vauhdilla>. 16.6.2014.
- Riikonen, J. 2014. Helsingin sanomat. Suomalainen auttaa syöpälapsia, muttei sodanuhreja. Osoitteessa <http://www.hs.fi/raha/Suomalainen+auttaa+sy%C3%B6p%C3%A4lapsia+mутtei+sodan+uhreja/a1399649177611>. 21.7.2014.

- Rouvinen, A. Gantt-kaavio. Osoitteessa <http://hlab.ee.tut.fi/hmopetus/hypermedian-tuotantoprojektin-aikataulun-hallinta-ja-sen-menetelmat>. 22.8.2014.
- Pessi, A B. – Saari, J. 2011. Hyvien ihmisten maa. Auttaminen kilpailukyky-yhteiskunnassa. Tampere: Juvenes Print Oy.
- Sato 2013. Vuosikertomus 2013. Riskienhallinta. Osoitteessa <http://vuosikertomus.sato.fi/2013/sato-ja-yhteiskunta/riskienhallinta>. 22.8.2014.
- Suomisanakirja. 2013a. Sivistyssanakirja: tapahtuma. Osoitteessa <http://www.suomisanakirja.fi/tapahtuma>. 11.7.2014.
- Suomisanakirja. 2013b. Sivistyssanakirja: hyväntekeväisyys. Osoitteessa <http://www.suomisanakirja.fi/hyv%C3%A4ntekev%C3%A4isyys>. 22.7.2014.
- Suopotkupallo. 2014. Suopotkupallon historia sekä mestarit kautta aikain. Osoitteessa <http://www.suopotkupallo.fi/fi/historia/>. 11.7.2014.
- Sponsorointi & Tapahtumamarkkinointi ry 2014. Tilastot. Osoitteessa <http://www.sponsorointijatapahtumamarkkinointi.fi/faktat-ohjeet-ja-tilastot/tilastot/>. 20.8.2014.
- Sydänlapset ja -aikuiset ry. 2014a. Etusivu. Osoitteessa <http://www.sydanlapsetja-aikuiset.fi/fin/etusivu/?id=2>. 10.7.2014.
- Sydänlapset ja -aikuiset ry. 2014b. Mikä? Kenelle? Osoitteessa http://www.sydanlapsetja-aikuiset.fi/fin/kenelle/kenelle/sydanlasta_odottaville/?id=8. 10.7.2014.
- Sydänlapset ja -aikuiset ry. 2014c. Lappi. Osoitteessa <http://www.sydanlapsetja-aikuiset.fi/fin/mita/aluetoimintaa/lappi/?id=51>. 22.8.2014.
- Sydänlapset ja -aikuiset 2014d. Voittoa tavoittelematon järjestö. Osoitteessa <https://www.facebook.com/sydanlapsetjaaikuiset?fref=ts>. 20.8.2014.
- The Charity Commission for Northern Ireland 2014. Understanding how a charity must operate. Osoitteessa http://www.charitycommissionni.org.uk/Start_up_a_charity/Set_up/understanding_how_charities_operate.aspx. 20.8.2014.
- Uusi Lastensairaala 2014c. Ajankohtaista. Osoitteessa <http://uusilastensairaala2017.fi/ajankohtaista>. 22.8.2014.
- Uusi Lastensairaala 2017. Facebook. Voittoa tavoittelematon järjestö. Osoitteessa <https://www.facebook.com/uusilastensairaala2017?fref=ts>. 20.8.2014.
- Uusi Lastensairaala 2017 -säätio. 2014a. Info. Rahoitusmalli. Osoitteessa <http://uusilastensairaala2017.fi/info>. 9.5.2014.

Uusi Lastensairaala 2017 -säätiö. 2014b. Info. Osoitteessa <http://uusilastensairaala2017.fi/>. 9.5.2014.

Vallo, H. 2009. Isännyyden ihanuus. Keuruu: Infor.

Vilka, H. – Airaksinen, T. 2004. Toiminnallinen opinnäytetyö. Helsinki: Tammi.

LIITTEET

LIITE 1: HYVÄNTEKEVÄISYYSTAPAHTUMAN SUUNNITELMA	42
LIITE 2: TAPAHTUMAKUTSU	46
LIITE 3: KOULUTUSSUUNNITELMA	47
LIITE 4: LEHDISTÖTIEDOTE.....	49

Liite 1: Hyväntekeväisyystapahtuman suunnitelma

Johdanto

Lastensairaala hajoaa käsiin! Tämän hetken potilaat sekä heidän vanhempansa näkevät joka päivä sairaalan akuutit viat, eikä niitä enää pystytä korjaamaan. Suomi sekä Lastenklinikan potilaat ja heidät hoitava henkilökunta tarvitsevat uuden sairaalan heti. Talkoot ovat meneillään, eivätkä ne lopu ennen kuin uusi sairaala on valmis. Uuden Lastensairaalan tavoitteena on valmistua vuonna 2017 ja siksi lahjoitusten tarve säätiöllä on parhaimmillaan. Jokainen voi auttaa lapsia voimaan paremmin, lahjoittamalla Uusi Lastensairaala 2017 -säätiölle. Lasten hyvinvointi on tärkeää ja Uusi Lastensairaala 2017 tulee hoitamaan kaikki ne Suomessa syntyneet sairast lapset, joita ei pystytä tiedon, taidon tai välineiden puutteen vuoksi hoitamaan muissa sairaaloissa. (Uusi Lastensairaala 2014a.)

Opinnäytetyö perustuu projektityöhön, jossa perehdytään tapahtumasuunnitteluun ja sen toteutukseen. Toisin sanoen työ on toiminnallinen projektisuunnittelu. Työn aiheena on kuitenkin hyväntekeväisyysuunnitelma, mikä lopulta on toimeksiantajan ja yhteistyökumppanin vapaassa käytössä. Tapahtuman toteutukseen tervetulleita osallistujia ovat edellisiin juoksutapahtumiin osallistuvat kilpailijat, yleisö sekä turistit. Osallistujien panostus näkyy osallistumismaksussa, jonka voi maksaa etukäteen nettilippaaseen tai paikan päällä keräyslippaaseen. Lahjoitukselle vastineeksi he saavat toimeksiantajan järjestämän alkuverryttelyn sekä juoksutapahtuman.

Miksi?

Uusi Lastensairaala tullaan rakentamaan ja toimeksiantaja, minä ja yhteistyökumppani haluamme osallistua keräykseen ja samalla haastaa ja osallistaa muitakin mukaan. Lasten hyvinvointi on tärkeää ja Uusi lastensairaala 2017 tulee hoitamaan kaikki ne Suomessa syntyneet sairast lapset, joita ei voida tiedon, taidon tai välineiden puutteen vuoksi hoitaa muissa sairaaloissa.

Liite 1: Hyväntekeväisyystapahtuman suunnitelma

Miten?

Hyväntekeväisyystempauksen muodossa, jossa jo ennalta tiedetty tapahtumaan, Koko kansan hyväntekeväisyysjuoksu yhdistetään lisäpalveluna alkuverryttely, jotta tulevaisuudessa tapahtumaa voi laajentaa lisää. Lisäksi tapahtumaan tullaan hankkimaan sponsori ja uutiskynnys paikallisessa mediassa pyritään ylittämään.

Käyttämällä vapaaehtoisia talkootyöntekijöitä, jotta ei tule kustannuksia.

Kenelle?

Kaikille vapaa tapahtuma, mutta eritoten kohderyhmäksi tulevat juoksutapahtumaan osallistuvat, heidän yleisö ja mahdolliset turistit.

Markkinointi tapahtuu paikallisen median, sosiaalisen median, hiljaisen tiedon ja ehkä mainoslappusten avulla. Tapahtumaa markkinoidaan yhteistyökumppanin avulla, mutta myös omanaan, jotta tieto saadaan leviämään. Paikallisille hotelleille kannattaa viedä tapahtuman informaatiota ajoissa, mainoslehtisten tai sähköpostin avulla, jotta he osaavat antaa tiedon ajoissa matkaajille. Markkinointi tapahtuu tapahtumakutsulla (Liite 2)

Kuinka?

Luomalla hyväntekeväisyystapahtuman Rovaniemellä, jossa osallistujat maksavat osallistumismaksun minimissään 5 €/osallistuja suoraan keräyslippaaseen tai sitten nettilippaan kautta. 10 vuotiaat ja alle saavat osallistua maksutta.

Järjestämme hyväntekeväisyysalkuverryttelyn juoksutapahtuman alkuun. Verryttelyn kesto noin 10min. Jonka jälkeen saa itsenäisesti kulkea määritellyistä matkoista vapaavalintaisesti toisen.

Lisäksi hankitaan sponsori, jolta jokainen tapahtumaan osallistunut saa pienen muiston osallistumisesta eli vastikkeen. esimerkiksi makkaran, kahvin, kukan tai jonkin muun vastaavaan.

Liite 1: Hyväntekeväisyystapahtuman suunnitelma

1. Käsien liikkuvuus

pyöritä käsiä eteenpäin 15 kertaa.

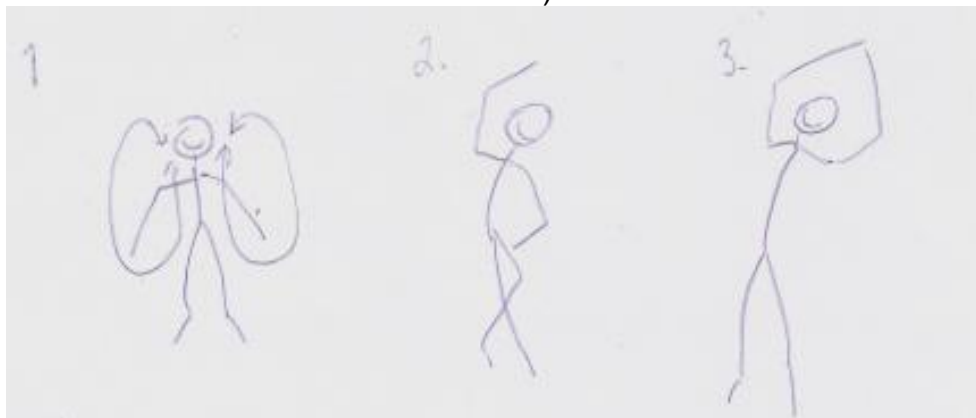
pyöritä käsiä taaksepäin 15 kertaa. (tikku-ukko 1.)

2. Kylkilihakset

jalat ristiin niin, että taakse jäävä on suorana, vie toinen käsi suoraksi ylös ja taivuta sivulle, pidä asento noin 20 sekuntia. Toista. (tikku-ukko 2.)

3. Leveät selkälihakset

nosta kädet ylös, taivuta sivulle, pidä asento noin 20 sekuntia. Toista. (tikku-ukko 3.)

**4. Lantiolihakset**

vie toinen jalka taakse, tuo vartaloa eteenpäin (säilytä lantion ja lannerangan asento) Toista 10 kertaa. (tikku-ukko 4.)

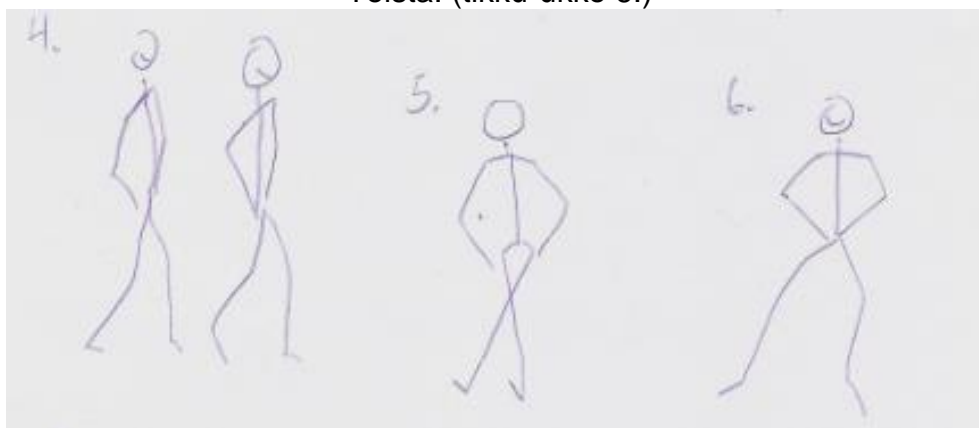
5. Reisien ulkosivu

vie kädet lanteille, toinen jalka takakautta pitkälle sivulle, pidä asento noin 10 sekuntia. Toista. (tikku-ukko 5.)

6. Reisien lähentäjä

astu reilusti sivulle toisella jalalla, josta polvesta niin syväälle kyykkyy, että sisäreidessä tuntuu venytys, pidä asento noin 10 sekuntia.

Toista. (tikku-ukko 6.)



Liite 1: Hyväntekeväisyystapahtuman suunnitelma

7. Etureidet

nosta toinen jalka taakse käden varaan polvea taivuttamalla. (pidä kaverista tukea, ettei pysy yksin pystyssä), pidä asento noin 15 sekuntia. Toista. (tikku-ukko 7)

8. Etureidet, takareidet, pohkeet

mene etunojaan, kävele jalat lähelle käsiä ja käsillä takaisin etunojaan. Toista x2. (tikku-ukko 8.)

9. Haarahyppy

perusasennosta hyppy leveään haara-asentoon ja takaisin. Toista 10 hyppyä. (tikku-ukko 9.)

10. Ravistele

kevyttä käsien ja jalkojen ravistelua, ennen juoksulle lähtöä. (ei tikku-ukkoa)



Liite 2: Tapahtumakutsu



KOKO KANSAN HYVÄNTEKEVÄISYYSJUOKSU

Uuden Lastensairaala 2017 -säätiön hyväksi

Menossa mukana Arctic Marathon Club sekä Sydänlapset ja -aikuiset ry

31. JOULUKUUTA 2014

KELLO: 18:00

ROVANIEMI [RAVINTOLA VALDEMARIN PARKKIPAIKKA]

Tule mukamme juoksemaan uuttavuotta vastaan, samalla voit jättää kuluvan vuoden selkäsä taakse. Tapahtuma alkaa kaikille sopivalla alkuvieritytyllä, jonka jälkeen voi omaan tahtiin juosta, kävellä, kelata tai potkukeikikalla valinnaisesti n.9km tai n.2,5km matkan.

Ilmoittautuminen: Ennakkoon 28.12. mennessä e-mail juoksu@rovaniemi.fi.

Jäädä ilmoittautuminen Kunnan Palikassa klo 31.12. klo 16.00–17.30.

Reittiselostus: Alkuvieritytely ja lähtö tapahtuu parkkipaikalla Valdemarin edustalta. Reitti noudattelee kevyen liikenteen väylää: Valdemarin edusta – Rautatiensilta-Kemijoen rantaa Pohjanhoivn edustee – 4-tien sillat – Kuusamonlehti – Suutarinkanan sillalle – Jäämerenlehti lähtöpaikalle. Lyhemmän reitin valinneet palaavat Jäämerenlehtiä pitkin lähtöpaikalle.

Lähtöön ja maallin liittyvä huolto järjestetään liikuntakeskus Kunnan Palikan tiloissa. Varaathan mukavien lämpimän ja säänhen sopiva vaatepuksen. **Osallistumismaksu** minimi 5 euroa/osallistuja. Halutessasi voit lahjoittaa enemmänkin. Osallistumismaksut ohjataan lyhentämättömänä uusi Lastensairaala 2017 -säätiölle. Alle 10-vuottaat voivat osallistua ilmaiseksi. Maksu suoritetaan käteisenä tapahtumapaikalla tai ennakkoon nettilippaaseen osoitteessa www.....

Liite 3: Koulutussuunnitelma

Kuka tekee: Paula Paakkari 3.n vuoden hotelli -aja ravintola-alan Restonomi opiskelija tekee suunnitelman Sydänlapset ja -aikuiset ry, Lapin alueosastolle. Yhdistys toimii työn toimeksiantajana. Yhteistyökumppanina toimii Arctic Marathon Club, jonka hyväntekeväisyysjuoksuun liitetään alkuverryttely.

Koska tekee: Suunnitelma valmiiksi syyskuun viimeiseen päivään mennessä
Tapahtuma uudenvuoden aattoiltana 31.12.2014 alkaen klo. 18:00

Missä tekee: Suunnitelma, kotona (Sodankylässä) ja kirjastossa, Tapahtuman verryttely, lähtö ja maali ovat ravintola Valdemarin parkkipaikalla

Mitä tekee: Uudenvuoden hyväntekeväisyysjuoksutapahtuma suunnitelma, mainoslehtinen, koulutussuunnitelma sekä lehdistötiedote

Työryhmät: Paakkari Paula: suunnitelma, koulutus, markkinointi, keräyslipas, sponsorien etsiminen
Sydänlapset ja –aikuiset ry: toimeksiantaja
Arctic Marathon Club: yhteistyökumppani
(muu työnjako jää opinnäytetyön ulkopuolelle)

Organisaation johtaja/vastuuhenkilö:
Toimeksiantaja

Tehtävät ja vastualueet:
Suunnitelman teko
markkinointisuunnitelman teko
markkinointi
turvallisuus
aikataulu
luvat
tapahtumapaikan kartoitus
verryttelyn suunnittelu
verryttelyn testaus
nettikeräyslippaan aukaisu
keräyslippaan hommaaminen tapahtumaan
alkupuhe/kiitokset
vastaanottajat/isännät
sponsorien hankinta
sponsorien markkinointi tapahtumassa
osallistujien ohjaaminen tapahtumapaikalle
verryttelyn ohjaus
sponsorilahjojen jako
tapahtuman onnistuneisuuden tarkkailu
(Etelä-pohjanmaan liitto 2014, 11.)

Liite 3: Koulutussuunnitelma

Turvallisuus kartoitetaan riski taulukolla, johon on liitetty riskien hallinta. Jokaisen työntekijän tulee perehtyä riskeihin ennen tapahtuman alkua.

RISKIT	RISKIEN HALLINTA
Tapahtuma ei toteudu	Markkinointi kuntoon ja laajemman asiakaskunnan haku
Tapahtuma toteutuu, mutta ei osallistujia	Ennakoilmoitautuminen yhteyshenkilölle Ennakoilmoitautuminen yhteyshenkilölle
Tapahtumaan osallistuu ennalta arvaamaton määrä ihmisiä	Ennakoilmoitautuminen yhteyshenkilölle
Ei sponsoreita	varautuminen n.10% ylimääräiseen osallistujamäärään
Vapaaehtois työvoimaa on liian vähän	Onko tiedote antanut väärän mielikuvan sponsorille vai onko kysely ollut tarpeeksi tehokasta?
Aikataulujen viivästyminen	Osallistujien noin määrä tulisi tietää ennakkoon ja sen mukaan määrätä työpisteet, jotta ei tule työvoima vajetta
Asiakkaiden tyytymättömyys	Aikataulu on hyvä suunnitella ennakkoon ja hyvä perehdytys henkilökunnalle
Sää	Ihmisten kuunteleminen ja negatiivisen palautteen vastaanotto niin, että siitä otetaan oppia
Tapahtumat: rakot, haavat, nyrjäytykset, murtumat	Osallistujille maininta sääolosuhteisiin varautumisesta, mahdollinen tapahtuman siirtäminen
Asiakkaista huolehtiminen	Ensiapulauku/piste
	Numerolaput jokaiselle ennen tapahtumaa ja numerolapun pois keräys tapahtuman jälkeen

Liite 4: Lehdistötiedote

Rovaniemi 31.12.2014

Koko knasan hyväntekeväisyysjuoksu Uusi Lastensairaala 2017 -säätiön hyväksi

Rovaniemeläinen pitkänmatkanjuoksijoiden erikoisseura Arctic Marathon Club järjestää hyväntekeväisyysjuoksun siihen sopivan alkuverryttelyn Rovaniemellä 31.12.2014. kello 18:00. Tarkoituksena on juosta uutta vuotta vastaan, jättäen vanha taakse sekä aloittaa uusivuosi reippaalla ja hyvällä mielellä. Tapahtuman alkuverryttelyn järjestää Sydänlasten ja -aikuisten ry:n.

Verryttely tapahtuu ravintola Valdemarin parkkipaikalla.

Juoksulenkille lähtö tapahtuu heti verryttelyn jälkeen samaiselta parkkipaikalta. Reitti noudattelee kevyen liikenteen väylää: Valdemarin edusta – Rautatiensilta- Kemijoen rantaa Pohjanhovin editse – 4-tien sillat – Kuusamontietä Suutarinkorvan sillalle - Jäämerentietä lähtöpaikalle. Lyhemmän reitin valinneet palaavat Jätkänkynttilää pitkin lähtöpaikalle. Juoksumatkojen pituus on noin 9 kilometriä ja noin 2,5 kilometriä.

Tapahtuman tuotto lahjoitetaan lyhentämättömänä Uusi Lastensairaala 2017 -säätiölle.

Tapahtumassa ovat mukana Arctic Marathon Club (AMC) sekä Sydänlapset ja -aikuiset ry Lapin alueosasto.

AMC on erikoisseura lappilaisten pitkänmatkan juoksijoille. Seura tarjoaa tukea, yhteishenkeä ja tapahtumia seuran jäsenille.

Sydänlapset ja -aikuiset ry on tarkoitettu kaikille jotka odottavat tai joiden perheessä on sydänvikainen lapsi tai aikuinen. Säätiö antaa tukea, tiedotteita, tapahtumia ja aluetoimintaa kiinnostuneille.

Lisätietoja: (yhteyshenkilön nimi ja yhteystiedot p. ja s.posti)