

Emilia Piirainen

ITSENÄISYYSPÄIVÄN GAALAN KEHIT- TÄMISSUUNNITELMA

Opinnäytetyö

Johdon assistentti ja kielet

Syyskuu 2015



KYAMK
University of Applied Sciences

Tekijä/Tekijät	Tutkinto	Aika
Emilia Piirainen	Tradenomi	Syyskuu 2015
Opinnäytetyön nimi		
Itsenäisyyspäivän gaalan kehittämissuunnitelma		47 sivua 6 liitesivua
Toimeksiantaja		
Kymenlaakson ammattikorkeakoulun Kasarminmäen opiskelijoiden Heimo ry		
Ohjaaja		
Lehtori Päivi Korhonen		
Tiivistelmä		
<p>Itsenäisyyspäivän gaala järjestettiin Heimo ry:n toimesta neljännen kerran 2. joulukuuta 2014 Kouvolan kaupungintalolla. Opinnäytetyön tarkoituksena oli löytää kehittämisehdotuksia vieraille tehdyn kyselylomakkeen pohjalta ja tutkia heidän tyytyväisyyttään tapahtumasta. Kävijät vastasivat paperiseen kyselylomakkeeseen tapahtumassa ja vastauksia saatiin 64 kappaletta.</p> <p>Työn teoriaosuudessa käydään läpi tapahtuman järjestämisprosessi suunnittelusta toteutukseen. Tämän jälkeen kerrotaan onnistuneen tapahtuman vaatimukset ja tapahtumalajit. Teoriaosuudessa käydään tämän lisäksi läpi tapahtuman rahoitusta ja tapahtuman arviointia. Tämän jälkeen esitellään vuoden 2014 itsenäisyyspäivän gaala ja sen järjestäjät.</p> <p>Teoriaosuuden jälkeen käsitellään tutkimusprosessia tutkimusmenetelmän valinnasta ja kyselylomakkeen laatimisesta. Tutkimus on toteutettu kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta käyttäen. Tämän jälkeen käydään läpi gaalan kyselylomake ja kerrotaan, kuinka palaute kerättiin ja käsiteltiin. Sen jälkeen tutkimustulokset avataan kysymys kerrallaan havainnollisia graafisia kuvioita ja taulukoita hyväksi käyttäen. Lopuksi esitellään kehittämissuunnitelma itsenäisyyspäivän gaalalle selkeiden kuvien avulla.</p> <p>Tapahtumaa voidaan kehittää, jos kävijöiden mielipiteitä ja tyytyväisyyttä tutkitaan. Gaalaan osallistuneet vieraat olivat tyytyväisiä tähän tapahtumaan. Vastaajien kehitysideoista sai paljon käyttökelpoisia ehdotuksia tapahtuman kehittämistä varten. Esimerkiksi ruokailuun ja ohjelmaan toivottiin selkeyttä. Saadun palautteen avulla pystytään kehittämään parempi ja onnistuneempi Itsenäisyyspäivän gaala.</p>		
Asiasanat		
tapahtuma, asiakastyytyväisyys, kyselytutkimus, kehittäminen		

Author (authors)	Degree	Time
Emilia Piirainen	Bachelor of Business Administration	September 2015
Thesis Title		
Independence Day Gala's Development Plan		47 pages 6 pages of appendices
Commissioned by		
Kymenlaakson ammattikorkeakoulun Kasarminmäen opiskelijoiden Heimo ry		
Supervisor		
Päivi Korhonen, Senior Lecturer		
Abstract		
<p>The Independence Day Gala was arranged for the fourth time in 2014 by the student organization Heimo. The event is for the students and staff of Kymenlaakso University of Applied Sciences. It was held in the Kouvola city hall. The purpose of this thesis was to find out how to develop the future of Heimo's Independence Day Gala in Kouvola. The development ideas were collected with a survey. The questionnaires were collected during the gala. Over 60 people answered the questionnaire which was the target amount.</p> <p>The theoretical part contains complete progress of event organizing, from planning to implementation an event. In event management. The ways to organize a successful event and the ways to organize different types of events were studied. The event marketing and ways to promote event were added to the theses. Funding and sponsoring an event were studied in the end of event organizing. After the theoretical part the Gala is introduced with the organizers of the 2014 Independence Day Gala.</p> <p>The empirical part goes through the methods which were used to make this research. The research part contains the planning, implementation and results of the survey. After that the results of the questionnaire are presented and analyzed. The Questions were open ones at the time with paragraphs and tables for sorting out the results. After this the development ideas are presented.</p> <p>In order to have a successful event next year the opinions of the guests were required. The results were promising for the event development. The guests were quite pleased with the evening. Useful development ideas were collected from participation's and was used in the thesis, for example, the clarity for the program and suggestions for a vegetarian diet. From the feedback it will be possible to make Independence Day Gala better than before for its fifth anniversary.</p>		
Keywords		
event, customer satisfaction, survey, developing		

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
2	TOIMEKSIANTAJA.....	7
3	TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN.....	8
3.1	Tapahtumat	9
3.1.1	Teema.....	10
3.1.2	Onnistunut tapahtuma.....	10
3.2	Tapahtuman suunnittelu	11
3.2.1	Järjestäjät ja vastuuhenkilöt	12
3.2.2	Kohderyhmä.....	13
3.2.3	Tapahtumapaikka.....	13
3.2.4	Ajankohta ja kesto.....	14
3.2.5	Markkinointi	14
3.2.6	Riskit, lupa-asiat ja turvallisuus	16
3.3	Tapahtuman rahoitus ja sponsorointi.....	17
3.3.1	Rahoitus.....	17
3.3.2	Sponsorointi	18
3.4	Tapahtuman toteutus.....	19
3.5	Tapahtuman jälkeiset toimet.....	20
4	ITSENÄISYYSPÄIVÄN GAALA 2014	21
4.1	Gaala	22
4.2	Gaalan järjestäjät ja suunnittelu.....	22
4.3	Rahoitus	23
4.4	Markkinointi	23
4.5	Lupa-asiat.....	24
5	TUTKIMUSPROSESSI	24
5.1	Tutkimusmenetelmät	25
5.2	Kyselylomakkeen laatiminen.....	26
5.3	Kyselylomake Itsenäisyyspäivän gaalaan.....	27
5.4	Aineiston keruu ja käsittely	28

6	TUTKIMUSTULOKSET JA TULOSTEN ANALYSOINTI.....	29
6.1	Taustakysymykset	29
6.2	Itsenäisyyspäivän gaalan 2014 onnistuminen	31
6.3	Ideita vuoden 2015 gaalaan	37
6.4	Tulosten tulkinta.....	38
6.5	Pätevyys ja luotettavuus	39
7	KEHITTÄMISSUUNNITELMA.....	41
7.1	Tarjoilun kehittäminen.....	41
7.2	Ohjelman kehittäminen	43
7.3	Sijainnin ja tilojen kehittäminen.....	44
7.4	Yhteistyö kumppaneiden kehittäminen	45
8	OPINNÄYTETYÖN YHTEENVETO JA ANALYSOINTI.....	46
	LÄHTEET.....	48
	LIITTEET	
	Liite 1. Budjetti	
	Liite 2. Juliste	
	Liite 3. Kutsu	
	Liite 4. Kyselylomake	
	Liite 5. Kyselylomakkeen avoimen kysymyksen vastaukset	
	Liite 6. Vuoden 2009 Itsenäisyyspäivän gaalan juliste	

1 JOHDANTO

Toimin vuonna 2014 Kymenlaakson ammattikorkeakoulun Kasarminmäen opiskelijoiden Heimo ry:n hallituksen puheenjohtajana ja opiskelija-aktiivina. Heimon hallitus oli aikaisemmin keväällä 2014 antanut tehtäväksi kolmelle liiketalouden opiskelijalle järjestää vuotuinen Itsenäisyyspäivän gaala osana heidän projektityön kurssiaan. Kaksi järjestäjää oli Heimon hallituksessa kansani, ja he ehdottivat, että tekisin tyytyväisyyskyselyn tapahtumalle ja sen pohjalta kehittämissuunnitelman Heimolle. Aihe oli minulle tuttu ja erityisen läheinen, joten otin tehtävän vastaan.

Erityiseksi itsenäisyyspäivän gaalan kehittämissuunnitelman tekee se, että Heimo järjestää viidennen kerran itsenäisyyspäivän gaalansa joulukuussa 2015. Tämän takia otan erityisesti huomiota gaalan kehittämiseen ja parantamiseen opinnäytetyössäni. Tutkimuksen tavoitteena on tehdä Heimon hallitukselle suunnitelma, joka he voivat käyttää gaalan kehittämisessä ja parantamisessa. Lisäksi ohjeistan hallitusta tutkimaan uudella kyselyllä vieraiden mielipiteitä myöhemmissä gaaloissa ja vertaamaan sitä opinnäytetyössäni ilmenneisiin kohtiin.

Omia tavoitteitani on saada aikaiseksi toimiva kyselylomake, jota voidaan käyttää jatkossa gaalan arvioinnissa ja saada aikaiseksi toimivia ehdotuksia sisältävä kehittämissuunnitelma, josta on apua jatkossa gaalaa järjestettäessä. Tavoitteitani ovat myös soveltaa opinnäytetyössäni koulussa ja opiskelija-aktiivina oppimaani.

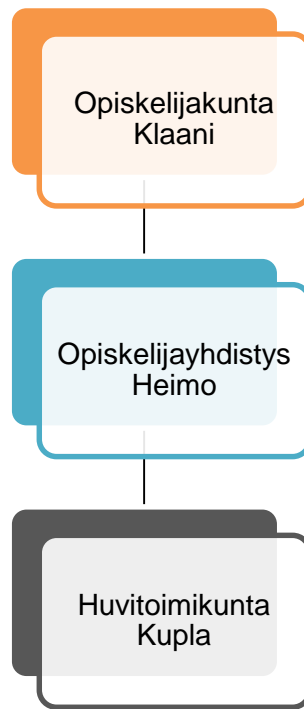
Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys koostuu itsenäisyyspäivän gaalan kehittämisestä tyytyväisyyskyselyn palautteen avulla. Tätä ennen teoriaosuudessa keskitytään tutkimaan tapahtuman järjestämiseen liittyviä kohtia. Ensimmäisenä on tarkennettu kehittämissuunnitelman tilannutta toimeksiantajaa ja sen vaikutusta opiskelijoihin ammattikorkeakoulussa. Tämän jälkeen on avattu tapahtuma käsitettä tarkemmin, jotta on pystytty kehittämään gaalaa. Tästä syystä on esitelty tapahtuman suunnittelua, toteutusta ja päättämistä. Tapahtuman järjestämisessä rahoitus on tärkeää, minkä vuoksi se on otettu erikseen esille.

Tapahtuman järjestämisen teorian jälkeen esitellään Heimo ry:n itsenäisyyspäivän gaala 2014 ja sen järjestelyt. Tätä seuraa tutkimusprosessi, jossa on

avattu tutkimusmenetelmiä ja sen teoriaa. Tutkimusprosessi on jaoteltu kyselylomakkeen laatimiseen sekä aineiston keräämiseen ja käsittelyyn. Tutkimustulokset ja niiden analyysi esitellään omassa luvussaan. Siinä esitellään kyselylomakkeen tulokset ja tulosten tulkintaa. Erityisesti pohditaan tulosten pätevyyttä ja luotettavuutta. Kehittämissuunnitelma on omassa luvussaan sen tärkeydestä opinnäytetyölle. Suunnitelma on jaettu kolmeen osaan, joissa nostetaan esille tärkeitä kehittämiskohtia ja ideoita. Lopuksi pohditaan opinnäytetyön onnistumista ja tehdään yhteenveto.

2 TOIMEKSIANTAJA

Opiskelijakunta Klaanin alayhdistyksenä toimiva Kymenlaakson ammattikorkeakoulun Kasarminmäen opiskelijoiden Heimo ry, tässä opinnäytetyössä lyhyesti Heimo, on vuonna 2011 perustettu opiskelijayhdistys. Opiskelijakunta Klaani, myöhemmin opinnäytetyössä Klaani, toimii Kymenlaakson ammattikorkeakoulun molemmilla kampuksilla Kouvolassa ja Kotkassa. Heimolla toimii aktiivisena jaostona Huvitoimikunta Kupla, myöhemmin opinnäytetyössä Kupla, joka järjestää Kouvolassa kaikki viralliset opiskelijabileet. Siinä missä Klaanin tehtäviin kuuluu opiskelijoiden hyvinvointi ja hallinnolliset tehtävät, jää Klaanin alayhdistyksille käytännöllisemmät järjestämiset, kuten tapahtumat. Kuvassa 1 on esitettyä opiskelijatoiminnan hierarkia Kymenlaakson ammattikorkeakoulussa Kasarminmäen kampuksella Klaanin nettisivujen perusteella. (Opiskelijakunta Klaani 2014.)



Kuva 1. Opiskelijatoiminta Kymenlaakson ammattikorkeakoulun Kouvolan kampuksella (itse luotu kuva nettisivujen pohjalta.)

Heimo toimii Kymenlaakson ammattikorkeakoulun Kouvolan kampuksella. Klaanin Kouvolassa opiskelevat jäsenet ovat Heimon virallista jäsenistöä ja Heimo edustaa heitä kampuksella pitämällä huolta yhdessä Klaanin kanssa opiskelijoiden hyvinvoinnista. Heimon toimintaan kuuluu myös tapahtumien järjestäminen kaikille kampuksen opiskelijoille.

Heimo perustettiin, kun ammattikorkeakoulun yksiköt alkoivat kerääntyä Kasarminmäelle yhteen paikkaan. Nähtiin, ettei ole tarpeellista pitää montaa eri yhdistystä toiminnassa, minkä johdosta muotoilijoiden Muovi, viestinnän Vieteri ja liiketalouden Kapita, ajettiin alas ja muodostettiin yhteinen yhdistys Heimo. Perustettaessa Heimo peri monia perinteitä edeltäviltä yhdistyksiltä ja näistä merkittävin on Kapitan järjestämä Itsenäisyyspäivän gaala. Heimoa hallinnoi yhdistyksen hallitus, mikä valitaan sääntömääräisessä syyskokouksessa. (Opiskelijankunta Klaani 2014.)

3 TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN

Tapahtuman järjestämisessä kaikissa tapahtumissa tulee vastata peruskysymyksiin, miksi tapahtuma järjestetään, mitä järjestetään, miten yleisö saadaan paikalle ja viihtymään tapahtumassa, mikä on kohderyhmä ja miten tapahtuma saadaan onnistumaan. Liikkeelle voidaan lähteä hyvinkin pienestä ideasta, joka voi kantaa vuosien päähän. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 12.)

Käytännön toimet on tehtävä huolella, jotta tapahtuman järjestelyt sujuvat. Näin yleisö voi keskittyä nauttimaan tapahtumasta. Huolellisesti suunniteltu tapahtuma on kaiken avain. Aloittaminen aikaisessa vaiheessa antaa aikaa toteuttaa tapahtumaa huolella ja selvittää ongelmatilanteista. (Etelä-Pohjanmaan liitto 2011, 6.)

Onnistuneen tapahtuman järjestämiseen menee vähintäänkin pari kuukautta, riippuen tapahtuman ideasta. Tätä lyhemmissä ajassa tehdyissä tapahtumissa on jouduttu tinkimään laadusta ja toteutuksesta. Tapahtumaprosessiin kuuluvat suunnittelu-, toteutus-, ja jälkimarkkinointivaihe. Aikaa vievin osuus on suunnitteluvaihe. Itse toteutus menee nopeasti ohi, mutta jälkimarkkinointiin tulisi panostaa huomattavasti enemmän, kuin tulee ajatelleeksi. (Vallo & Häyrinen 2014, 161.)

3.1 Tapahtumat

Tapahtumat ovat usein lajiteltu niiden koon ja mittakaavan mukaan, ja ne vaihtelevat suurista massatapahtumista pieniin yrityksen tavoitteiden juhlimiseen. Käsitettä tapahtumat käytetään kattamaan kaikkia yleisötilaisuuksia. (Allen, Bowdin, McDonnell & O'Toole 2001, 16.)

Tapahtumien järjestäminen sidosryhmille voidaan toteuttaa monin eri tavoin ja moniin eri tarkoituksiin. On pohdittava tarkkaan millaista tapahtumaa alkaa järjestämään. Mahdollisuuksia toteuttamiseen on monia, sen voi tehdä alusta loppuun itse tai ostaa valmis tapahtumapaketti ulkopuoliselta taholta. Se mihin päädytään, riippuu monesta eri asiasta, kuten kohderyhmästä, tapahtuman tavoitteista, budjetista, aikataulusta ja järjestäjä organisaation osaamisesta ja työtilanteesta. (Vallo & Häyrinen 2014, 61.)

Tapahtumat voidaan luokitella eri lajeihin, joita on Vallon ja Häyrisen (2014, 61–62) mukaan kolme: asiatapahtumat, viihdetapahtumat ja niiden yhdistelmä. Allen, Bowdin, McDonnell ja O'Toole kertovat kirjassaan Events Management (2001, 16), että tapahtumat on jaoteltavissa tilaisuuden päämäärän tai tietyn aihealueen mukaan, mutta selkeätä erottelua ei ole ja jaottelusta on tullut epäselvää.

Tapahtumanjärjestäjän on tiedettävä, millainen tapahtuma on kyseessä, ennen kuin aloittaa suunnittelun. Onko kyseessä viihteellinen vai asiapitoinen tapahtuma? Tapahtuma on aina tilaisuus sen koosta riippumatta ja perusasiat on oltava kunnossa, jotta kävijälle jäisi tyytyväinen mieli. (Vallo & Häyrinen 2014, 61–63.)

Monet pitkään järjestetyt tapahtumat ovat uusiutuneet jatkuvasti, ja näin ovat siis pysyneet tapahtumakartalla. Tapahtumien nimi ja perusidea pysyvät samana, mutta muoto ja toteutustapa muuttuvat tarvittaessa. Se muodostuu tapahtumasta perinne, riippuu siitä, millaisen suosion ensimmäiset tapahtumat saavat. Jatkuvuuden takaa onnistumisen lisäksi uusiutuminen joka järjestyskerta, ajassa eläminen ja organisaation innostus jatkaa jo perinteeksi muodostunutta tapahtumaa. (Vallo & Häyrynen 2014, 74–76.)

3.1.1 Teema

Teema on ydinidea, joka pitää tapahtumaa koossa. Teeman päättämiseen kannattaa käyttää harkintaa. Tapahtuman teema voi olla puhutteleva, houkutteleva tai leikkimielinen ja sen valinta kertoo paljon järjestäjäorganisaatiosta. Valittu teema luo pohjan tapahtuman mielikuvalle ja sen on kuljettava läpi koko tapahtuman näkyvästi. (Vallo & Häyrynen 2014, 198.) Teemalliset juhla kutsutaan erityistapahtumiksi. Näitä voivat olla kansallispäivät ja juhlat. (Allen ym. 2001, 15.)

Teema voi olla vaarana myös pilata koko tapahtuman. Jos ajatellaan, että tapahtuman teema näkyy vain kutsussa ja tarjoiltavassa ruuassa, ja tämä riittää, niin saadaan aikaiseksi epäonnistunut tapahtuma. Teeman tulee näkyä tapahtuman idean ja viestin kautta koko toteutuksessa. Teemaa tärkeämpi on toimiva idea, jonka avulla luodaan toimiva tapahtuman juoni. Kutsun ilme ja ohjelma lupaavat jo tulijalle jotain ja se lupaus on pidettävä. On siis tärkeää kytkeä kutsu tapahtumaan, ettei synny liian isoa laatueroa. Toimivia teemoja ovat esimerkiksi kalenterivuoteen liitettyjä tapahtumia. (Vallo & Häyrynen 2014, 199–200.) Tästä esimerkkinä on opinnäytetyössä käytetty itsenäisyyspäivän gaala, joka on opiskelijoiden oma iltapukujuhla.

3.1.2 Onnistunut tapahtuma

Onnistuneen tapahtumaan tuntee ja siinä on sekä tunne että ajatus kohdallaan. Vallon ja Häyryn (2014, 103, 106) mukaan onnistunut tapahtuma koostuu strategisista ja operatiivisista kysymyksistä. Molemmissa on kolme kysymystä, joihin vastaamalla saadaan aikaiseksi onnistunut tapahtuma. Strategisia kysymyksiä ovat miksi tapahtuma järjestetään, kenelle se järjestetään sekä mitä, missä ja milloin. Tapahtuman tavoite ja viesti vastaavat kysymykseen miksi, kohderyhmä kysymykseen kenelle ja lähtökohdat kysymyksiin mitä, missä ja milloin. Operatiivisia kysymyksiä ovat miten tapahtuma järjestetään, millainen

tapahtuma on ja kuka tai ketkä sen järjestävät. Tapahtumaprosessi vastaa miten-kysymykseen, sisältö ja ohjelma millainen tapahtuma on ja vastuuhenkilöt määrittelevät järjestäjät. Vallo ja Häyrisen (2014, 109) mielestä tapahtumat ovat kuin tarinoita, joissa on yllätyksiä, juoni ja onnellinen loppu. Iiskola-Keskinen (2004, 16) mielestä tapahtumat ovat samanlaisia palveluiden kanssa, molemmista jää vain mieleen kokemus siitä. Onnistunut tapahtuma edellyttää järjestäjiltä huolellista paneutumista siihen, mitä järjestetään ja kävijät viihtyisivät tapahtumassa mahdollisimman hyvin. Iiskola-Keskinen sanookin, ettei tapahtuman onnistumista voi varmistaa etukäteen, vaan siihen vaikuttavat kävijän kokemukset, jotka vaikuttavat tapahtuman onnistumiseen.

Shone ja Parry kirjoittavat kirjassaan *Successful event management* (2010, 205–206) onnistuneen tapahtuman olevan muutakin kuin kulissien takana tapahtuva toiminta, tunnelman ja ilmapiirin luo tapahtuman vieras. Vieraan tyytyväisyys tai sen puute on erittäin tärkeä osa onnistuneen tapahtuman luomista. Tapahtuma, jossa on oikea tunnelma voi olla suuri menestys. Vallo ja Häyrisen, Iiskola-Keskinen sekä Shone ja Parry ovat kaikki yhtä mieltä, että vieraat luovat tilaisuuteen ilmapiirin, ja heidän kokemuksensa vaikuttavat tapahtuman onnistumiseen. Shone ja Parry (2010, 206) huomauttavat kuitenkin, että nämä elementit eivät kuitenkaan takaa täysin onnistumista.

3.2 Tapahtuman suunnittelu

Kun mitä tahansa tapahtumaa aletaan suunnitella ja ideoida on hyvä miettiä seitsemää tärkeää kysymystä: mitä, miksi, missä, milloin, kenelle, miten ja millainen mielikuva halutaan? Jotta tapahtuma onnistuisi, tulisi näiden olla tasapainossa keskenään. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 35.)

Alussa voi olla vaikeaa hahmottaa, mistä tapahtuman suunnittelu kannattaa aloittaa. Tapahtuman järjestäminen alkaa suunnittelusta ja tavoitteiden määrittelystä. Suunnittelu auttaa löytämään keinot päästä tavoitteisiin ja auttaa määrittelemään, ovatko tavoitteet realistisia ja selkeästi määriteltyjä. Tavoitteet on oltava yksinkertaisessa ja selkeässä muodossa, näin kaikki tapahtumaa tekevät osapuolet ymmärtävät ne helpommin. Selkeät tavoitteet viestivät ammattitaitoisesta järjestäjästä ja tapahtuma markkinointi helpottuu. (Iiskola-Keskinen 2004, 8–9.)

Kehittelyyn kannattaa ottaa mukaan kaikki ne, jotka ovat toteuttamassa tapahtumaa. Näin saadaan monipuolisesti näkökulmia ja ideoita tapahtumasta, ja kaikki osapuolet sitoutuvat paremmin tavoitteisiin. Ideointi on ajattelutyötä ja

ennen tapahtuman toteutusta on pystyttävä näkemään tapahtuman kulku alusta loppuun, kuten sen haluaa todellisuudessa menevän. Näin voidaan ennakoida mahdolliset pienetkin asiat, jotka voivat haitata itse tapahtumassa. (Vallo & Häyrinen 2014, 162.)

Suunnittelulle on hyvä jättää aikaa (Iiskola-Keskonen 2004, 10). Se on vaiheista kaikkein pisin ja aika vievin. Se voi kestää useita kuukausia tai vuosia, tapahtuman laajuuden mukaan. (Vallo & Häyrinen 2014, 162.) Hyvässä suunnitelmassa yhdistyvät lyhyen ja pitkän tähtäimen näkymät, kuten Iiskola-Keskonen (2004, 10) toteaa kirjassaan.

Tapahtuman tavoitteet muodostuvat kysymyksestä, miksi tapahtuma järjestetään, jonka jälkeen on pohdittava mitä ja kenelle järjestetään. Lähdetään liikkeelle asiakkaan ja tuotteen näkökulmasta. (Kauhanen ym. 2002, 36.)

3.2.1 Järjestäjät ja vastuuhenkilöt

Suurin osa tapahtumista järjestetään vapaaehtoisvoimin. Vapaaehtoistyö onkin muuttunut paljon. Kattojärjestö antaa riittävät valtuudet järjestävälle organisaatiolle, joka vastaa käytännön järjestelyistä. Kattojärjestö on vastuussa tapahtumasta ja sen järjestelyistä. Yhdistystoiminnassa kattojärjestönä on yleensä hallitus. Järjestävällä osapuolella ei ole riittäviä valtuuksia, vaan ne haetaan yhdistyksen hallitukselta. Hallituksen jäsenten ei tarvitse olla mukana tapahtuman käytännön järjestelyissä, mutta heidän tulee olla selvillä järjestelyistä ja seurattava niitä tarkasti. Tärkeintä on heidän oma innostumisensa tapahtuman onnistumisesta, eikä hallitus saa olla turha virkavaltaisuuden väline, vaan tuki järjestäjille. (Iiskola-Keskonen 2004, 30–31.)

Järjestävän organisaation on kerrottava yhteistyökumppaneille tapahtuman tavoite, kohderyhmä ja mitä halutaan heiltä. On myös suotavaa kertoa, kuinka paljon väkeä toivoo tapahtumaan tulevan. Näin yhteistyökumppanit osaavat mitoittaa oman osuutensa tapahtumassa. (Vallo & Häyrinen 2014, 227.)

Erinomaisesti toimiva projektipäällikkö on onnistuneen tapahtuman varmuus. Projektipäälliköllä onkin oltava riittävästi valtaa tapahtuman päätösten teossa ja hänen on oltava täysin mukana tehtävässään. (Vallo & Häyrinen 2014, 228.) Hänen tehtäviin kuuluu tapahtumanjärjestelyiden johtaminen, valvoa järjestelyiden etenemistä suunnitelmien mukaan ja jakaa tehtäviä vastuuhenkilöiden kesken. Projektipäällikön ei tarvitse olla kaiken asiantuntija. (Iiskola-Keskonen 2004, 31.) Hyvä projektipäällikkö kannustaa ja innostaa muita, luoden hyvän ilmapiirin. Hän myös pitää kaikki ajan tasalla tapahtumanjärjestelyiden

etenemisestä ja tietää järjestelyiden tilanteen koko ajan. (Vallo & Häyrynen 2014, 228.)

Vastuuhenkilöiden etsiminen tulee tehdä avoimin mielin ja riittävällä ajalla. Osaavia tekijöitä voi löytyä odottamattomistakin paikoista ja heille kaikille tulee etsiä omaa osaamista vastaava tehtävä. Työnjako on tehtävä huolella, jotta työt tulee tehtyä. Perehdyttäminen on tärkeää ja se tulee tehdä huolella. Hyvä perehdytys tehtäviin motivoi vapaaehtoisia työtehtävissään, jolloin he viihtyvät ja tekevät työnsä hyvin. (Iiskola-Keskonen 2004, 31, 40–41.)

3.2.2 Kohderyhmä

Ensin on selvitettävä millaisesta tapahtumasta on kyse eli mikä on tapahtuman luonne. Tämän jälkeen pohditaan, millainen on potentiaalinen kävijä tapahtumalle eli kenelle tapahtuma järjestetään. Pienimmässäkin tapahtumassa on paras tehdä kartoitus keitä tapahtumaan osallistuu ja jälkeinpäin heidän mielipiteestään ja kokemuksista tapahtumassa. (Kauhanen ym. 2002, 36–37.) Kohderyhmä pitää tuntea, jotta osataan järjestää oikeanlainen ja -näköinen tapahtuma, joka puhuttelee kohderyhmää. Kohteena voi olla järjestävän organisaation asiakkaat, yhteistyökumppanit, sidosryhmät tai henkilöstö. Tärkeää on muistaa, ettei tapahtumaa olla järjestämässä itselle vaan tietylle kohderyhmälle. Jokainen tapahtuma suunnitellaan ja viedään läpi kohderyhmää huomioiden. Kohderyhmä ja tavoitteet määrittelevät jo valmiiksi millaista tapahtumaa ollaan järjestämässä. (Vallo & Häyrynen 2014, 121–124.)

3.2.3 Tapahtumapaikka

Tapahtuman onnistumisessa paikalla on keskeinen merkitys. Tapahtumapaikkaan liittyy monta erillistä asiaa, kuten sijainti, tavoitettavuus, tilat, oheispalvelut ja kustannukset. Paikan sijainti on tärkeä tekijä ja paikan imagoa on hyvä tarkastella kohderyhmän kannalta. Tavoitettavuus on paikan valinnassa otettava huomioon, onko tapahtumapaikan läheisyydessä esimerkiksi riittävästi pysäköintiä tilaa ja pääseekö paikalle helposti kulkemaan. (Kauhanen ym. 2002, 38–39.) Tapahtumapaikkana voi olla mikä tahansa tapahtumaan sopiva tila. Paikkaa valittaessa on otettava huomioon tilaisuuden luonne ja osallistujat. Arvokas tilaisuus tarvitsee arvoisensa tilat, mutta hauskan juhlan latistaa liian loistokkaat tilat. Paikkaa valitessa on huomioitava myös liikuntaesteelliset osallistujat. (Vallo & Häyrynen 2014, 141–143.)

Tapahtumaan tulevalle yleisölle tilojen riittävyys on tärkeää. Jos tapahtuman

ennakkomyynnillä on kysyntää mahdollisten lisäpaikkojen hankkiminen ja joustomahdollisuus on otettava huomioon. Tapahtumapaikkaa mietittäessä tarvittavien oheispalveluiden saanti tulee ottaa huomioon. Oheispalveluita ovat esimerkiksi pysäköinti, ravintolapalvelut ja saniteettitilat. Tilan vuokralla ja sen asianmukaisella varustamisella on ideointi vaiheessa jo suuri merkitys. Jokaisella paikalla on oma imagonsa ja sen sovittaminen tapahtuman luonteeseen tulee ottaa huomioon. (Kauhanen ym. 2002, 38–39.)

Tapahtumapaikka tulee tarkistaa aina hyvissä ajoin etukäteen ja arvioida sen sopivuutta tapahtumalle. Paikkaa valitessa on otettava huomioon eri asioihin, kuten tilan koko ja sopivuus osallistujamäärään, kulkuyhteydet ja paikoitusmahdollisuudet, äänentoisto, somistusmahdollisuudet ja tarjoilun järjestäminen. Tapahtumatilojen valinnassa on hyötyä kokemuksesta. Hyvän tilan huomaa ensi silmäyksellä. Tilojen varauksessa on huomioitava myös somistus- ja purkuaika. Valmistelu voi viedä useamman tunnin, mutta purku vain hetken. (Vallo & Häyrinen 2014, 143–144.)

3.2.4 Ajankohta ja kesto

Tapahtuman ajankohdalla on erittäin suuri merkitys. Järjestettävän tapahtuman luonne ja kävijät määrittelevät ajankohdat. Tapahtuman luonne vaikuttaa siihen, milloin minkälaisiakin tapahtumia on tarkoitus järjestää. Tietynlaisilla tapahtumilla on viikonpäivällä ja kellonajalla suuri merkitys. (Kauhanen ym. 2002, 37.)

Ajankohtaan ja kestoan tulee kiinnittää huomiota, sillä ne vaikuttavat oleellisesti siihen, kuinka moni osallistuu tapahtumaan. Jos kyseessä on iso tapahtuma, on hyvä varmistaa, ettei samaan aikaan ole kilpailevaa tapahtumaa. Tämä syö suuren osan kohderyhmän kävijöistä. Aikaa valitessa kannattaa muistaa oman organisaation väki, jonka oletetaan toimivan illan aikana isäntinä ja emäntinä. (Vallo & Häyrinen 2014, 147–149.)

Tapahtuman kestoa tulee miettiä etukäteen, mikä on luonteva kesto tapahtumalle, jotta se saadaan vietyä mallikkaasti läpi. Kyseessä ei ole vain tapahtuman sisällöstä, vaan myös kustannuksista ja vieraiden aikatauluista. (Vallo & Häyrinen 2014, 149.)

3.2.5 Markkinointi

Tapahtumamarkkinointi on markkinoinnin ja tapahtuman yhdistämistä. Se on toimintaa, joka tavoitteellisesti ja vuorovaikutteisesti yhdistää kohderyhmän ja

organisaation valitun tapahtuman ympärille, joka on toiminnallinen kokonaisuus. (Vallo & Häyrinen 2014, 19.) liskola-Keskonen (2004, 56) neuvoo määrittelemään tapahtuman markkinoinnin tavoitteet selkeästi alusta alkaen. Markkinoinnin tavoitteena on saada tapahtuma kaupaksi (Kauhanen ym. 2002, 113). Tehokas markkinointi pyrkii tilaisuuden tullen istuttamaan myönteisen ja uskottavan reaktion siemenen kohderyhmään (Hoyle 2002, 17). Se ei saa kuitenkaan olla itse tarkoitus, vaan keino saavuttaa yleisesti tavoitteet liskola-Keskonen huomauttaa. Tapahtumaa järjestävässä organisaatiossa jonkun tekijän vastuualueena tulee olla markkinointi ja tiedottaminen, jotta tapahtuma onnistuisi. *Tapahtuma pitäisi osata markkinoida oikealle kohderyhmälle, oikealla imagolla, oikeaan hintaan ja oikeaan aikaan.* (Kauhanen ym. 2002, 113.) Tapahtuman on oltava kiinnostava ja kohderyhmälle sopiva. Oikean kohderyhmän päättämisen jälkeen mietitään, miten tapahtumaa markkinoitaisiin heille. Tapahtuma markkinointiin kuuluu sisäinen ja ulkoinen markkinointi sekä vuorovaikutusmarkkinointi. Sisäinen markkinointi on tavoitteiden ja tapahtuman markkinointi tapahtuman tekijöille. Se on tärkeää tapahtumissa, joissa järjestäjät ovat vapaaehtoisia. Sisäinen markkinointi onnistuu, kun järjestäjät puhuvat siitä jo ennen tapahtumaa. Ulkoinen markkinointi keskittyy myyntiin ja myynnin edistämiseen, ja on näkyvintä markkinointia. Ulkoinen markkinointi käyttää hyväkseen mainontaa ja suhdetoimintaa. Vuorovaikutusmarkkinointi on ihmisten välistä kanssakäymistä. Asiakaspalvelussa markkinoidaan aina tapahtumaa omalla käytöksellään ja vaikutetaan asiakkaan ostopotentiaaliin. (liskola-Keskonen 2004, 56–57).

Pääsylippuja myytäessä päätetään, mikä myyntikanava tavoittaa asiakkaat tehokkaimmin. Pienissä tapahtumissa järjestäjät laitetaan myymään lippuja ennakoon potentiaalisille asiakkaille. Hyvissä ajoin aloitettu lipunmyynti helpottaa tapahtuman rahoitusta. (Kauhanen ym. 2002, 114.)

Ilman myyntityötä tapahtumaa on vaikea markkinoida. Pelkkä tiedottaminen ja mainonta ei myy tapahtumaa. Markkinoinnista vastaava huolehtii itse myyntityöstä myyntikanavassa. (Kauhanen ym. 2002, 114.) Onnistunut markkinointi luo tapahtumalle kilpailuetua. Markkinoinnin tulee olla pitkäjänteistä ja yhtenäisyyttä noudattavaa. (liskola-Keskonen 2004, 57.)

Tapahtumia markkinoidessa kannattaa käyttää hyväksi sosiaalisen median mahdollisuuksia. Sitä voidaan käyttää ennen tapahtumaa, tapahtumassa ja sen jälkeen markkinoinnissa. Tapahtumasta voidaan luoda oma Facebook-sivut tai tapahtuman järjestäjän sivuja voidaan käyttää mainostamiseen ja

viestintään. Facebookin lisäksi Twitterissä voidaan markkinoida tapahtumaa. Sosiaalinen media on helppo ja halpa markkinointikanava. Ennen tapahtumaa sosiaalista mediaa voidaan käyttää osallistujien sytyttämistä tunnelmaan. Sosiaalisen median avulla voidaan helposti päivittää tapahtuman tietoja ja viestittää muutoksista nopealla aikataululla. (Vallo & Häyrinen 2014, 87–88.)

3.2.6 Riskit, lupa-asiat ja turvallisuus

Tapahtumaa järjestäessä tarvitaan erilaisia lupia, kuten anniskelulupa, arpa-jaislupa tai tiensulkemislupa, joskus on tehtävä myös ilmoitus poliisille yleisötapahtumasta. (Vallo & Häyrinen 2014, 153.) Tapahtuman turvallisuudesta on vastuussa järjestäjä. Yleisötilaisuudella kokoontumislaissa tarkoitetaan avoimia tilaisuuksia, jotka eivät ole kokouksia. Tällaisista on tehtävä kirjallinen ilmoitus poliisille. Poikkeuksia ovat yleisötilaisuudet, joissa osanottajien vähäinen määrä, tilaisuuden luonne tai järjestämispaikka eivät edellytä järjestämisen ja turvallisuuden huoltamiseksi toimia. Ilmoitus on tehtävä viisi vuorokautta ennen tapahtuman alkamista. Poliisi voi ennalta tai tapahtuman aikana ohjeistaa turvallisuudesta. (Iiskola-Keskinen 2004, 87.)

Lupaa hakiessa tarkka ja yksityiskohtainen selvitys tapahtumasta nopeuttaa luvan saamista. Useat lisäselvitykset tekevät luvan saannin hankalaksi ja viivyttävät sen päätöstä. Hakemusta varten kannattaa kirjata seuraavia asioita: kuka tapahtuman järjestää, mikä on tarkoitus ja ohjelma, tapahtumapaikka, ajankohta tarkoin määriteltynä ja arvioitu yleisömäärä. Kaikki lupa-asiat tulee hoitaa kirjallisena. (Kauhanen ym. 2002, 86–87.)

Järjestyksenvalvojalain mukaan järjestyksenvalvoja ylläpitää järjestystä ja turvallisuutta sekä estää rikokset ja onnettomuudet sillä toimialueella tai tilaisuudessa, jonne hänet on määrätty valvomaan. Järjestyksenvalvojalla tulee olla järjestyksenvalvojan kortti, joka on poliisin hyväksymä. (Iiskola-Keskinen 2004, 88.)

Pelastuslaki velvoittaa järjestäjän tekemään pelastussuunnitelman tilaisuuksiin, joissa on suuri määrä osallistuvia ihmisiä tai sisältää erityisen henkilö- tai paloturvallisuusriskin (Pelastuslaki 29.4.2011/379). Järjestäjän on hyvä ottaa yhteyttä pelastuslaitokseen tapahtumaa suunniteltaessa ja selvittää, mitkä asiat tulee ottaa kyseisessä tapahtumassa huomioon (Kauhanen ym. 2002, 88). Pelastusteiden riittävyys ja hälytysajoneuvojen paikalle pääsy tulee huomioida. Erillisen ensiavun paikallaolo ei ole pakollista kaikissa tapahtumissa, mutta ensiapukoulutuksen käyneitä on hyvä olla paikalla hädän sattuessa.

(liskola-Keskinen 2004, 89–90.)

Anniskelu tapahtuu pääsääntöisesti jo olemassa olevan luvan turvin, näin ravintoloitsija, jolla on lupa hoitaa lupamenettelyt. Järjestäjä ja ravintoloitsija sopivat etukäteen anniskeluajat ja menettelyt. (Kauhanen ym. 2002, 88.)

Tekijänoikeuslaki määrää, että se joka on luonut taiteellisen teoksen, on tekijänoikeus teokseensa. Usein oikeuksien haltijat ovat antaneet edunvalvonnan oman alansa edunvalvontaorganisaatiolle. Näitä on Suomessa neljä ja ne ovat Gramex, Kopiosto, Kuvasto ja Teosto. (Kauhanen ym. 2002, 89–91.) Teosto ja Gramex sekoitetaan yleensä keskenään. Teosto myöntää musiikin käyttöluvia tilaisuuksien järjestäjille ja muille yrityksille ja yhteisöille, jotka käyttävät musiikkia. Gramex on esittävien taiteilijoiden ja äänitteiden tuottajien tekijänoikeusyhdistys, joka edistää ja valvoo näiden oikeuksia tekijänoikeuslaissa. (liskola-Keskinen 2004, 92–93.) Järjestäjän on hyvä selvittää tapahtumassa esitettävät tekijänoikeudet etukäteen ja hankittava luvat kyseenomaisilta organisaatioilta (Kauhanen ym. 2002, 91).

3.3 Tapahtuman rahoitus ja sponsorointi

Tapahtumat ovat yhä enemmän varainhankintavälineitä, joilla haetaan taloudellista tulosta. On otettava huomioon, että tapahtuman tulee olla taloudellisesti tasapainossa, koska tappiollista tapahtumaa ei voida järjestää pitkään. (liskola-Keskinen 2004, 76.) Alussa on hyvä määritellä, kuinka paljon järjestäjä on valmis laittamaan rahaa tapahtumaan. Tapahtumanbudjetti on määriteltävä arviolta, koska tapahtumaan saa kulumaan rahaa, kuin sitä on käytettävissä. Budjettia laatiessa on hyödyllistä tarkastella aikaisempien tai vastaavien tapahtumien budjetteja, jotta saadaan hyvä malli omalle budjetille. (Vallo & Häyrinen 2014, 150.) Budjetti on usein epävakaa ja korjaukset on tehtävä tapahtuman analysoinnin jälkeen. Kirjassa *Event Marketing* (2002, 86) Hoyle muistuttaa pitämään mielessä koko järjestämisen ajan, että kaikella on hintansa. Useasti pienet taloudelliset yksityiskohdat ovat niitä, jotka vaikuttavat eniten tapahtuman budjettiin.

3.3.1 Rahoitus

Yksi keskeisimpiä asioita yleisötapahtumien järjestämisessä on rahoitus ja siihen liittyvät riskit. Taloudelliset seikat ovat yleensä vaikein osa-alue, jotka voivat vaivata järjestävän organisaation hallituksen jäseniä, jotka ovat vastuussa taloudellisista velvoitteista. Rahoituksen lähteet voidaan jakaa kolmeen osaan

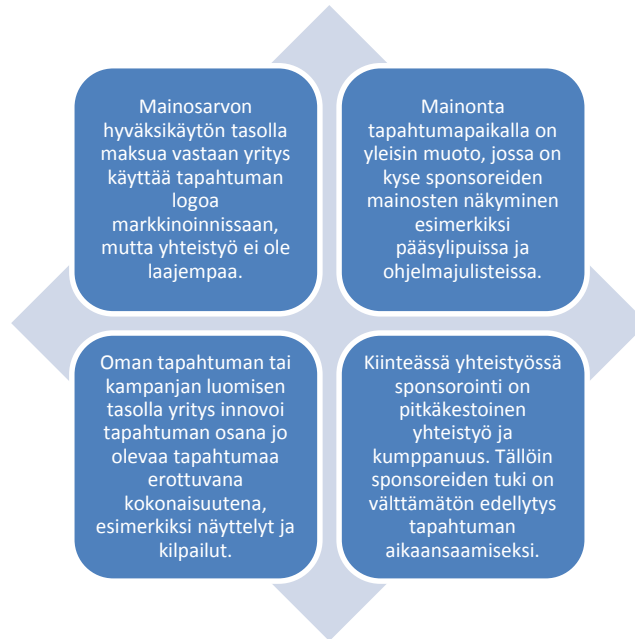
organisaation omaan rahoitukseen, tapahtuman tuottoihin ja ulkopuoliseen avustukseen. (Kauhanen ym. 2002, 59.)

Tapahtuman järjestävällä organisaatiolla voi olla varattuna rahaa tapahtuman järjestämiseen. Joskus tämä raha riittää, joskus taas ei, jolloin tarvitaan muita rahoituslähteitä. Tapahtuma voidaan järjestää maksullisena, jolloin tapahtumaan tulijalta peritään pääsymaksu. Ulkopuolisen rahoituksen hankkiminen on vaikein osa-alue. Rahoitusta on kolmenlaista. Ulkopuolista rahoitusta voivat olla avustukset tai muut rahalla mitattava tuki, esimerkiksi tavaralahjoitukset, tappiontakaus, jota voi saada valtiolta ja kunnalta sekä sponsorit. (Kauhanen ym. 2002, 59–62.)

3.3.2 Sponsorointi

Puhdas sponsorointi on imagon ostamista ja sen hyväksi käyttämistä tiettyihin markkinointiviestinnän tarkoituksiin. Hyödyntämismuotoja sponsoroinnissa ovat tapahtumat ja suhdetoiminta. (Muhonen & Heikkinen 2003,69.)

Yleensä ajatellaan, että on helppo lähteä mukaan sponsoroimaan tapahtumaa tai hanketta. Tärkeä kysymys onkin, kuinka saadaan yhteistyöhankkeet hyödynnettyä niin, että niistä hyötyy molemmat osapuolet yhtä paljon. (Vallo & Häyrinen 2014, 79.) Pelkän yrityksen logon lisääminen sponsoroitavaan tapahtumaan ei yksinään riitä (Muhonen ja Heikkinen 2003, 69). Nykyään halutaan jokaiseen tapahtumaan sponsoreita useastakin syystä (Kauhanen ym. 2002, 69). Sekä Vallo ja Häyrinen (2014, 79–80) että Kauhanen ym. (2002, 70) kuvaavat sponsoroinnin yhteistyötä neljällä tasolla, joka on esitettyinä kuvassa 2.



Kuva 2. Sponsoroinnin yhteistyö neljällä tasolla (Vallo & Häyrinen 2014, 79-80 ; Kauhanen ym. 2002, 70.)

Parhaimmissa tapauksissa hankkeeseen mukaan lähtevä yritys ymmärtää kyseessä olevan mahdollisuuden, jota kannattaa hyödyntää. Nykyisin moni tapahtumajärjestäjä hakee sponsoroinnin tilalle yhteistyökumppaneita, jotka ovat valmiita osallistumaan markkinointiin ja muilla tavoin tapahtuman tekemiseen. (Vallo & Häyrinen 2014, 80.) Kohtaamisia kasvokkain (2003, 70) kirjassa Muhonen ja Heikkinen toteavat saman, mitä Vallo ja Häyrinenkin. Tapahtumasponsorointi on myynninedistämistä, jolla ennen katettiin tapahtuman kustannuksia. Sponsoroiija sai näin logonsa esille tilaisuuteen. Nyt haetaan yhteistyökumppaneita, jotka edistävät tapahtuman myyntiä ja ovat sitoutuneita. Heidän avulla pystytään tavoittamaan tehokkaammin kohderyhmä. (Muhonen & Heikkinen 2003, 70.)

3.4 Tapahtuman toteutus

Ennen tapahtuman alkua on edeltänyt suuri määrä työtä ja järjestelyä, jota ilman tapahtuma ei onnistuisi. Toteutus mitataan sen projektipäällikön, johtajan tai puheenjohtajan, ammattitaidolla, sillä hänen vastuullaan on, että järjestelyt etenevät suunnitelmien mukaan ja aikataulut pitävät. (Iiskola-Keskonen 2004, 11.)

Tapahtuman toteutusvaihe on se hetki, jolloin suunnitelmista tulee totta. Jokaisen tekijän on tunnettava oma roolinsa tapahtuman kokonaisuudessa. Onnistuminen saavutetaan saumattomalla yhteistyöllä. (Vallo & Häyrinen 2014, 168.)

Tapahtumalla on hyvä olla vahva aloitus ja selkeä lopetus, kaikki välillä tapahtuu tarkasti kellotettuna aikataulun mukaan. Aikatauluun vaikuttaa kuitenkin myös tilaisuuden luonne, onko tarkoitus luoda yhteyksiä ja tutustua kävijöihin vai pitää informatiivinen päivä, jossa on tarkoitus oppia mahdollisimman paljon. Tapahtumasta vastaava toteuttaja varmistaa tapahtuman sujuvuutta ja pitää huolen, että se kulkee eteenpäin ongelmitta. Hyvä tapahtuma on rytmitetty oikein. Rytmittämisessä on huomioitava tapahtuman kokonaiskesto, näin osataan jaksottaa tauot ja ohjelma järkevästi. Joskus tapahtumissa tulee odottamista, tällöin on varmistettava, ettei ihmisille tule ikävystynyt olo. Osaava järjestäjä tietää kuinka toimia tällaisessa tilanteessa ja muuttaa aikataulua. (Vallo & Häyrinen 2014, 170–172.)

Tapahtuman alkaessa on kaiken oltava valmista, vaikka ilmenisikin erilaisia tilanteita ja ongelmia, niistä tulee selvitä. On tärkeää osata erottaa isot ongelmat pienistä tapahtuman aikana. Ne eivät välttämättä vaikuta tapahtuman onnistumiseen tai osallistujien tyytyväisyyteen. Tarvittavat toimenpiteet on syytä tarvittaessa delegoida eteenpäin. Projektipäällikön tulee pitää aina rauhallisuutensa eikä hän saa jumittaa itseään mihinkään yksittäiseen tehtävään tapahtumassa. Erityisen tärkeä tehtävä projektipäälliköllä on, luoda innostava ja hyvä tunnelma, mikä kannustaa tekijöitä viihtymään työtehtävissään. Hyvä ilmapiiri auttaa monesti ongelmien ratkaisussa ja tuntuu itse tapahtumassa. (Liskola-Keskonen 2004, 11.)

3.5 Tapahtuman jälkeiset toimet

Kun tapahtuma on ohi, on se päätettävä selkeästi ja arvioitava. Jälkitoimenpiteet voidaan jakaa neljään osaan. Ensimmäinen osuus on tapahtuman arviointi, toinen on oman väen ja yhteistyökumppaneiden kiittäminen, kolmas on oman väen palkitseminen ja neljäs kirjallisen loppuraportin tekeminen. (Kauhanen ym. 2002, 125.) Näin tapahtuman järjestäjät osoittavat mukana olleille arvostaneensa heidän panostaan tapahtumaan. Lisäksi kerätystä palautteesta tehdystä yhteenvedosta oppii uutta ja seuraavan tapahtuman suunnittelu helpottuu, kun on edelliset opit ja oivallukset käytössä. (Vallo & Häyrinen 2014, 185.)

Arviointi on keskeinen osa tapahtumassa ja se jakaantuu useaan vaiheeseen. Ensimmäinen osio on tapahtumassa tehtävä arvioiva mielipidekysely osanottajille. Kyselyn voi toteuttaa oma väki tai sen voi ulkoistaa. (Kauhanen ym.

2002, 125.) Vallo ja Häyrinen (2014, 188) mukaan on tärkeää saada tietää osallistujien kokemus tapahtumasta, päästiinkö tavoitteisiin ja mitä olisi voitu tehdä toisin. Tätä tietoa tulee verrata lähtötilanteeseen eli tapahtuman tavoitteisiin. Toinen osio on tapahtuman jälkeen pidettävä palaveri, jota kutsutaan kritiikkipalaveriksi. Siihen osallistuu kaikki järjestelyissä mukana ollut väki ja sen tarkoituksena on käydä tapahtuman kulku, onnistumiset ja epäonnistumiset nopeasti ja selkeästi läpi. Kolmantena vaiheena on kirjallinen loppuraportti, jonka laatii projektipäällikkö joukkoineen pian tapahtuman jälkeen. Neljäntenä vaiheena on raportin käsitteleminen ylimmällä toimeksi panijalla, esimerkiksi yhdistyksen hallituksella, joka tekee omat johtopäätöksensä tapahtumasta ja vertaa raporttia tavoitteisiin. (Kauhanen ym. 2002, 125–127.)

Hyviin tapoihin ja hyvin suunniteltuun tapahtumaan kuuluu tapahtuman järjestäjien kiittäminen tapahtuman jälkeen (Vallo ja Häyrinen 2014, 186). Taloudellinen palkitseminen ei ole sopivaa, vaan painopisteen tulee olla ei-taloudellisella puolella. Voidaan pyytää uudelleen seuraavaan tapahtumaan haasteellisempiin ja näkyvämpiin tehtäviin tai antaa kunniakirja mukana olemisesta. (Kauhanen ym. 2002, 127.) Kiitoskukat ja viesti onnistuneesta tapahtumasta ovat myös kaunis ele järjestäjiltä (Vallo & Häyrinen 2014, 186).

Kun tapahtumaa on etukäteen mainostettu sisäisesti ja ulkoisesti, on hyvä tiedottaa jälkikäteen sen kulusta ja onnistuneisuudesta. Keskeisiä sidosryhmiä ja sponsoreita on syytä kiittää tuesta ja osallistumisesta tapahtumaan. Kirje, kiitoskortti tai henkilökohtainen käynti ovat yleisiä tapoja antaa tunnustusta. (Kauhanen ym. 2002, 127.) Hyvientapojen mukaan kiittäminen tulee tehdä kahden viikon kuluessa tapahtumasta, Vallo ja Häyrinen (2014, 187) kirjoittavat.

4 ITSENÄISYYSPÄIVÄN GAALA 2014

Itsenäisyyspäivän on Suomessa erityisen tärkeä ja juhlittu pyhäpäivä. Päivää vietetään vuoden 1917 itsenäistymisen kunniaksi 6. joulukuuta, mutta se on saanut erityishuomiota toisen maailmansodan jälkeen ja tapana on muistaa erityisesti veteraaneja sekä niitä, jotka kaatuivat sodassa isänmaan puolesta. Seljavaara ja Kärjä (2005, 163) kuvaavat kirjassaan Juhlat alkakoon!: vuotuisia tapoja ja perinteitä itsenäisyyspäivää seuraavasti: *Kansallispäivä on osa itsenäisen valtion identiteettiä, kuten ovat kansallislaulu, lippu sekä vaakuna.* Seljavaara ja Kärjä kirjoittavat päivän muistuttavan valtion itsenäisestä ole-

massaolosta ja kansan yhteenkuuluvuudesta. Tasavallan presidentin vastaanotto on useille suomalaisille itsenäisyyspäivän kohokohta, ja sitä seurataan televisiossa suorana, ja ihastellaan Suomen seurapiirien pukuloistoa. Sinivalkoinen valonjuhla ovat koko kansan, eikä ole tavatonta, että monissa kaupungeissa järjestetään tapahtumia itsenäisyyden kunniaksi, myös opiskelijoiden toimesta. (Seljavaara & Kärjä 2005, 163–165.)

Tässä osiossa olen käyttänyt lähdemateriaalina opiskelijaraporttia liiketalouden projektityöstä. Työn suorittivat Sari Hatara, Teemu Niemelä ja Cristina Tukiainen. Raportti on suuruudeltaan liian laaja käytettäväksi liitteenä, joten päädyin käyttämään sitä lähteenä. Vuoden 2014 itsenäisyyspäivän gaalan järjestäminen pohjautuu täysin heidän raporttiinsa.

4.1 Gaala

Heimon Itsenäisyyspäivän gaala järjestettiin 2. joulukuuta Kouvolan kaupungintalolla. Juhla järjestettiin Heimon toimesta neljännen kerran ja gaalasta on muodostunut perinne, joka päättää opiskelijoiden syyslukukauden. Heimo peri tapahtuman entiseltä liiketalouden yhdistykseltä Kapitalta, joka oli järjestänyt gaalaa aiemmin. Juhlan kohderyhmänä ovat Kymenlaakson ammattikorkeakoulun Kouvolan kampuksen opiskelijat ja henkilökunta, mutta kotkalaiset opiskelijat ovat tervetulleita juhlimaan, ja heille markkinoidaan gaalaa. Tapahtuma kesti neljä tuntia ja ilta jatkui Sokos Hotelli Vaakunan Aula-baarissa pikkutunneille asti. Gaalan pääsylippu sisälsi ruokailun ja ilmaisen sisäänpääsyn jatkoille. Juhlat koostuivat alkumaljasta, kolmen ruokalajin illallisesta, juhlapuheista, paritanssista ja valokuvan otattamisesta valokuvaajalla tapahtumassa. Lisäksi juhlijoilta kerättiin palautetta illasta ja vastanneiden kesken arvottiin palkintoja. (Hatara, Niemelä & Tukiainen 2015, 5-6)

4.2 Gaalan järjestäjät ja suunnittelu

Gaalan järjestäjänä toimi Heimo ry, joka antoi toimeksiannon järjestämiseen liiketalouden opiskelijoille projektityönä. Gaalaa alkoivat työstää Teemu Niemelä, Sari Hatara ja Cristina Tukiainen. Tapahtumajulisteen ja kutsun suunnitteli ja toteutti ulkopuolinen graafisen muotoilun opiskelijat Meeri Heikkilä ja Sanja Fagerström. (Hatara, Niemelä & Tukiainen 2015, 5, 14)

Illan suunnittelu alkoi jo keväällä 2014, jolloin suunniteltiin aikatauluja tapahtumalle. Syyskuussa valittiin tapahtumalle ajankohta ja varattiin juhlapaikka. Paikaksi valikoitui Kouvolan kaupungintalo, jossa on aikaisemminkin järjestetty

kyseenomaista gaalaa, joten tila oli tuttu järjestäjille. Ajankohta määräytyi itseinäisyyspäivän mukaan samalle viikolle ja piti varmistaa, ettei tule päällekkäisyyksiä Kouvolan kaupungin juhlan kanssa. Päiväksi siis valikoitui 2. joulukuuta. Marraskuussa kuukausi ennen gaalaa, suunniteltiin teemanmukaisia koristeluja. Järjestäjät päättivät budjetoida enemmän koristeisiin, joita käytettäisiin tulevina vuosina gaalassa, ja tarvittaessa jäisi enemmän budjetoitavaa muuhun.

Ohjelmarungossa otettiin mallia edeltävien vuosien ohjelmista. Ruokailuaikaa pidennettiin, ja ohjelma-aikaa lyhennettiin edeltävään vuoteen verrattuna. (Hatara, Niemelä & Tukiainen 2015, 5-6)

4.3 Rahoitus

Tapahtuman rahoittajina toimivat sponsorit, joista merkittävimpiä ovat Heimo sekä Kupla. Juhlan muina tukijoina olivat Kymenlaakson ammattikorkeakoulu, Kouvolan kaupunki ja Opiskelijakunta Klaani. (Liite 1: Budjetti.)

Järjestäjät ottivat mallia budjettiin edelliseltä vuodelta, jossa paikan vuokra, osallistujamäärä ja muut kulut olivat samat. Budjetti piti ja tapahtuma tuotti tänä vuonna myös voittoa järjestäjälle. (Hatara, Niemelä & Tukiainen 2015, 5)

4.4 Markkinointi

Markkinoinnin alussa järjestäjät päättivät tapahtuman ajankohdan, paikan, pukukoodin sekä lippujen hinnan. Järjestäjät halusivat suunnitella tapahtumalle uuden ulkoasun, johon värvättiin graafisen muotoilun opiskelijat suunnittelemaan. Graafikot suunnittelivat gaalan tapahtumajulisteen, kutsun sekä Facebook-sivun (Liite 2: Juliste, Liite 3: Kutsu). (Hatara, Niemelä & Tukiainen 2015, 13–14)

Gaalaa markkinoitiin hyvissä ajoin lokakuussa Kymenlaakson ammattikorkeakoulun Kasarminmäen ala-aulassa. Tarkoituksena oli päästä lähelle opiskelijoita markkinoimaan ja saada opiskelijat ja henkilökunta tietoiseksi tulevasta juhlasta. Samalla oli antaa gaalaan tulijoille mahdollisuus varautua juhlavaatteiden hankinnassa, harkita osallistumista ja varata liput etukäteen. (Hatara, Niemelä & Tukiainen 2015, 14)

Pääpaino markkinoinnissa oli Facebookissa, jossa kohderyhmille lähetettiin kutsu tapahtumaan. Tapahtumakutsussa oli lisäksi tarkemmin tietoa gaalan ajankohdasta, paikasta, pukukoodista ja sisällöstä. Lisäksi tapahtumakutsussa pystyttiin pitämään juhlaan tulijat ajan tasalla lippujen riittävydestä. Erilaisia

Facebook-ryhmiä käytettiin markkinointikanavana juhlaa mainostettaessa. Käytössä olivat Kymenlaakson ammattikorkeakoulun opiskelijoiden infotauluryhmä, Heimon oma Facebook-sivu ja opiskelijoiden omien luokkien ryhmät. Marraskuun lopussa, kun lippujen myynti varsinaisesti aloitettiin, sitä mainostettiin Facebookissa Heimon sivuilla ja tapahtumankutsussa. (Hatara, Niemelä & Tukiainen 2015, 14)

Markkinointiprosessi oli onnistunut ja liput myytiin loppuun jo marraskuussa. Lippujen ennakkovarauksessa liput varattiin loppuun lokakuussa ja niitä kyseltiin lisää vielä loppuunmyynnin jälkeen. Peruutuslipuille oli kova kysyntä aina gaalaan asti. Markkinoinnin tarkoituksena oli myös *kehittää Heimo ry:n mainetta ja brändiä, jossa Heimo ry pääsi kohtaamaan sidosryhmänsä samassa ympäristössä* (Hatara, Niemelä & Tukiainen 2015, 14). Tässä he onnistuivat, kun markkinoivat tapahtumaa aulassa, eikä lippujen kysyntä ei ole ollut Heimon aikana näin kova.

4.5 Lupa-asiat

Gaala järjestettiin Kouvolan kaupungintalolla, jossa tarjoilusta illan aikana vastasi kaupungintalon ravintola Leiviskä. Ravintolalla on tarvittavat luvat kunnossa, joten järjestäjien ei tarvinnut niitä erikseen hankkia. Ainoastaan kerrottiin vieraille, että anniskelualue kattaa vain yläkerran, eikä alakertaan saanut viedä juomia. Ainoat luvat, jotka järjestäjille jäi olivat musiikin toistamiseen liittyvät lupa-asiat. Gramexin lupa tehtiin sähköisesti heidän sähköisen lomakkeen avulla ja Teostolle lähetettiin postitse paperinen lomake. (Hatara, Niemelä & Tukiainen 2015, 5.)

5 TUTKIMUSPROSESSI

Tutkimus on luova prosessi, mikä voi olla teoreettista kirjoituspöytä tutkimusta tai empiiristä eli havainnoivaa tutkimusta. Tutkimuksen tavoitteena on saada vastauksia tutkimusongelmasta johdettuihin kysymyksiin. Onnistumisen edellytyksenä on oikean kohderyhmän ja tutkimusmenetelmän valinta. (Heikkilä 2014, 12.) Tutkimuksen tekeminen sisältää teoreettista pohdintaa ja monia käytännön järjestelyitä ja toimintaa. Tutkimusongelmaa valittaessa ja rajatessa joudutaan pohtimaan toteuttamiseen liittyviä kysymyksiä. Tutkijan on mietittävä alussa konkreettisia järjestelyitä, otettava huomioon ajankäyttö, kustannukset ja aineiston keräämismetodit sekä päätettävä toiminta tavat. Jos tutki-

mus on saatava lyhyessä ajassa valmiiksi, on tutkijan hyvä välttää tutkimustilanteita, joissa aineiston hankintaan ja analyysiin menee pitkä aika. Menetelmän valintaa ohjaa se, minkälaista ja keneltä tai mistä tietoa etsitään. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2014, 177–179, 184.)

5.1 Tutkimusmenetelmät

Tutkimusmenetelmän ratkaisee tutkimusongelma ja tavoite. Menetelmä vaihtoehtoja on useita, jolloin valinta niiden väliltä on vaikea, mutta aina ratkaisu ei ole ainoa oikea. Tutkimusmenetelmänä käytettiin tässä opinnäytetyössä kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusmenetelmää. (Heikkilä 2014, 12, 15.)

Paikan päällä toteutettava kysely, jossa vastaaja itse lukee kysymyksen ja vastaa siihen, toimii hyvin isolle ja hajanaiselle ihmisjoukolle ja voidaan toteuttaa esimerkiksi jossakin tapahtumassa. Parhaiten tällainen kysely toimii, kun tutkimusongelma ei ole laaja ja kysymykset ovat tarkkaan laadittu (Vilkkä 2005, 74–75).

Kvantitatiivista tutkimusta voidaan myös kutsua tilastolliseksi tutkimukseksi ja sen avulla selvitetään lukumääriä ja prosenttiosuuksia. Tutkimus edellyttää riittävän suurta otosta onnistuakseen. Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla saadaan kartoitetuksi olemassa oleva tilanne. (Heikkilä 2014, 15.) Määrällinen tutkimus edellyttää ymmärrystä olemassa olevaan ilmiöön teorioiden ja mallien avulla (Kananen, 2012, 31).

Tutkimuksen yleisin tiedonkeräämistapa on kyselylomake. Tutkittavan kysymyksen tekijät muutetaan muuttujiksi, joita tutkitaan tilastollisin menetelmin. Tilastollinen tutkimus on pitkälti muuttujien mittaamista, suhteiden välisten vuorovaikutusten ja tekijöiden ilmenemisen määrällistä laskemista. Kvantitatiivinen tutkimus pyrkii yleistämään. (Kananen, 2011, 12–13, 17.) Heikkilä ja Kananen painottavat kvantitatiivisessa tutkimuksessa tuntemaan tutkittavan tekijät, jotka vaikuttavat ilmiöön. Tuloksena saadaan lukuja, joilla tehdään erilaisia tilastotieteellisiä laskutoimituksia. Kvantitatiivisia laskutoimituksia ei voida suorittaa, jos ei tiedetä mitä lasketaan, siksi on hyvä tietää sisäiset ja ulkoiset tekijät. (Kananen, 2012, 31–32.)

Opinnäytetyön kvantitatiivisen tutkimuksen aikana on tehty jossakin vaiheessa kvalitatiivista eli laadullista tutkimusta. Tämän seurauksena on syntynyt teoria tai malli. Laadullinen tutkimus käyttää sanoja ja lauseita numeroiden sijaan. Tarkoituksena on ilmiön kuvaaminen, kun taas määrällinen tutkimus pyrkii

yleistämään. Laadullista tutkimusta voidaan käyttää määrällisen tutkimuksen syventämiseen ja ymmärtämiseen. (Kananen, 2012, 29–31.) Valli kirjoittaa kirjassa Ikkunoita tutkimusmetodeihin (2015, 106) laadullisen tarkkailun olevan vaihtoehtoinen tapa tutkia avoimien kysymysten vastauksia. Opinnäytetyössä on käytetty kvalitatiivista tutkimusta avointen kysymysten tutkimisessa ja tulosten ymmärtämisessä.

5.2 Kyselylomakkeen laatiminen

Kyselylomake on määrällisen tutkimuksen tavanomaisin aineiston keräämistapa (Vilkka 2005, 73). Tutkimuksen onnistumisen perusedellytyksiä ovat oikea kohderyhmä ja hyvät kysymykset. Lomakkeen kysymykset kannattaa suunnitella hyvin, koska yksi suurimmista virheiden aiheuttajista on kysymysten muoto. On myös hyvä huomioida, kuinka tarkkoja vastauksia halutaan ja kuinka tarkkoja tietoja on mahdollisuus kerätä. (Heikkilä 2014, 45–46.) Tutkijan on siis oltava perillä tutkimuskysymyksestä ennen kuin aloittaa kysymysten laatimisen. Kyselyn onnistumista voidaan tehostaa lomakkeen laadinnalla ja kysymysten tarkalla suunnittelulla. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2014, 198.)

Hyvä kyselylomake on sekä selkeä että siisti, teksti ja kysymykset on selkeästi aseteltu ja niihin on helppo vastata eikä lomake ole liian pitkä. Hyvä lomake saa vastaajan tuntemaan vastaamisen tärkeäksi. (Heikkilä 2014, 47.) Lomakkeen pituutta tulee pohtia huolella. Liian pitkä lomake saa vastaajan luovuttamaan vastaamisesta. Pituus vaihtelee kohderyhmän ja vastausinnostuksen vaikuttaa kysymysten aihealue. (Valli & Aaltola 2015, 87.) Kysymysten järjestyksessä ja johdonmukaisuus on vastaajan kannalta tärkeää. Kysymyksistä ja niiden järjestyksestä olisi tunnistettavissa juoni. (Vilkka 2005, 87.) Molemmat Heikkilä (2014) ja Vilkka (2005) toteavat, että lomake on testattava ennen kyselyn toteuttamista. Näin saadaan selville toimiiko lomake, kuten on toivottu ja helpotetaan vastaajan vastaamista.

Lomakkeen alkuun on syytä sijoittaa helppoja kysymyksiä. Näiden avulla saadaan vastaaja kiinnostumaan vastaamaan kyselyyn. (Heikkilä 2014, 46.) Kysymyksiä voidaan esittää monella eri tavalla, mutta yleisimmin käytetään kolmea muotoa, jotka ovat avoimet kysymykset, monivalintakysymykset ja asteikkokysymykset. Asteikkokysymyksissä yleisin kysymystapa on Likertin asteikko, joka on tavallisimmin 5- tai 7-portainen ja vaihtoehdot ovat nousevassa

tai laskevassa skaalassa. (Hirsjärvi ym. 2014, 198–200.) Tapahtuman kyselylomakkeessa käytettiin kaikkia kolmea muotoa kysymyksille sopivalla ja lomakkeen toimivalla tavalla.

5.3 Kyselylomake Itsenäisyyspäivän gaalaan

Kyselylomake Itsenäisyyspäivän gaalaan toteutettiin yhteisesti tapahtuman järjestäjien kanssa. Kyseessä oli ensimmäinen kerta, kun tapahtumasta kerättiin palautetta, joten esimerkki lomaketta tai muuta materiaalia ei ollut käytettävissä. Lomake koostuu Likertin asteikosta, kahdesta taustakysymyksestä, tarkentavista kysymyksistä ja avoimesta kysymyksestä. Lomake on katsottavissa opinnäytetyön lopussa liitteenä 4.

Järjestäjiä kiinnosti tietää gaala vieraiden koulutusala, jotta osataan jatkossa kohdentaa markkinointia. Koulutusalojen avulla osattaisiin myös katsoa, kuinka moni kävijöistä on Kouvolasta ja kuinka moni Kotkasta. Lisäksi haluttiin tietää kuinka moni vieraista oli koulun henkilökuntaa.

Järjestäjiä kiinnosti erityisesti tietää, mistä vieraat olivat saaneet tietää tapahtumasta. Koska järjestävän yhdistyksen varat ovat rajalliset, haluttiin tietää, mitä markkinointikanavia käytettäisiin jatkossakin. Valmiita vastausvaihtoehtoja olivat Facebook, koulun käyttämä viikkotiedote, tapahtumajulisteet, ständi ja ystävät. Viimeinen tarkentavalla kysymyksellä haluttiin kerätä tietoa, kuinka moni osallistuisi uudelleen gaalaan. Kysymyksellä pystyttiin kartoittamaan hie- man alustavasti ensi vuoden gaalan mahdollista osallistujia määrää. Vastauksessa oli otettu huomioon myös ”en osaa sanoa”- vaihtoehto, jottei mahdollisesti kielteinen vastaus saisi suurinta osuutta vastauksista.

Likertin asteikolla vierailijoita pyydettiin arvioimaan gaalan kokonaiskuvaa seitsemän tarkentavin kohdin. Asteikkona toimivat 1-5 arvosanat (5= erinomainen 4= hyvä 3= ok 2= tyydyttävä 1= huono) sekä kohta 0 eli en osaa sanoa. Tällä pyrittiin minimoimaan tyhjät vastaukset tai johdattelu. Tarkentavat kohdat olivat tapahtuman markkinointi, lipun hinta, gaalan sijainti, tilan koristelu, illan tarjoilu, gaalan esiintyjä ja illan ohjelma. Kysymykset rajattiin näihin, koska ne olivat gaalan järjestämisen keskeisimmät asiat, joita parantamalla gaalaa pystyy jatkossa kehittämään.

Avoimena kysymyksenä lomakkeen lopussa oli kohta, johon vieraat pysyivät kertomaan omin sanoin, mitä oli jäänyt illasta puuttumaan. Avoimella kysymyksellä haettiin kehittämisideoita gaalalle. Vastauksien avulla järjestäjät pysyisivät hahmottamaan gaalaa paremmin kävijän silmin sekä huomaamaan

asioita, mitä ei olisi tullut mieleen järjestäessä.

Lomakkeen lopussa oli katkoviivan alla kohta, johon vastaaja pystyi jättämään oman nimensä, jos halusi osallistua arvontaan. Arvonnalla myös houkuteltiin vastaajia vastaamaan kyselyyn. Lomakkeen täyttämisen lopuksi vastaaja pystyi leikkaamaan nimiosan irti ja osallistumaan arvontaan, tällä myös varmistettiin, että kyselyvastaukset pysyisivät anonyymeina. Palkintona oli jouluisia lahjakoreja. Vilkka (2005, 74) sanoo, että kyselylomakkeen etuna on, että vastaaja jää aina anonyymiksi.

5.4 Aineiston keruu ja käsittely

Sain tehtäväksi koota kyselylomakkeen ja toteuttaa sen pohjalta kehittämissuunnitelma opinnäytetyönä Heimolle vain muutama viikko ennen Itsenäisyyspäivän gaalaa. Aikaa ei jäänyt kovinkaan paljon, ja järjestäjillä oli kiirettä järjestämisen kanssa. Järjestäjillä oli toive saada kerättyä mahdollisimman kattavasti ja tarkasti arviota gaalasta. Lomakkeen tuli olla lyhyt ja helppo täyttää, mutta sisältää kaikki tarvittava tieto.

Aluksi pohdittiin, että lomake olisi lähetetty jälkeempään gaalassa osallistuneille sähköpostitse, mutta pelättiin kadon olevan liian suuri ja vieraiden jo unohtaneen suurimman osan gaalasta. Päädyttiin tekemään paperinen kyselylomake, joka täytettäisiin gaalassa. Tällä toivottiin vastausprosentin olevan suurempi ja tiedon tuoreessa muistissa. Haittana oli olemassa, että vastaaja ei osaa vastata kysymyksiin liian aikaisessa vaiheessa iltaa. Päädyttiin ilmoittamaan vieraille kyselystä alkuillasta ja opastamaan heitä täyttämään lomake ruokailun jälkeen.

Kysely oli arvontalipuke ja näin osa arvontaa, joka sijoitettiin ohjelmassa viimeisimmäksi ohjelmanumeroksi. Tällä varmistettiin järjestäjän kanssa, että kato ei kävisi liian suureksi. Kyselylomake sijoitettiin tanssisalin puolelle ison joulukuusen viereen pöydälle. Pöydälle laitettiin valmiiksi kyniä, palautuskori sekä sakset arpalipukkeen leikkaamista varten. Yksi järjestäjistä seisoitellen auttamassa vastauksissa.

Kustannuksia lomakkeen tulostuksesta ja laatimisesta sisällytettiin tapahtumabudjettiin. Arpajaispalkinnot oli budjetoitu jo valmiiksi. Kynät ja sakset lainasin Heimolta, joista ei tullut lisäkustannuksia.

Vastauslomakkeet otin mukaani samana iltana. Lomakkeiden tiedot kirjasin IBM SPSS Statistics-ohjelmaan, joka on tilastotieteelliseen analysointiin erikoistunut ohjelma. Ohjelmalla oli helppoa ja nopea tuottaa tarvittavat analyysit

opinnäytetyötä varten. (Heikkilä 2014, 118–119.) Tietojen kirjaaminen ja tulosten tuottaminen vei muutaman päivän aikaa.

6 TUTKIMUSTULOKSET JA TULOSTEN ANALYSOINTI

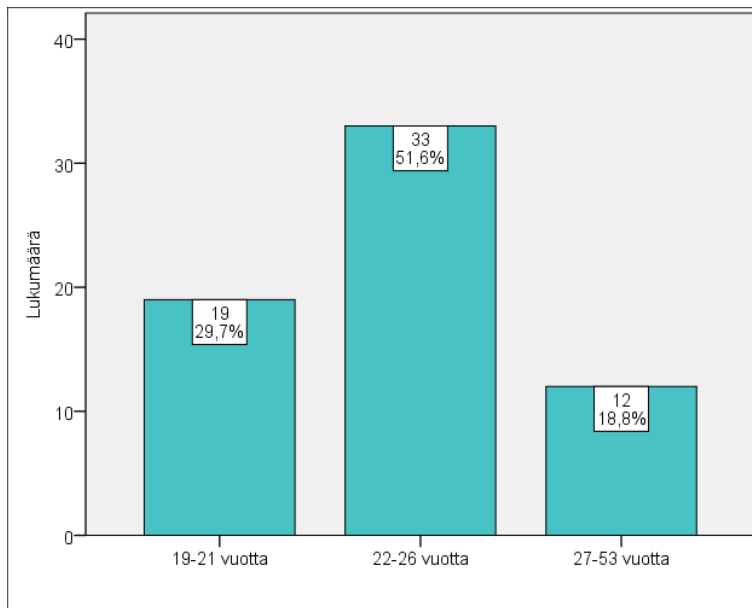
Luvussa käsitellään itsenäisyyspäivä gaalan 2014 tyytyväisyyskyselyn tutkimustulokset. Analysointi tapahtuu kysymyskohtaisesti ja tulokset on esitelty prosentuaalisesti ja tukena on käytetty pylväsdiagrammeja.

Ennen gaalaa tarkoituksena oli saada kaikki 100 lippua myytyä. Edellisvuosien perusteella oletettiin, että lipun ostaisi noin 90 henkilöä, joista osa saapuisi paikalle. Onnistuneen gaalan tavoitteeksi asetettiin saada suuri osallistujamäärä, mikä saavutettiin onnistuneen markkinoinnin avulla. Juhlan vierasmääräksi arvioitiin 97 kävijää. Toiveotannaksi kyselyyn haluttiin yli puolet kävijöistä. Kysely oli samalla illan arpajaislippuke, jolla toivoimme lisää mielenkiintoa kyselyä kohtaan. Palkintona oli muutama jouluihin lahjakori. Lopulliseksi otannaksi muodostui 64 vastausta, mikä on 66 prosenttia. Vastaajamäärä toteutui erinomaisesti, kuten gaalaan kävijämääräkin.

Tutkimuksessa on tarkoitus selvittää tulosten perusteella, mikä gaalassa onnistui ja missä olisi parannettavaa. Avointen kysymysten avulla pyritään etsimään kehittämisideoita vuoden 2015 itsenäisyyspäivän gaalaan, joka tulee olemaan Heimon järjestämänä viides kerta.

6.1 Taustakysymykset

Vastaajista kukaan ei jättänyt vastaamatta ikäänsä kyselyssä. Kaikkien vastaajien ikä jakautui 19–53-vuotiaisiin. Jaoin vastaajien iät kolmeen ikäkaumaan. Vastaajista 29,7 prosenttia oli väliltä 19–21-vuotta, 51,6 prosenttia oli 22–26-vuotta ja 27–53-vuotiaita oli alle 20 prosenttia, joka oli selvä vähemmistö kävijöistä. Jakauma käy ilmi kuvasta 3.



Kuva 3. Vastanneiden ikäjakauma

Vastanneista selvästi eniten oli 22–26-vuotiaita, mikä on keski-ikä ammattikorkeakoulun opiskelijoilla (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2014, 14). Kaikki vastaajista oli täysi-ikäisiä, mikä oli vaadittavaa gaalan alkoholitarjonnan vuoksi.

Taulukosta 1 käy ilmi vastaajien koulutusala tai työtehtävä. Vastaajista yksi jätti tyhjäksi koulutusalansa tai työtehtävänsä ja yksi ei antanut selvää vastausta kysymykseen. Galaan osallistujista suurin osa oli liiketalouden tai muotoilun opiskelijoita, joilla oli eroa vain yhden vastaajan ero. Koulun henkilökunnasta juhlaan osallistui kolme, joista yksi oli kutsuvieras. Kotkasta osallistui kolme opiskelijaa, mutta sosiaali- ja terveystieteiden opiskelijoita on sekä Kouvossa että Kotkasta, minkä vuoksi tästä ei saa varmaa tietoa. Muita osallistujia olivat viestinnän opiskelijat ja englanninkielisen liiketalouden opiskelija. Galaan ovat kiinnostuneet selvästi eniten Kouvolan kampuksen opiskelijat, jotka ovat tapahtuman kohderyhmä.

Taulukko 1. Vastanneiden koulutusala tai työtehtävä tausta

	Frekvenssi	%
Liiketalous	25	40,3
Muotoilu	24	38,7
Sosiaali ja terveys	4	6,5
Henkilökunta	3	4,8
Viestintä	2	3,2
International Business	1	1,6
Merenkulun insinööri	1	1,6
Puutekniikka	1	1,6
Rakennustekniikka	1	1,6
Yhteensä	62	100,0

6.2 Itsenäisyyspäivän gaalan 2014 onnistuminen

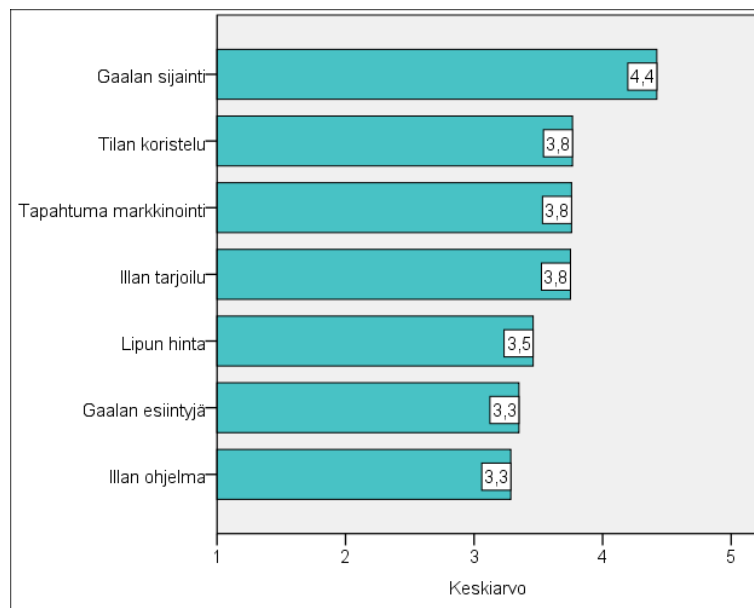
Järjestäjä kiinnosti tietää erityisesti, mistä kohderyhmä sai tietonsa tapahtumasta. Heimon budjetti on rajallinen, eikä mahdollisuutta markkinointiin opiskelijatapahtumissa ole, joten mainostuskanavat olivat kehittämisen kannalta tärkeää. Suurin markkinointi tapahtui sosiaalisessa mediassa ja julisteiden avulla. Tämä on yhdistykselle halvin mahdollinen tapa saada mainontaa tapahtumilleen.

Vastaajat pystyivät valitsemaan kysymyksessä monta eri vastausvaihtoehtoa, näin ollen syntyi suurempi vastausmäärä kuin 64 vastaajaa. Vastaajista 60,9 prosenttia sai tiedon Facebookista, mikä oli huomattavasti eniten. Ystävältään tiedon oli saanut 59,4 prosenttia, julisteen oli nähnyt 32,8 prosenttia ja koulun viikkotiedotteesta gaalasta oli lukenut 14,1 prosenttia. Vastauksien jakautumisen näkee taulukosta 2. Koulun aulassa tapahtuneen markkinoinnin oli huomannut vain kuusi henkilöä eli alle 10 prosenttia vastanneista, mikä yllätti ja jäi hienoiseksi pettymykseksi. Järjestäjät olivat antaneet suurta painoarvoa aulassa markkinoinnille.

Taulukko 2. Mistä saitte tiedon gaalasta?

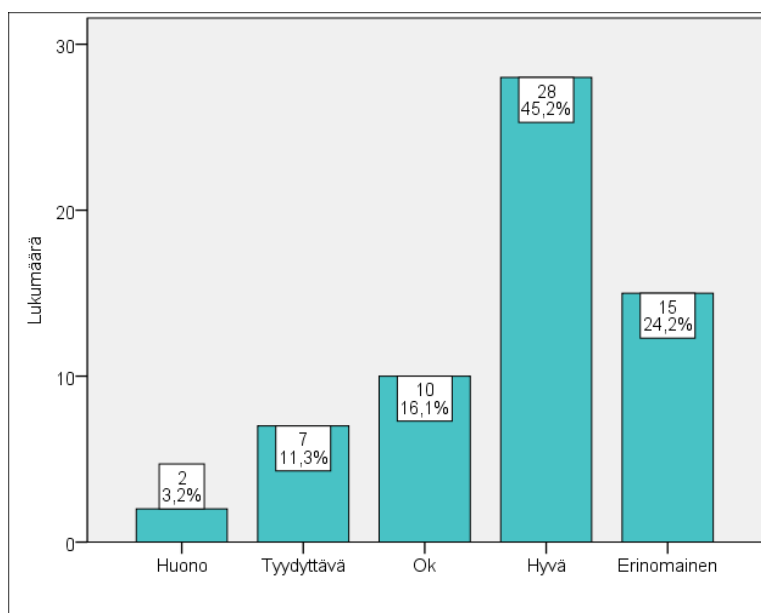
	Frekvenssi	%
Facebook	39	60,9%
Viikkotiedote	9	14,1%
Julisteet	21	32,8%
Ystävältä	38	59,4%
Ständi	6	9,4%
Yhteensä	113	176,6%

Taustatietojen jälkeen vastaajia pyydettiin arvioimaan tilaisuutta kokonaisuutena. Kysymyksiä oli seitsemän ja vastaajat arvioivat osa-alueita asteikolla 1-5:een (1= huono, 2= tyydyttävä, 3= ok, 4= hyvä, 5= erinomainen). Lisäsin valintoihin asteikon (0=en osaa sanoa), jotta ei muodostuisi tyhjiä vastauksia.



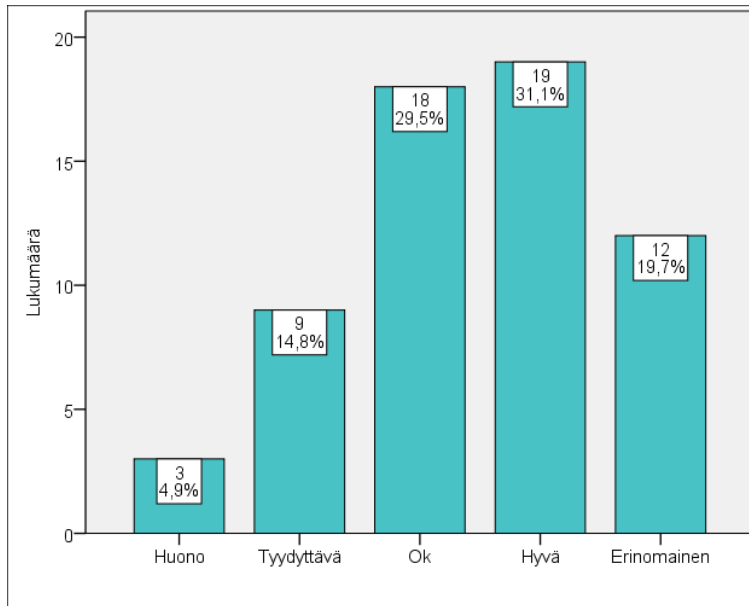
Kuva 4. Vastaajien arvio Itsenäisyyspäivän gaalasta kokonaisuudessaan

Kuvassa 4 on koottuna kaikki arvioitavat kohdat. Kokonaiskeskiarvoltaan gaala oli lähes neljän arvoinen. Gaalan sijainti sai eniten kiitosta yli neljän keskiarvolla. Tilan koristelu, tapahtuma markkinointi ja illan tarjoilu olivat lähes yhtä hyviä. Illan esiintyjä ja illan ohjelma eivät vastaajien mielestä olleet erityisen hyviä, mikä oli odotettavissa huonon äänentoiston ja viivästyksien takia. Lipun hinta mietityttää joka vuosi, mutta vastaajien mielestä se on sopiva.



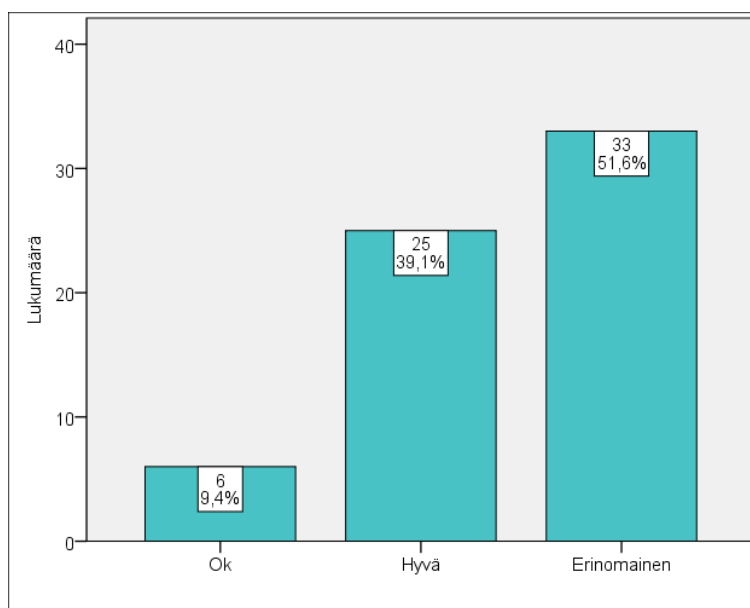
Kuva 5. Itsenäisyyspäivän gaalan markkinointi

Järjestäjiä kiinnosti vuoden 2014 gaalan järjestelyissä selvittää, kuinka hyvin markkinointi saavuttaa kohderyhmän. Kuvassa 5 on nähtävissä tapahtumamarkkinointi vastaajien arvion mukaan. Kävijät arvioivat saamansa tiedon tapahtumasta ja arvosanaksi tuli hyvä 45,2 prosentilla, mikä on selvä enemmistö vastauksissa. Vain kaksi vastaajaa oli jättänyt vastaamatta kysymyksen. Erinomaisen markkinoinnin antoi 24,2 prosenttia, 16,1 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, että markkinointi oli ihan onnistunutta. Markkinoinnin tyydyttävästi mielsi 11,3 prosenttia vastaajista, ja kaksi vastaajaa koki markkinoinnin huonoksi. Kaiken kaikkiaan vastaajat kokivat markkinoinnin tavoittaneen heidät käytössä olleilla keinoilla.



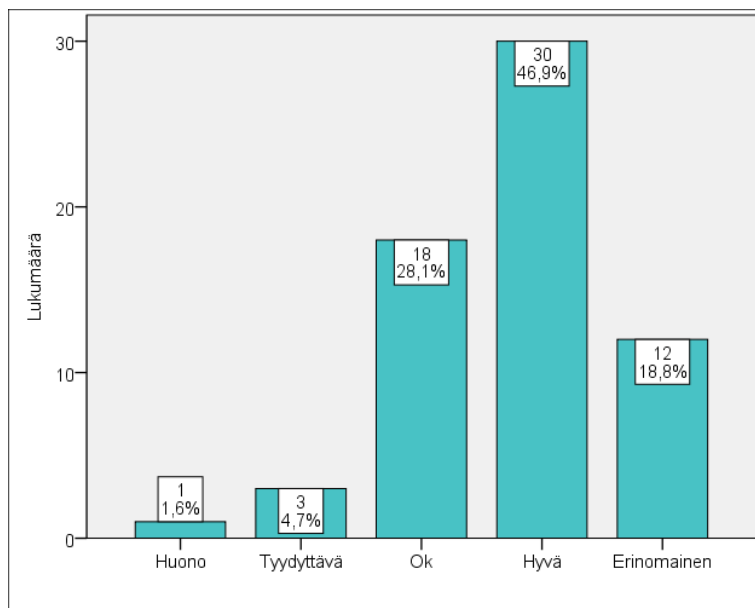
Kuva 6. Itsenäisyyspäivän gaalan lipun hinta

Vastaajista kolme ilmoitti olevansa tietämätön lipun hinnasta, minkä vuoksi heitä ei näy diagrammissa (kuva 6). Nämä vastaajat ovat mahdollisesti olleet tapahtumaan kutsuttuja kutsuvieraita. Lipun hinta oli 19 vastaajaan mielestä hyvä, joka oli lähes saman verran kuin ”ok” vastauksen antaneet 29,5 prosenttia vastaajista. Erinomaisen antoi 19,7 prosenttia, ja 14,8 prosenttia mielsi hinnan tyydyttäväksi. Kolmen vastaajan mielestä lipun hinta oli huono. Vieraiden mielestä lipun hinta oli miellyttävä, vaikka lisäehdotuksia lipun hintaan tuli avoimessa kysymyksessä.



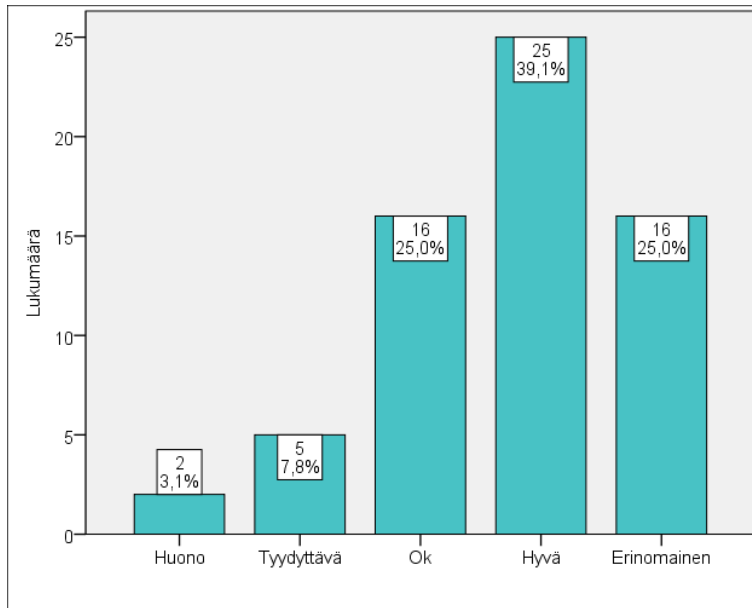
Kuva 7. Itsenäisyyspäivän gaalan sijainti

Kaikki vastaajat olivat tyytyväisiä gaalan sijaintiin ja sen imago sopi gaalan teemaan. Vastaajista kenenkään mielestä sijainti ei ollut huono tai tyydyttävä (kuva 7). Selvän vähemmistön 9,4 prosentilla mukaan gaalan sijainti oli so- piva. Vastaajista paikan arvioi tasaisesti 39,1 prosenttia hyväksi ja erin- omaiseksi 51,6 prosenttia. Tästä voidaan päätellä, että itsenäisyyspäivän gaa- lan paikan valinnassa on onnistuttu saavuttamaan tapahtuman teeman mukai- nen tunnelma arvokkaalla ja imagoon sopivalla paikalla.



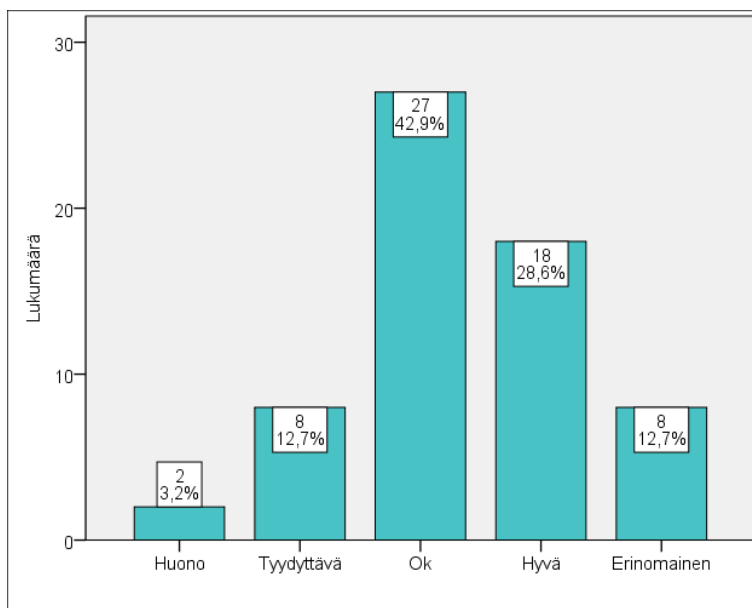
Kuva 8. Itsenäisyyspäivän gaalan tilan koristelu

Suurin osa vastaajista, 46,9 prosenttia, katsoi tilan koristelun onnistuneen, kuten kuvasta 8 käy ilmi. Erinomaiseksi koristelun arvioi 18,8 prosenttia ja 28,1 prosenttia arvioi koristeiden olevan ”ok”. Huonoksi ja tyydyttäväksi selvällä vä- hemmistöllä koki yhteensä 6,3 prosenttia kävijöistä. Tilan koristelulla on vas- taajien mielestä onnistuttu saavuttamaan itsenäisyyspäivän luonne ja saa- maan aikaan juhlatunnelman.



Kuva 9. Itsenäisyyspäivän gaalan illan tarjoilu

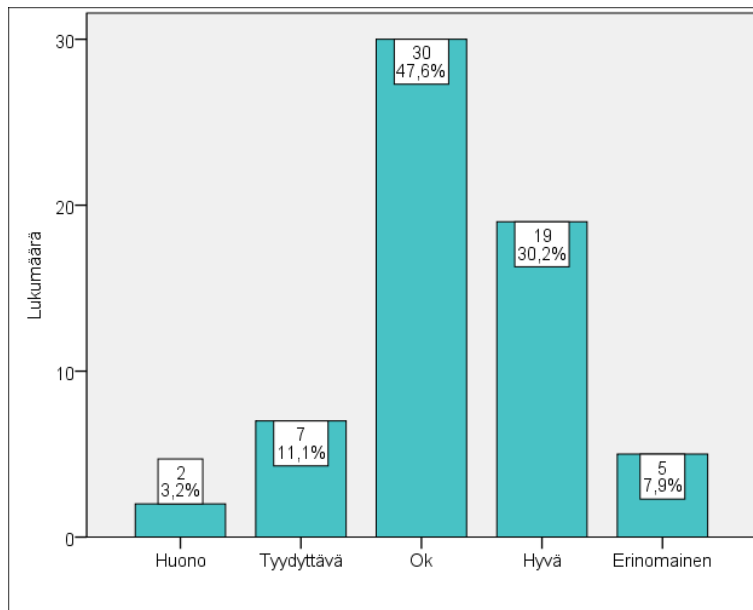
Kuvasta 9 näkee, että illan tarjoilu arvioitiin keskimäärin hyväksi 39,1 prosentilla. Erinomaisen ja "ok" vastauksen antoivat saman verran 25,0 prosentilla. Illan tarjoilusta eivät nauttineet seitsemän vastaajaa eli 10,9 prosenttia. Tarjoilussa selvä pääpaino vastauksissa jakaantui onnistuneen puolelle, toisaalta avoimissa vastauksissa tuli eniten palautetta juuri tarjoilun suhteen. Tämä ei näy selkeästi diagrammissa, mikä voi luoda erheellisen kuvan tarjoilun täydellisestä onnistumisesta.



Kuva 10. Itsenäisyyspäivä gaalan esiintyjä

Illan esiintyjä (kuva 10) arvosana jakaantui "ok" vastauksen ympärille. 28,6 prosenttia oli sitä mieltä, että esiintyjä oli hyvä ja 12,7 prosenttia vastaajista

mielsi esiintyjän erinomaiseksi ja tyydyttäväksi. Huonon arvion antoi vain kaksi vastaajaa. Illan esiintyjän arviointiin vaikuttivat tilan huono akustiikka sekä se, ettei bändi soittanut illan aikana tanssittavaa musiikkia. Myös nämä seikat tulevat esiin avoimissa kysymyksissä, mutta näkyvät myös pylväiden jakaantumisessa. Esiintyjän arvosana on tasan erinomaisen ja tyydyttävän kesken, mikä kuvaa tätä poikkeamaa.



Kuva 11. Itsenäisyyspäivän gaalan illan ohjelma

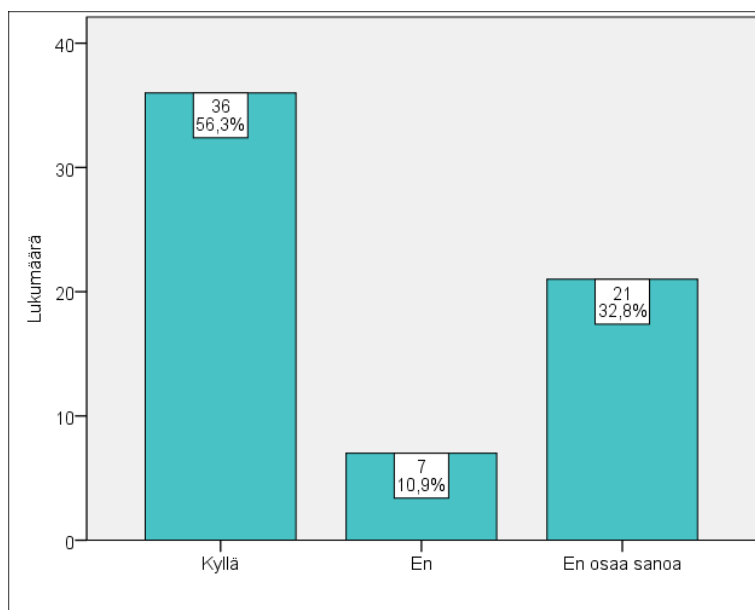
Illan ohjelmassa arvioitiin muuta ohjelmaa kuin bändiä. Suurin osa vastaajista arvioi ohjelman olleen ihan onnistunut, 47,6 prosentilla, toiseksi eniten, 19 vastaajaa, arvioi sen olleen hyvä. Ohjelman arvioi erinomaiseksi 7,9 prosenttia vastaajista, tyydyttäväksi seitsemän ja huonoksi kaksi vastaajaa. Pääpaino ohjelmassa kuitenkin oli, kuten kuvasta 11 näkee, keskellä. Vastaukset ovat illan esiintyjän kanssa samanlaisia ja voidaan verrata toisiinsa. Avoimissa kysymyksissä annettiin palautetta ohjelman selkeän tiedottamisen puutteesta.

6.3 Ideoita vuoden 2015 gaalaan

Järjestäjiä kiinnosti tietää, kuinka moni tulisi uudelleen gaalaan vuoden 2014 illan perusteella. Kysymyksessä vastaaja arvioi omaa kiinnostustaan saapua juhlaan uudelleen. Itsenäisyyspäivän gaalan perinteen jatkumisen kannalta kysymys on erittäin oleellinen järjestäjille.

Kuvasta 12 käy ilmi, vastauksien jakautuminen. Vastaajista yli puolet, 56,3 prosenttia, vastasi tulevansa myös ensi vuonna Itsenäisyyspäivän gaalaan. 32,8 prosenttia vastasi, ettei osaa sanoa ensi vuodesta ja vain 10,9 prosenttia

vastasi jättävänsä väliin gaalan. Kävijöillä oli selvä kiinnostus osallistua uudelleen gaalaan jatkossakin. Kysymystä laadittaessa oli oletettavissa, että osa vastaajista ei osaisi sanoa osallistumisestaan gaalaan uudelleen, minkä vuoksi ”en osaa sanoa”-vastausvaihtoehto sai suuren prosentuaalisen määrän. Kysymys saattoi olla vastaajasta liian kaukainen ajatus pohdittavaksi juuri sillä hetkellä tapahtumassa.



Kuva 12. Osallistuisitteko ensi vuonna Itsenäisyyspäivän gaalaan?

Kyselylomakkeessa oli avoimena kysymyksenä *jäikö mielestänne illasta puuttumaan jotain* (Liite 4). Tällä kysymyksellä haettiin kehittämisideoita gaalaa varten vieraiden näkökulmasta. Avoimet kysymykset jakaantuivat selvästi kahteen ryhmään illan tarjoilun ja ohjelman parantamisehdotuksiin. Palaute oli myönteistä ja arvokasta gaalan kehittämisen kannalta. Avoin kysymys sisälsi paljon ehdotuksia, joita ei ole käynyt mielessä tapahtumaa järjestettäessä. Näitä käsitellään tarkemmin luvussa 7 kehittämissuunnitelma.

6.4 Tulosten tulkinta

Keski-ikä ammattikorkeakoulussa opiskeleville on Opetus- ja kulttuuriministeriön mukaan 25 vuotta (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2014, 14). Kyselyyn vastanneista suurin osa oli 22–26-vuotiaita, mikä vastaa ministeriön keski-ikää. Tuloksista voi tulkita, että ikäryhmältä gaalaan tulee koulun opiskelijoita. Gaala järjestetään Kouvolassa, mikä näkyy tapahtumaan tulleiden vierailijoi-

den koulutusaloissa. Eniten gaalaan osallistui liiketalouden ja muotoilun opiskelijoita, jotka opiskelevat pääsääntöisesti Kouvolassa. Kotkasta, missä sijaitsee Kyamkin toinen kampus, oli osallistunut vain muutama opiskelija. Henkilökunnasta oli osallistunut kolme, joista yksi oli kutsuvieras.

Tapahtuman markkinointi painottui enimmäkseen Facebookin, julisteiden ja yleisen ”puskaradion” varaan. Järjestäjien ala-aulassa pitämä markkinointi ei tulosten mukaan auttanut markkinointia, sillä vain muutama kertoi saaneensa tiedon gaalasta sitä kautta. Tämä oli yllättävä tulos, koska odotimme aula-markkinoinnin kattaneen suuremman osan tiedon kulusta.

Gaala järjestettiin Kouvolan kaupungintalolla, mikä tarjoaa gaalalle arvokkaat tilat ja sopii imagoaltaan gaalan tunnelmaan. Paikka on tuttu ja sinne on helppo löytää. Tulosten mukaan gaalan sijainti sai korkeimman arvosanan, mikä kertoo vastanneiden arvostuksesta gaalan sijainnille.

Tilan koristeluun oli budjetoitu aiempaa enemmän rahaa ja koristeisiin oli panostettu. Tämä näkyi vastanneiden tyytyväisyydellä. Vastajien mielestä koristelu oli tapahtuman teeman mukaista ja näyttävät.

Gaalan illan tarjoilu oli tulosten mukaan onnistunut. Suurin osa vastanneista arvioi tarjonnan hyväksi. Avoimista kysymyksistä käy ilmi, että vieraat toivoivat alkoholijuomatarjonnan ruokailun osaksi. Ruokajuomana oli tarjolla vettä ja omenamehua. Alkoholilliset juomat pystyivät vieraat itse ostamaan baaritiskiltä. Ruokailussa toivottiin selkeämpää ohjeistusta mahdollisista allergeeneistä ruuissa. Kasvisruokavaliota toivottiin erityisesti ensi vuodelle mukaan. Hinta-laatu-suhde ruuassa sai kiitosta vastaajilta.

Tuloksista käy ilmi, että vieraat eivät olleet kovinkaan tyytyväisiä illan ohjelmaan tai esiintyjään. Vastaukset painottuivat keskelle ja hyvän välille. Tästä voidaan päätellä, että ohjelmassa on parannettavaa tulevina vuosina. Avoimista kysymyksistä käy ilmi, että moni vastaaja toivoi erityisesti alkukättelyn jälkeen, jotain selkeää ohjelmaa. Lisäksi Kouvolan kaupungintalon akustiikka ei ollut parhaimmillaan, mikä vei tunnelmaa esiintyjältä. Ohjelmaan ja esiintyjään toivottiin muutoksia, ja esimerkiksi perinteisiä tansseja kaivattiin.

6.5 Pätevyys ja luotettavuus

Tutkimuksen pätevyys tarkoittaa tutkimuksen menetelmän kykyä mitata tutkimuksen mitattavaa tarkoitusta. Pätevässä tutkimuksessa ei saisi syntyä systemaattista virhettä, mikä tarkoittaa sitä, millä lailla vastaaja on ymmärtänyt kyselylomakkeen kysymykset. (Vilka 2005, 161.)

Tutkimuksessa pyritään välttämään virheiden syntymistä, mutta tulosten luotettavuus ja pätevyys vaihtelevat (Hirsjärvi ym. 2014, 231–232). Kuten Vilkka (2005, 161) kirjoittaa, tulokset vääristyvät, jos vastaaja ei vastaakaan tutkijan oletuksen mukaan. Perusidea on, kuinka hyvin tutkija on pystynyt siirtämään tutkimuksen teorian ja ajatuskokonaisuuden kyselylomakkeeseen.

Tutkimuksen luotettavuudella tarkoitetaan tulosten tarkkuutta. Tämä tarkoittaa kykyä antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia ja toistettavuutta. (Vilkka 2005, 161.) Luotettavuuden arvioinnissa voidaan käyttää erilaisia mittaus- ja tutkimustapoja (Hirsjärvi ym. 2014, 231–232). Luotettava tutkimus on ajassa ja paikassa aina luotettava, riippumatta kysymyksen esittävästä tutkijasta (Vilkka 2005, 16).

Hirsjärvi kumppaneineen (2014, 231–232) painottaa, että kaiken tutkimuksen luotettavuutta ja pätevyyttä tulisi arvioida jotenkin. Pätevyys ja luotettavuus muodostavat yhdessä kokonaisuusluotettavuuden mittarin. Tehdyn tutkimuksen kokonaisluotettavuus on hyvä, kun otos edustaa perusjoukkoa ja mittauksissa on mahdollisimman vähän satunnaisuutta. (Vilkka 2005, 161–162.) Kvantitatiivisessa tulosten tulkinnassa tarkkuuden vaatimuksena on kertoa, millä perusteella tutkija esittää tulkintoja ja mihin hän näitä päätelmiä perustaa. Tässä auttaa suorat dokumentit, joissa esitellään tulokset. (Hirsjärvi ym. 2014, 233.)

Kysymyksiä tehdessä pohdittiin tarkasti tapahtuman tavoitteet ja järjestämiseen liittyviä alueita. Vastauksista saataisiin tietää missä onnistuttiin ja mitä kehitettävää gaalassa vielä olisi. Kyselyä tehdessä pyrin tekemään selkeitä ja helposti ymmärrettäviä kysymyksiä, joihin olisi nopea vastata. Tarkoituksena oli minimoida riskiä, että vastaaja ei ymmärtäisi kysymystä. Kyselylomakkeessa epäselvyyttä toi koulutusalan kysyminen, johon vastattiin monella eri tapaa, minkä huomasin vastauksia käsitellessä. Virhettä vastaustuloksiin tuotti se, että sekä Kotkassa että Kouvolassa molemmissa opetetaan sosiaali- ja terveysalaa, joten ei voida varmuudella sanoa miltä paikkakunnalta kävijä oli. Tarkennusta kyselyyn toisi lisäämällä paikkakunta kysymyksen tarkentamaan tuloksia. Kyselylomakkeen kiireellisen aikataulun takia, tätä ei ehditty selvittämään.

Tulokset ovat selkeät, jotta lukija ymmärtää ja tulkitsee ne samalla tavalla. Toisaalta gaalan tiedottamisesta kysyvä kysymys tuottaa virhearviointia, kun vastaajalla oli mahdollisuus rastia usea, mikä tuottaa vastausprosenttiin piikin.

Kokonaisuutena voittoa voi alentaa se, etteivät kaikki vastaajat vastanneet kyselyyn tosissaan tai vastaukset tehtiin kiireellä ja vitsillä. Vastaamatta jättäneet vaikuttavat kanssa luotettavuuteen, koska heiltä ei saatu vastauksia lainkaan.

7 KEHITTÄMISSUUNNITELMA

Kehittämistutkimuksessa tutkimus ja kehittäminen kohtaavat syklisessä prosessissa. Kehittäminen lähtee muutoksen tarpeesta ja tuloksena syntyy tuotos. Tavoitteena on aina suunta kohti parempaa. Tutkimuskohteena tai ongelmana voi olla mikä tahansa, mihin voidaan vaikuttaa. Näiden lisäksi ovat toimenpiteet, joilla pyritään saamaan aikaan muutosta tutkimuskohteessa. (Kananen 2012, 19, 21.)

Kuten kohdassa 6.3 kerroin kyselylomakkeessa oli avoin kysymys gaalan vieraille, jolla oli tarkoitus kerätä arvokkaita kehittämisideoita vuoden 2015 gaalaa varten. Ikkunoita tutkimusmetodeihin (Valli & Aaltola 2015, 106) puhutaan teemoittelusta, jolla tarkoitetaan avointen vastausten jakamista luokkiin. Gaalan lomakkeen vastauksen jakaantuivat selvästi kahteen ryhmään, tarjoiluun ja ohjelmaan. Näiden lisäksi erilaisia hyödyllisiä ehdotuksia annettiin, ja joista on hyötyä jatkossakin. Näiden ehdotusten avulla olen luonut kehittämissuunnitelman, jolla saadaan aikaan muutosta tulevissa gaaloissa.

7.1 Tarjoilun kehittäminen

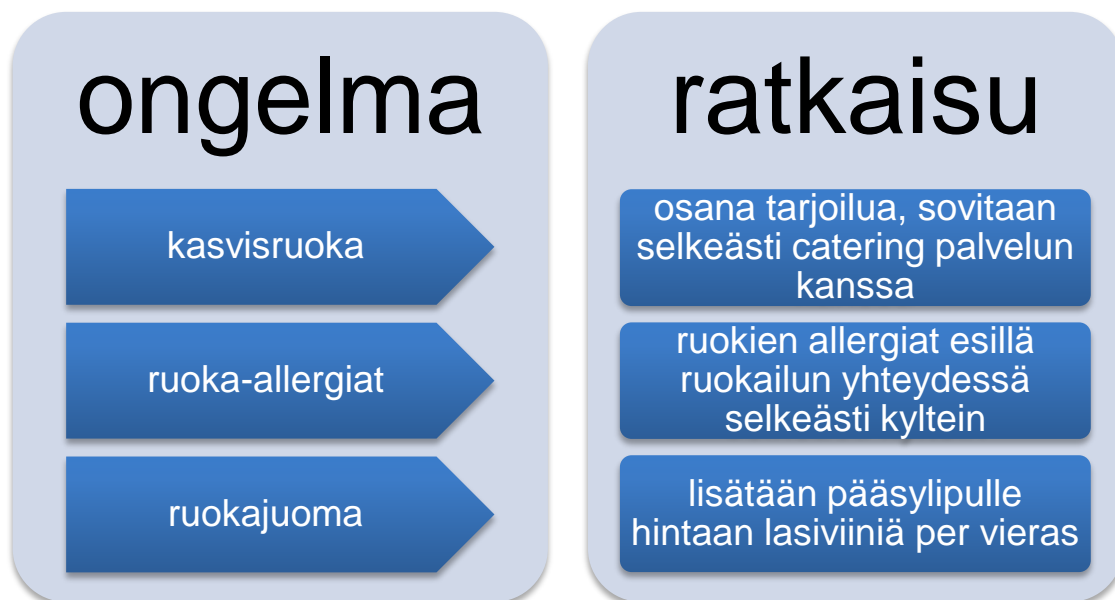
Tarjoilussa palautetta tuli kasvisruokavalion puuttumisesta ja ruoka-allergioiden riittämättömästä informaatiosta. Ruoka-allergioiden huomioiminen kyltein oli tarjoilun järjestäjän toimesta jäänyt laittamatta, vaikka sitä oli heille erikseen pyydetty. Tämä tulisi jatkossa varmistaa ja asettaa näkyviin selkeästi. Kasvisvaihtoehdon lisääminen illalliseen on erittäin tärkeä kehittämisessä. Tällä varmistetaan, että erityisruokavaliollisille kävijöille jää hyvä mieli. Ruokailun yhteydessä olleisiin kakkukahveihin toivottiin parempaa jälkiruokaa. *Alku&pääruoka olisi voinut olla erikseen* oli vastaaja kirjoittanut, ja tämä on hyvä huomio, kun kyseessä on arvokas gaalailallinen. Suurin osassa vastaajista mielihyvä oli tuonut ruokajuoman tarjoilu. Tässä otteita vastaajien palautteesta avoimesta kysymyksestä (Liite 5: Vastaukset avoimeen kysymykseen):

Kyllä, ärsytti kun kutsuvieraille oli koko illan juomatarjoilu. Olisi ollut kiva jos ruuan kanssa olisi ollut edes lasi viiniä.

Ruokaan olisi lipun hintaan voinut kuulua lasi viiniä

Lisää hintaa ja viiniä kaikille

Tulevana vuonna vaihtoehtoisesti nostetaan pääsylipun hintaa, jolloin lippuun kuuluisi lasi viiniä. Tämä tulee jatkossa markkinoida selkeästi opiskelijoille, jotta lipun hinta ei vähennä osallistujien määrää. Kutsuvierailta on ollut perinteisesti ruokailun ajan juomatarjoilu, mutta sen toteutusta voisi jatkossa miettiä tai muuttaa se yhteen viinilasilliseen ruokailun yhteydessä. Näin vähennettäisiin kuluja. Ruokajuomissa tulee ottaa jatkossa tarkemmin huomioon alkoholittomat vaihtoehdot. Tällä hetkellä vaihtoehtoina ovat olleet vesi ja omenamehu, joista jälkimmäinen sai palautetta sen väljän maun vuoksi. Vaikka opiskelijakulttuuri on juomapainotteista, on gaalan markkinoinnissa selkeästi osoitettava kohderyhmälle, ettei kyseessä ole tavalliset opiskelijabileet, vaan arvokasta pahtuma, jossa nautitaan alkoholijuomia asiallisesti.



Kuva 13. Kehittämissuhteita ruokailuun

Kuvasta 13 on esitetty selkeästi avoimen kysymyksen pohjalta ruokailun kehittämisehdotuksia. Ongelmakohtat on jaoteltu vastausten pohjalta kolmeen kohtaan, joita ovat kasvisruoka, ruoka-allergiat ja ruokajuoma. Jokaiselle kohdalle on ehdotettu ratkaisua, kuinka toimia vuoden 2015 itsenäisyyspäivän gaalassa.

7.2 Ohjelman kehittäminen

Ohjelman kehittämiseen tuli paljon arvokasta palautetta. Osa palautteesta oli sellaisia, joita järjestäjät eivät olleet tulleet ottaneeksi edes huomioon. Tapahtuman aikataulua pyydettiin näkyviin selkeämmin. Gaalan rytmittäminen nousi esiin vastauksissa. Toivottiin taukoa ruokailun yhteyteen, mikä toimisi kätevästi ja toisi muutosta tapahtuman kulkuun.

Aikataulu jossain näytillä olisi ollut kiva.

Käsiohjelma olisi saanut olla!

Ruokailun ja kahvin välissä tanssia?

Järjestäjien tulee tehdä selkeä aikataulu ja siitä käsiohjelma näkyville ensi gaalaan, jotta vierailta olisi tarkempi käsitys siitä, mitä milloinkin tapahtuu. Aikataulun voi laittaa päivää aikaisemmin näkyviin tapahtumasta tehdyille Facebook sivulle, mistä tuleva vieras voi sitä silmäillä etukäteen ja mahdollisesti ajoittaa paikalle tulemisen. Näin ei synny turhaa seisoskelua tai tiedottomuutta kävijöiden keskuuteen.

Alussa turha "tiedoton" seisoskelu paremmin organisoiduksi.

Alussa joutui seisomaan liian kauan, olisi ollut hyvä, jos olisi ollut jonkinlaista ohjeistusta.

Lisää infoa olisi kiva saada esim. aikataulusta etukäteen.

Illan ohjelmassa toivottiin myös parantamisen varaa. Toivottiin juhlan tuntua ja selkeyttä, yhteishengen nostattamista ja perinteisiä tansseja. Bändin musiikki-valinta ei nostattanut kiitosta, vaan toivottiin enemmän tanssittavaa musiikkia. Perinteinen valssi koettiin tärkeäksi osaksi itsenäisyyspäivää ja järjestäjät voisivat muuttaa aikataulua niin, että osa musiikki esityksestä olisi perinteisempää tanssimusiikkia. Ennen gaalaa järjestettävä tanssiopetus kiinnosti monia ja sitä toivottiinkin järjestettäväksi.

Bändi voisi soittaa oikeata tanssimusiikkia ja ennen gaalaa voisi olla yhteinen tanssiopetus tms.

Perinteisiä tansseja pitäisi päästä tanssimaan. Valssi pääasiassa, sillä se vain kuuluu itsenäisyyspäivään.

Tanssin opetushetki olisi voinut olla ennen gaalaa.



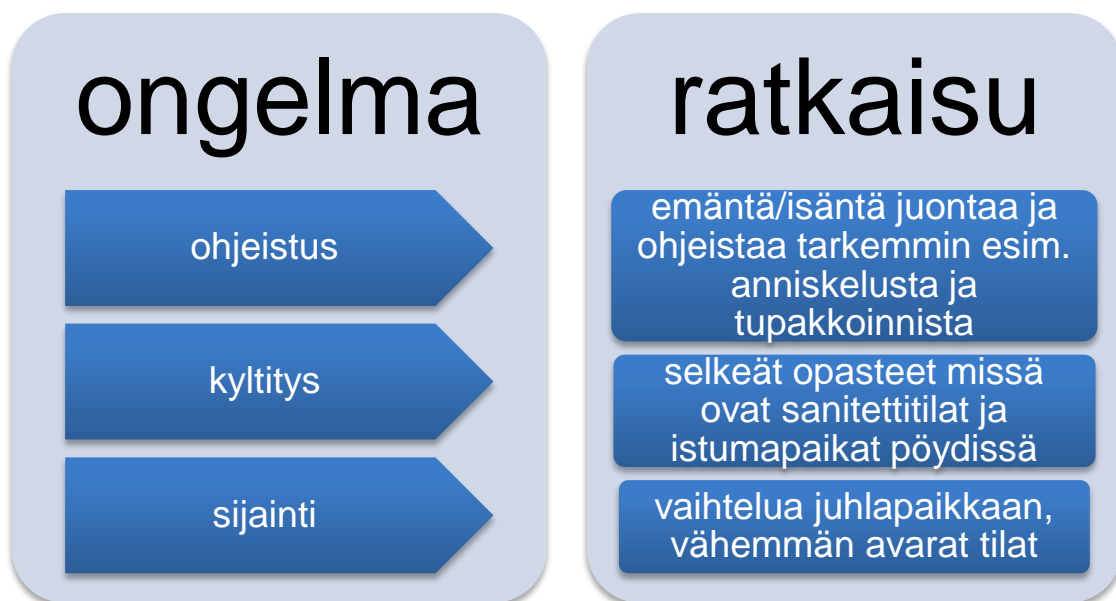
Kuva 14. Kehittämis ehdotuksia ohjelmaan

Tapahtuman ohjelman kolme avain kohtaa ovat palautteen mukaan käsiohjelman puuttuminen, illan ohjelman selkeä organisointi ja valssittomuus. Kuvas-
sassa 14 on esiteltynä ohjelman puutekohtien ratkaisut selkeästi.

7.3 Sijainnin ja tilojen kehittäminen

Ohjelman ja tarjoilun lisäksi esitettiin muutama gaalan kehittämisidea. Selkeämpi ohjeistus tapahtumapaikalle tulisi ottaa huomioon jatkossa. Ohjeistus sa-
niteettitiloista, anniskelualueesta ja istumapaikoista voisi panostaa tarkemmin. Vuoden 2015 gaalan voisi järjestää eri paikassa, kuin aiempina vuosina. Näin saataisiin vaihtelua ja uusia mielipiteitä itsenäisyyspäivän gaalan sijaintiin. Loistava paikka tapahtumalle on Kouvolan kampuksen läheisyydessä oleva Upseerikerhon tilat, joissa on aiemmin järjestetty gaala (liite 6). Tiloja pystyy helposti jakamaan ovilla ja luomaan helposti pienemmät tilat, lisäksi Upseeri-
kerho on tapahtuman teeman mukainen ja imagoon sopiva. Kaupungin talolla ongelmana ovat liian avarat tilat ja suuri tanssilattia. Tilojen avaruus ei kan-
nusta tanssimaan ja juhlimaan samalla lailla kuin suljetumpi tila. Lisäksi ää-
nentoisto ja laatu toimivat paremmin pienemmässä tilassa.

Ehkä enemmän kylttejä "esim ei juomia alas ja jne.



Kuva 15. Kehittämisehdotuksia sijaintiin ja tiloihin

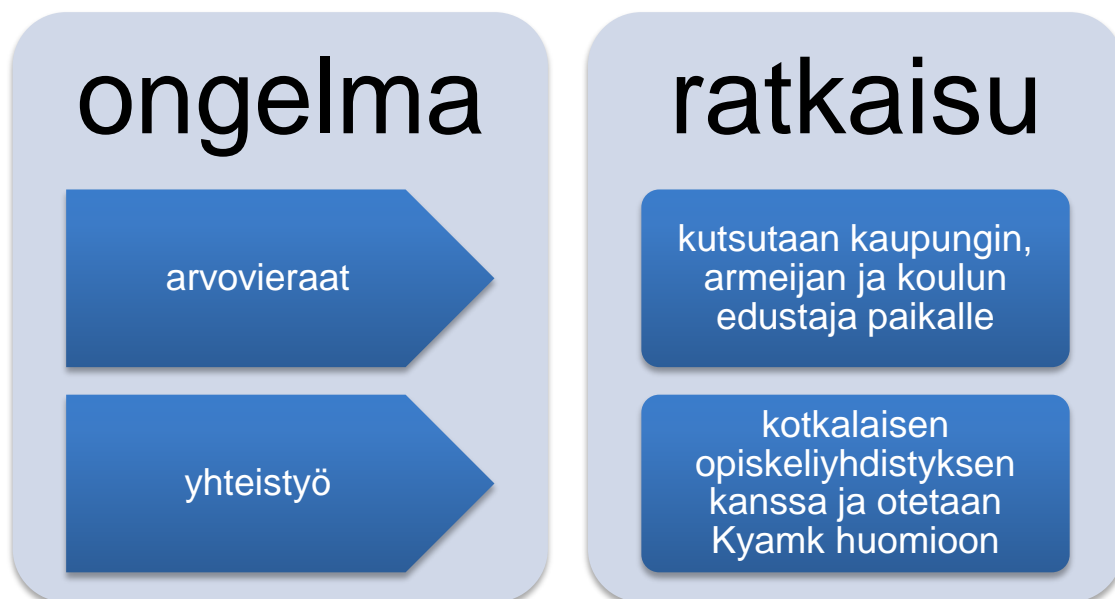
Alussa ennen pöytiin siirtymistä illan isäntä tai emäntä ohjeistaa paikalla olevia vieraita illan kulusta. Tähän kuuluu selkeä ohjeistus anniskelualueesta, tupakointipaikasta ja istumapaikoista pöydissä. Mahdolliset muut huomioon otettavat asiat, kuten saniteettitilat sekä narikan käyttö ilmoitetaan alussa kaikille. Selkeät opastekyltit, jotka on tehty tapahtuman teeman mukaisesti, laitetaan esille opastamaan vieraita tarvittavista tiloista ja alueista (kuva 15).

7.4 Yhteistyö kumppaneiden kehittäminen

Yhteistyötä eri kumppaneiden kesken esitettiin ja tämä tulisi ottaa huomioon. Kaupungin tai armeijan edustaja toisi juhlaan arvokkuutta ja saataisiin luotua yhteistyökumppanuutta molempiin suuntiin. Nyt Kouvolan kaupungin kiinnostus osallistua gaalaan on varsin suppea ja välinpitämätön. Yhteistyö Kotkan opiskelijayhdistyksiin tulee lisätä huomattavasti. Kotkassa ei järjestetä vastaanlaista tapahtumaa ja sieltä löytyisi varmasti potentiaalinen kohderyhmä (kuva 16).

Kaupungin edustaja olisi kiva saada paikalle. Ehkä jokin muu yhteistyötaho tai vaikka armeijan edustaja.

Toivoisin ensi vuotta ajatellen yhteistyötä kotkalaisten kanssa, sillä näin hienoa tapahtumaa ei siellä järjestetä.



Kuva 16. Kehittämissideoita yhteistyökumppaneihin

8 OPINNÄYTETYÖN YHTEENVETO JA ANALYSOINTI

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää Heimon vuoden 2014 itsenäisyyspäivän gaalan onnistumista vieraiden palautteen pohjalta ja kehittää tapahtumaa esille nousevien puutteiden pohjalta. Toteuttamani kyselytutkimus onnistui hyvin ja sain kerättyä kattavan määrän palautetta, joista kehittää gaalaa eteenpäin. Tulosten pohjalta voidaan sanoa, että vuoden 2014 gaala oli onnistunut tapahtuma.

Tutkimuksen teoriaosuus keskittyi käsittelemään tapahtuman järjestämiseen liittyviä asioita, jonka jälkeen kerrottiin tutkimusprosessin teoriaa ja tutkimusmenetelmän valintaa opinnäytetyöhöni. Tutkimuksen alussa esiteltiin työn toimeksiantaja organisaatio ja vuoden 2014 itsenäisyyspäivän gaalan järjestämisprosessi. Koska en itse ollut järjestämässä gaalaa vuonna 2014, vaan tein ainoastaan tyytyväisyyskyselyn sille, on lähteenä käytetty gaalan järjestäjien raporttia järjestämisestä.

Kyselyn teettäminen oli gaalan järjestäjille ja toimeksiantajalle tapahtuman kehittämisen kannalta erittäin tärkeää. Vieraiden mielipiteiden avulla pystytään korjaamaan puutteita ja järjestämään gaalaa varmemmalla otteella kuin aiemmin. Ottamalla huomioon tapahtuman kyselytulokset päästään jatkossa lähemmäksi tuloksia ja tavoitteet voidaan asettaa korkeammalle.

Kaiken kaikkiaan itsenäisyyspäivän gaala oli onnistunut tapahtuma ja järjestäjät olivat tyytyväisiä järjestelyihin ja lopputulokseen. Gaala on jo osa opiskelijoiden lukuvuotta ja on vakiintunut muodostaen siitä perinteen Kouvolaan. Perinteen ylläpitäminen ja jatkaminen tulee pitää yllä Heimon hallituksen toimesta. Muutettavaa ja kehitettävää seuraavan gaalan järjestämisessä on paljon, mutta lähtökohdat onnistuneelle tapahtumalle ovat varmat.

Olen tyytyväinen toteutettuun tyytyväisyyskyselyyn, mutta lomakkeeseen jäi mielestäni parantamisen varaa. Taustakysymyksissä iän ja koulutusalan tai työtehtävien lisäksi olisi voinut kysyä tarkemmin, mistä vastaaja oli kotoisin. Näin olisi voitu rajata koulutusaloissa tarkemmin Kouvolan ja Kotkan välillä. Likertin asteikko kysymyksessä olisi voitu selventää eroa kohtien 6 ja 7 välillä. Nyt tulosten onnistumisen vaaransi vastaajan ymmärtäminen erotella ohjelma ja esiintyjä erikseen. Tarkemmalla kysymyksellä voidaan tulevaisuudessa varmistaa tarkka vastaus tutkimukseen.

Omasta mielestäni tutkimus onnistui hyvin eikä suurempia virheitä päässyt syntymään tuloksissa. Tutkimuksesta on varmasti hyötyä Heimolle tulevien itsenäisyyspäivän gaalan järjestämisessä kokonaisuudessaan. Tutkimusta voidaan käyttää onnistuneen tapahtuman järjestämisen oppaana, mutta myös kehittämissuunnitelmana tapahtumalle. Heimo voi tehdä gaalasta tyytyväisyyskyselyn ja verrata tuloksiaan vuoden 2014 gaalaan. Näin saadaan realistinen kuva kehitymisestä. Kaiken kaikkiaan uskon, että opinnäytetyöstäni on hyötyä toimeksiantajalleni ja he saavat siitä apua tulevien gaalojen järjestämisessä.

LÄHTEET

- Aaltola, J. & Valli, R. 2015. Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1: Metodien valinta ja aineiston keruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Bowdin, G., McDonnell, I., Allen, A. & O'Toole, W. 2001. Event Management. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Etelä-Pohjanmaanliitto. 2011. Tapahtuman järjestäjänopas. Saatavissa: http://www.epliitto.fi/images/C_57_Tapahtumajarjestajan_opas.pdf [viitattu 28.5.2015].
- Hatara, S., Niemelä, T. & Tukiainen, C. 2015. Itsenäisyyspäivän gaala 2014. Kouvola: Kymenlaakson ammattikorkeakoulu.
- Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2014. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi
- Hoyle, L H. 2002. Event marketing: how to successfully promote events, festivals, conventions and expositions. New York: Wiley
- Iiskola-Kesonen, H. 2004. Mitä, miksi, kuinka? Käsikirja tapahtumanjärjestäjille. Suomen Liikunta ja Urheilu ry
- Kananen, J. 2011. Kvantti: Kvantitatiivisen opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Kananen, J. 2012. Kehittämistutkimus opinnäytetyönä. Kehittämistutkimuksen kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Kauhanen, J., Juurakko, A. & Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. Helsinki: WSOY.
- Muhonen, R.M. & Heikkinen, L. 2003. Kohtaamisia kasvokkain: Tapahtumamarkkinoinnin voima. Helsinki: Talentum.
- Opetus- ja kulttuuriministeriö. 2014. Opiskelijatutkimus 2014. Korkeakouluopiskelijoiden toimeentulo ja opiskelu. Saatavissa: <http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Julkaisut/2014/liitteet/okm10.pdf?lang=fi> [viitattu 27.4.2015].
- Opiskelijakunta Klaani. 2014. Yhdistykset. Saatavissa: <http://www.opiskelijakuntaklaani.com/yhdistykset> [viitattu 19.3.2015].
- Pelastuslaki 29.4.2011/379.
- Seljavaara, A. & Kärjä, P. 2005. Juhlat alkakoot! Vuotuisia tapoja ja perinteitä. Helsinki: WSOY.
- Shone, A. & Parry, B. 2010. Successful event management. A practical handbook. Hampshire: Cengage Learning.
- Vallo, H. & Häyrynen, E. 2014. Tapahtuma on tilaisuus. Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. 4.painos. Helsinki: Tietosanoma Oy.
- Vilka, H. 2005. Tutki ja kehitä. Helsinki: Tammi.

IP-Gaalan budjetti			
		ARVIO 2	TOTEUTUNUT
Menot			
	Vuokra	225	225
	Ruoka	2700	2700
	Juomat	300	300
	Bändi	500	500
	Koristelu	300	307,94
	Arpajaiset	20	90
	Luvat	120	170
	Kutsuvieraspöytä	80	150
	Markkinointi	22,5	22,5
	Lahjat	16	16
	Empun opparimateriaali		27,5
	Joustovara esim. koristeluun, ruokaan, jne.	500	
Menot yhteensä		4783,5	4508,94
Tulot			
	Lipputulot		
	20*80	1600	1640
	Sponsorit		
	Kyamk	500	500
	Jyty	500	
	Klaani	300	300
	Kupla	500	500
	Kaupunki	500	750
	Heimon oma	1000	1000
	Heimon hallituksen liput -50% 10x10		100
Tulot yhteensä		4900	4790
Tulos		116,5	281,06



2.12.2014

KAUPUNGINTALOLLA

ITSENÄISYYSPIIVÄN

Gaala

OSALLISTUMISMAKSU 20€
Sisältää sisäänkäynnin tapahtumaan,
ohjelman sekä kolmen ruokalajin
illallisen.

PUKUKOODI:
Miehet: Tumma puku
Naiset: Pitkä mekko



Heimo
Kokouspalvelut Oy



Decorative flourish Tervetuloa! *Decorative flourish*

*Opiskelijayhdistys Heimo toivottaa Teidät tervetulleiksi
juhlimaan kanssamme Suomen itsenäisyyttä vuotuisen
Itsenäisyyspäivän gaalaamme.*

Itsenäisyyspäivän Gaala
Kouvolan kaupungintalolla
Tiistaina 2. joulukuuta 2014
kello 18:00

*Pukukoodi: tumma puku / pitkä mekko
Jatkot ravintola Aulassa.*



Arvoisa juhluvieras, jotta pystyisimme kehittämään Teille jatkossakin upean Itsenäisyyspäivän gaalan, arvostaisimme suuresti mielipidettänne. Pystytte vaikuttamaan vastaamalla tähän kyselyyn. Vastaajien kesken arvomme palkintoja illan aikana. Huomioitathan, että vain nimellä varustetut vastaukset otetaan arvonnassa huomioon. Kiitos!

Ikä: _____

Koulutusala/työtehtävä: _____

Mistä saitte tiedon gaalasta?

Facebook Viikkotiedote Julisteet Ystävältä Ständi

Olkaa hyvä ja arvioikaa Itsenäisyyspäivän gaalaa seuraavissa aihealueissa asteikolla 1-5.

(5= erinomainen 4= hyvä 3= ok 2= tyydyttävä 1= huono 0= en osaa sanoa)

1. Tapahtuman markkinointi	5	4	3	2	1	0
2. Lipun hinta	5	4	3	2	1	0
3. Gaalan sijainti	5	4	3	2	1	0
4. Tilan koristelu	5	4	3	2	1	0
5. Illan tarjoilu	5	4	3	2	1	0
6. Gaalan esiintyjä	5	4	3	2	1	0
7. Illan ohjelma	5	4	3	2	1	0

Ottaisitteko osaa ensi vuonna uudelleen Itsenäisyyspäivän gaalaan?

Kyllä En En osaa sanoa

Jäikö mielestänne illasta puuttumaan jotain?

✂ _____

Nimi: _____

KÄVIJÖIDEN VASTAUKSIA AVOIMEEN KYSYMYKSEEN

Kysymys 6.

- Illasta ei varmaankaan jäänyt puuttumaan mitään. Toivoisin ensi vuotta ajatellen yhteistyötä kotkalaisten kanssa, sillä näin hienoa tapahtumaa ei siellä järjestetä.
- Oikein mukava ilta, ei lisättävää. Esiintyjällä kaunis ääni.
- Tähän mennessä ollut ainakin oikein mukava ilta ja sujuvat järjestelyt.
- Viini ruuan kanssa. Todella huono akustiikka salissa. Harmi esiintyjät kannalta.
- Kouvola talolla parempi akustiikka. Lisää hintaa ja viiniä kaikille.
- Kaupungin edustaja olisi kiva saada paikalle. Ehkä jokin muu yhteistyötaho tai vaikka armeijan edustaja.
- Ilta eteni hyvin, hiukan aiemmin olisi voinut esiintyjä aloittaa.
- Kunnollinen organisointi ja varaus kasvissyöjiä kohtaan
- Ei jäänyt puuttumaan mitään!
- Ruokaan kyltit, onko laktoositon/gluteeniton. Ehkä enemmän kylttejä "esim ei juomia alas ja jne.
- Äänentoisto vähän huono! Harmi että tanssiopetus jäi pois... Muuten ihanaa!
- Kasvisruoka. Perunat&porkkanat. Juhlallisuuden tuntua ja selkeyttä juhlan kulkuun. Muuten oikein kivat!
- Kasvisruoka! Ohjelma pöydissä tai muualla näkyvillä. Rento tunnelma.
- Kyllä, rento meno ja menevä musa. Ruokaan olisi lipun hintaan voinut kuulua lasi viiniä.
- Alkoholitarjontaa suppeaa ja liian kallista, ruokailussa ei kasvisvaihtoehtoa eikä esim. allergioista yms. aineista mainintaa.
- Kyllä, ärsytti kun kutsuvieraille oli koko illan juomatarjoilu. Olisi ollut kiva jos ruuan kanssa olisi ollut edes lasi viiniä. Alku&pääruoka olisi voinut olla erikseen.
- Ruokailujen aikana voisi olla esim. yhteislaulua tms. Yhteishengen nostamiseksi. Bändi voisi soittaa oikeata tanssimusiikkia ja ennen gaalaa voisi olla yhteinen tanssiopetus tms.
- Kahvi avec+miestrippari
- Lisää kakkua!! Tai jotain muuta jälkiruoka tarjoilua. Myös ruoka viini olisi ollut kiva. Ruoka oli aika tylsä, semmonen perus.
- Käsiohjelma.
- Tarjoilu heikko eikä allergikoita tai erikoisruokavalioita huomioitu mitenkään. Hieman jäykkä ja tylsä tilaisuus. Hintaan nähden odotin enemmän.
- Ruuan hinta/laatu ei niin hyvä. Jos 20e maksaa, niin aito kermakakku olisi plussaa. Ruoka muuten hyvä! Alussa turha "tiedoton" seisoskelu paremmin organisoiduksi.
- Luvattu tanssiopetus.
- Äänenlaatu esiintyjällä kehno.
- Parempi jälkiruoka.
- Isompi tila, johon saataisiin mahtumaan enemmän ihmisiä.
- Eipä kai, kivaa oli.
- Lisää infoa olisi kiva saada esim. aikataulusta etukäteen.
- Kasvisruoka

- Perinteiset tanssit (valssi yms.)
- Ohjelmaan olisi voinut panostaa enemmän. Bändin akustiikka oli heikohko (laulu ei kuulunut kunnolla)
- Käsiohjelma olisi saanut olla! Bändi ois voinu vetää parit valssit ja foxit.
- Bändiltä enemmän tanssittavia biisejä.
- Ruokailun ja kahvin välissä tanssia? Kasvisruoka vaihtehto puuttui samoin pöydistä ohjelma. Ruokajuomana vain vettä tai väljää mehua oli miinusta.
- Enpä nyt keksi mitään.
- Perinteisiä tansseja pitäisi päästä tanssimaan. Valssi pääasiassa, sillä se vain kuuluu itsenäisyyspäivään.
- En oikein osaa sanoa.
- Kasvisvaihtehto uupui. Aikataulu jossain näytillä olisi ollut kiva. Äänentoisto ongelmat aivan alussa jätti epäselvyyksiä. Ei kuulunut.
- Ei, paitsi jos saa laittaa farkut.
- Juomakaato ruuan kanssa. Vegaanivaihtehto myös. Enemmän sitsi-henkeä.
- Alussa joutui seisomaan liian kauan, olisi ollut hyvä, jos olisi ollut jonkinlaista ohjeistusta. Ehkä enemmän leikkimielisyyttä. Vaikka arvokas gaala olikin. Ja hintaan voisi sisältyä ruokajuoma? Viiniä!
- Ohjelma voisi olla selkeämpi? Aluskumpan kanssa joutui seisoskelemaan liian kauan.
- Bändi ei soita valssia? Olen pettynyt. Ruoka oli hyvää. Musiikki soi vähän turhan kovasti. Julisteet ja kutsut oli nätit.
- Juomakulut
- Tanssin opetushetki olisi voinut olla ennen gaalaa.
- Eipä juuri.
- Ei jäänyt.

*Kapita & Kupla järjestää yhteistyössä
opiskelijakunta Klaania kanssa*

Kymenlaakson ammattikorkeakoulun opiskelijoiden

Itsenäisyyspäivän Gaala

*Kasarminmäen Upseerikerholla
4.12.2009 klo 18.00*

*Tuklapuhujana toimii
Reserviläisliiton pj Markku Pakkanen*

*Musiikista vastaa The Youngers
Tahot Ravintola Marilynissä*

*Pukukoodi: iltapuku / tumma puku
Liput: 20e / henkilö*