

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU  
Liiketalous

Jonna Tahvanainen

**OSUUSKAUPPAROCK - LASTENPÄIVÄN JÄRJESTÄMINEN**

Opinnäytetyö  
Toukokuu 2017



**OPINNÄYTETYÖ**  
**Huhtikuu 2017**  
**Liiketalous**

Tikkarinne 9  
80220 JOENSUU

Tekijä  
Jonna Tahvanainen

Nimeke  
Osuuskaupparock - lastenpäivän järjestäminen

Toimeksiantaja  
Pohjois-Karjalan Osuuskauppa

Tiivistelmä

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on Osuuskaupparockin lastenpäivän suunnittelu ja järjestäminen. Opinnäytetyö on tehty toiminnallisena ja se tehtiin Pohjois-Karjalan Osuuskaupalle. Tavoitteena opinnäytetyössä oli järjestää lapsille mieleistä tekemistä sekä jotain uutta, mitä edellisen vuoden Osuuskaupparockissa ei vielä ollut nähty.

Tässä opinnäytetyössä kävin läpi tapahtuman järjestämisestä kertovaa teoriaa, kuten tapahtuman suunnittelua, tapahtumamarkkinointia, tapahtuman toteutusta sekä tapahtuman jälkitoimenpiteitä. Osuuskaupparockin lastenpäivästä on kirjoitettu tapahtuman suunnittelusta, tapahtuman markkinoinnista, siitä miten tapahtuma toteutui ja mitä tapahtuman jälkeen tapahtui.

Tapahtuman asiakasmääräinen tavoite ei täyttnyt. Suurin syy tähän oli sateinen sää. Tapahtumaan saatiin järjestettyä uusia aktiviteetteja ja yhteistä tekemistä koko perheelle.

Kieli

suomi

Sivuja 33

Asiasanat

Tapahtuman järjestäminen, lastenpäivä, tapahtuma



**THESIS**  
**April 2017**  
**Business economics**

Tikkarinne 9  
80220 JOENSUU  
FINLAND

Author  
Jonna Tahvanainen

Title  
Osuuskaupparock festival – organizing of children’s day

Commissioned by  
Pohjois-Karjalan Osuuskauppa

**Abstract**

The main goal of my thesis is planning and organizing the children’s day in Osuuskaupparock festival. This is a functional thesis made for Pohjois-Karjalan Osuuskauppa. Goals of the thesis are to plan activities for children in festival and also plan something new compared to last year’s festival.

In my thesis I deal with theory about organizing an event, for example planning, marketing, execution and work after an event. I also write about planning and marketing of Osuuskaupparock and how was the execution and what happened after the event.

The expected visitor number of the event was not fulfilled because of the rainy weather. But we were able to organize new activities and an event for the whole family.

Language

Finnish

Pages 33

Keywords

organizing the event, children’s day, event

## Sisältö

1	Johdanto .....	5
2	Osuuskaupparock .....	6
3	Tapahtuman järjestäminen .....	6
3.1	Tapahtuman suunnittelun teoria .....	7
3.1.1	Tavoite .....	8
3.1.2	Budjetti .....	8
3.1.3	Lupa- ja ilmoitusasiat.....	9
3.1.4	Riskit .....	11
3.1.5	Ajankohta ja paikka .....	12
3.2	Tapahtumamarkkinointi .....	13
3.3	Tapahtuman toteutuksen teoria .....	14
3.4	Tapahtuman jälkitoimenpiteiden teoria .....	15
4	Toiminnallinen opinnäytetyö .....	16
5	Lastenpäivän tapahtuman järjestämisprosessi .....	17
5.1	Tapahtuman suunnittelu .....	18
5.1.1	Tapahtuman tavoite .....	19
5.1.2	Tapahtuman budjetti.....	20
5.1.3	Tapahtuman lupa- ja ilmoitusasiat .....	21
5.1.4	Tapahtuman riskit.....	22
5.1.5	Tapahtuman ajankohta ja paikka .....	23
5.2	Tapahtuman markkinointi .....	24
5.3	Tapahtuman toteutus .....	25
5.4	Tapahtuman jälkitoimenpiteet .....	27
6	Johtopäätökset ja pohdinta .....	29
6.1	Tavoitteiden yhteenveto.....	29
6.2	Muiden opinnäytetyöt sekä tapahtuman kehitysideat .....	30
6.3	Oman oppimisen pohdinta .....	31
	Lähteet.....	32

# 1 Johdanto

Opinnäytetyöni käsittelee lasten musiikkitapahtuman suunnittelua ja toteutusta. Työni tavoitteena oli järjestää oheistoimintaa vuoden 2016 Osuuskaupparockin lastenpäivälle. Opinnäytetyö on toiminnallinen. Tavoitteena oli järjestää lapsille sekä koko perheelle yhteistä tekemistä ja saada heidät viihtymään tapahtumassa. Toisena tavoitteena oli tuoda tapahtumaan jotain uutta edellisen vuoden tapahtumaan verrattuna.

Tutustuin myös neljään opinnäytetyöhön, jotka ovat lähellä omaa aihettani. Kaksi opinnäytetöistä oli eri lastentapahtuman järjestämisestä ja kaksi muuta opinnäytetyötä kertoivat musiikkitapahtuman järjestämisestä. Jori Routo kirjoitti vuonna 2015 Ace Corner Rockin suunnittelusta, järjestämisestä ja sen tunnetuksi tuomisesta. (Routo 2015.) Keskiyön reiveistä opinnäytetyönsä teki Johannes Onnela. Onnelan tavoitteena oli löytää syitä tapahtuman kiinnostuksen laskulle sekä miettiä parannusideoita seuraaville tapahtumille. (Onnela 2016.) Koko perheelle järjestetystä PikkuKoli-tapahtumasta kirjoittivat Janette Kuiri, Minna Lavikainen sekä Kiti Pöllänen yhdessä vuonna 2013. Tarkoituksena oli suunnitella, toteuttaa sekä kehittää kolmivuotista PikkuKoli-tapahtumaa. (Kuiri, Lavikainen & Pöllönen 2013.) Vuonna 2016 Michaela Jernström ja Nora Kujamäki suunnittelivat sekä järjestivät lapsille suunnatun talviriehatapahtuman. Tapahtumaan he suunnittelivat ja järjestivät erilaisia aktiviteetteja lapsille. (Jernström & Kujamäki 2016.)

## 2 Osuuskaupparock

Pohjois-Karjalan Osuuskauppa, PKO on osuuskunta, jonka omistavat asiakkaat. PKO:n tehtävänä on tuottaa kilpailukykyisiä palveluita ja etuja asiakasomistajille. PKO:lla on toimintaa kymmenessä kunnassa yli kahdeksassa-kymmenessä toimipaikassa. PKO:lla on päivittäistavara-, majoitus-, ravitsemis-, käyttötavara- ja polttoainekauppaa. Lisäksi PKO järjestää jo jokavuotiseksi muodostuneen Osuuskaupparock-tapahtuman. (Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta 2016.)

Kaikkien aikojen ensimmäinen Osuuskaupparock järjestettiin vuonna 2009, jolloin PKO täytti yhdeksänkymmentä vuotta. Silloin tapahtuma järjestettiin Joensuuun Ilosaassa. Tässä tapahtumassa asiakkaille oli ilmainen sisäänpääsy. Hotelli Kimmelin takana sijaitsevassa Sirkkalanpuistossa Osuuskaupparockia alettiin järjestää vuonna 2011, jonka jälkeen tapahtuma on järjestetty aina samalla paikalla. Vuonna 2015 järjestettiin ensimmäistä kertaa kokonaan lapsille suunnattu päivä. (Ripatti 2016.)

## 3 Tapahtuman järjestäminen

Järjestettäviä tapahtumia on paljon erilaisia aina muotinäytöksistä festivaaleihin, urheilutapahtumiin ja markkinoihin. Tapahtumaa järjestäessä on erittäin paljon huolehdittavia asioita. On huolehdittava hyvissä ajoin ennen tapahtumaa, että kaikki ilmoitukset, luvat sekä muut järjestelyt on hoidettu. (Visit Helsinki 2016.) Yleisötilaisuudet voivat olla yleisölle avoimia huvitapahtumia, näytöksiä, kilpailuita sekä muita niihin rinnastettavia tapahtumia. (Lampinen 2009, 5.)

Tapahtuman suunnittelun, toteutuksen ja valvonnan voi tehdä itse tai ostaa nämä palvelut tapahtumatoimistolta. Tapahtuman voi myös toteuttaa kokoamalla

sen jo valmiiksi suunnitelluista osista. (Vallo & Häyrinen 2016, 77-79.) Moni ei tiedä, mitä yhden päivän tapahtuman järjestämiseen on pitänyt tehdä. Monesti se vaatii jopa usean vuoden valmistelutyöt. Tapahtuman järjestäminen kannattaa aloittaa ihan ensimmäiseksi suunnittelulla, jonka jälkeen seuraavat markkinointi, toteutus ja itse tapahtuma sekä viimeiseksi tapahtuman jälkitoimenpiteet. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 23-24.)

### **3.1 Tapahtuman suunnittelun teoria**

Kun järjestää tapahtumaa, on sen suunnittelu aloitettava riittävän ajoissa. Suunnitteluvaihe on yleensä se pisin ja aikaa vievin vaihe. Mitä isompi tapahtuma, sitä aikaisemmin suunnittelu kannattaa aloittaa. Pienemmät tapahtumat saattaa suunnitella jo kuukausissa, mutta isommat tapahtumat vievät aikaa jopa useamman vuoden. Hyvin suunniteltu tapahtuma on puoliksi tehty. Tapahtuman huolellinen suunnittelu auttaa arvioimaan, ovatko tavoitteet selkeästi määriteltyjä ja realistisia. (Vallo & Häyrinen 2012, 158; Liskola-Kesonen 2004, 9-10.)

Jotta tapahtumaan saadaan erilaisia ideoita ja näkökulmia, kannattaa jo tapahtuman suunnitteluvaiheessa ottaa mukaan ne henkilöt, joiden panosta tarvitaan tapahtuman toteutusvaiheessa. Jos mahdollista, kohderyhmään kuuluvia olisi hyvä ottaa mukaan tapahtuman suunnitteluun. (Vallo & Häyrinen 2012, 158-159.) Tapahtumaa suunniteltaessa on otettava huomioon, millaista tapahtuman jälkeistä tavoitetilaa tavoitellaan. (Vallo & Häyrinen 2016, 136.) Tapahtuman brändi on tärkeä muistaa. Brändin eteen on tehtävä töitä ja sitä pyritään viemään tietoisesti tiettyyn suuntaan. (Silvanto 2007, 67.)

Suunnitteluvaiheessa tapahtumalle päätetään tapahtumapaikka, ajankohta sekä kesto, asetetaan tavoite, laaditaan budjetti, määritetään kohderyhmä sekä tunnistetaan riskit. (Vallo & Häyrinen 2012, 158-159.) Että tapahtuma pysyisi vuodesta toiseen kiinnostavana, täytyy sen aika ajoin uudistua. Tapahtumat antavat yleisölle lyhyessä ajassa paljon. (Silvanto 2007, 14.-16.)

### 3.1.1 Tavoite

Kaikilla tapahtumilla on oltava tavoite. Tavoite määrittää kenelle ja miksi tapahtumaa valmistetaan. Tapahtumaa järjestäessä voi olla useampiakin tavoitteita. Tavoitteita on monenlaisia, esimerkiksi taloudellinen, imagollinen tai kilpailullinen tavoite. Tavoitteiden saavuttaminen on huomattavasti helpompaa, kun ne on ajateltu huolella. (Iiskola-Kesonen 2004, 9.)

Pohdittaessa tavoitetta on hyvä miettiä, mitä tapahtumalla halutaan saavuttaa ja viestiä. Tavoitteet on hyvä selvittää heti ensimmäisenä koko työryhmälle, koska ne auttavat jatkossa tapahtuman suunnittelua sekä toteutusta. Kun tavoitteet on asetettu, sen jälkeen on helpompi miettiä käytännön toimia, joilla asetetut tavoitteet pyritään saavuttamaan. (Kauhanen ym. 2002, 45.)

Asiakasmäärätavoite tulee pitää realistisena. Asiakasmäärä on usein vaikea arvioida, mutta se kannattaa budjetoinnin kannalta tehdä. Budjetissa kuitenkin varaudutaan johonkin kävijämäärään. Jos tapahtumaa ollaan järjestämässä ensimmäistä kertaa, kannattaa tavoitteita asettaessa ottaa huomioon aikaisempien muitten tapahtumien kävijämäärät. (Kauhanen ym. 2002, 46-47.)

### 3.1.2 Budjetti

Budjetti on eräänlainen ennuste tapahtuman menoista ja tuloista. Budjetti auttaa määrittämään, miten paljon rahaa on käytettävissä, että tapahtumasta tulisi kannattava. Budjettia laatiessa on mietittävä kaikki mahdolliset menoerät ja miten rahat riittävät. Budjettia laatiessa on hyvä ottaa huomioon aikaisempia vastaavanlaisia tapahtumia. Näin saa realistisen kuvan uudelle budjetille. (Vallo & Häyrinen 2012, 147-148.) Budjettia miettiessä on hyvä huomioida tapahtuman kohderyhmä ja sen mieltymykset (Vallo & Häyrinen 2016, 177.)



Kun budjetti on suunniteltu huolellisesti ja realistisesti, on mahdollisuus päästä parhaimpaan tulokseen tapahtumassa. Budjetti vaikuttaa pitkälti siihen millaisen tapahtuman pystyy toteuttamaan. Edullisimmillaan tapahtuma tehdään mahdollisimman paljon oman henkilökunnan ja talkootyön turvin. Kannattava tapahtuma järjestetään, kun tuotot ovat menoja suuremmat. (Iiskola-Kesonen 2004, 76-77.)

Budjettia mietittäessä on hyvä miettiä samalla tarvitaanko tapahtumaan sponso-reita tai yhteistyökumppaneita. Näin budjettia saataisiin omalta osalta pienemmäksi ja tapahtumasta halutunlainen. (Kauhanen ym. 2002, 69-72.)

### **3.1.3 Lupa- ja ilmoitusasiat**

Tapahtuman toimintaa säätelevät monet turvallisuutta koskevat lait, mutta tapahtuman turvallisuudesta vastaa kuitenkin tapahtuman järjestäjä. Tapahtuman järjestämistä säätelee kokoontumislaki, pelastuslaki sekä järjestyksenvalvojalaki, jotka velvoittavat varautumaan pelastustoimenpiteisiin sekä vaaratilanteisiin. Lisäksi elintarvikkeiden kanssa toimiessa turvallisuuteen velvoittaa terveydensuojelulaki. (Iiskola-Kesonen 2004, 87.) Tapahtuman järjestämiseen tarvittavien lupien määrä vaihtelee tapahtuman luonteesta ja koosta johtuen. (Tampere event office 2016.)

Järjestäjän on ilmoitettava tapahtuman järjestämisestä poliisille. Ilmoitus on tehtävä kirjallisena vähintään viisi vuorokautta ennen tapahtumaa. Järjestyksenvalvojat ylläpitävät turvallisuutta ja järjestystä sekä estävät rikosten ja onnettomuuksien syntymistä. Järjestyksenvalvojien tulee olla poliisin hyväksymiä. (Iiskola-Kesonen 2004, 87-88.)

Vuonna 2011 voimaan tullut uusi pelastuslaki velvoittaa yleisötilaisuuksien järjestäjää laatimaan pelastussuunnitelman. Tämä on laadittava, sillä suuren yleisömäärän tai muun erityisen syyn vuoksi henkilö- tai paloturvallisuusriskit kas-

vavat. (Lampinen 2011, 63.) Pelastussuunnitelmassa tulisi käydä ilmi ennakoitavat vaaratilanteet ja niiden ehkäisytavat. Myös poistumis- ja suojautumismahdollisuudet sekä pelastus- ja sammutusjärjestelyt on oltava pelastussuunnitelmassa. Tapahtumaan on varattava ja koulutettava turvallisuushenkilöstöä. (Liskola-Kesonen 2004, 89.)

Tapahtumasta, johon odotetaan yli 500 henkilöä, ja jossa myydään tai tarjotaan elintarvikkeita, on ilmoitettava alueen terveystarkastajalle. Ilmoitus tulee tehdä viimeistään 15 vuorokautta ennen tapahtuman alkamista. (Liskola-Kesonen 2004, 90-91.)

Tapahtumiin ja tilaisuuksiin voidaan myöntää tilapäinen anniskelulupa pisimmillään yhden kuukauden ajaksi. (Aluehallintovirasto 2013.) Lupa voidaan myöntää täysi-ikäiselle, joka ei ole konkurssissa sekä hänen toimikelpoisuutta ei ole rajoitettu. Luvan hakijalta on löydettävä myös anniskelujuomien anniskeluun vaadittava luotettavuus sekä taloudelliset ja ammatilliset edellytykset. (Aluehallintovirasto 2016.)

Anniskelupaikan tulee olla luvanhakijan hallinnassa sekä viranomaisten valvottavissa. Luvanhakijan on nimettävä anniskelupaikan vastaava hoitaja sekä varavastaava. Heillä tulee olla riittävästi ravitsemisalalan koulutusta tai työkokemusta. Hakemukseen on liitettävä tapahtuman ohjelma ja pohjapiirros anniskelualueesta. (Aluehallintovirasto 2013.)

Jos tapahtumassa soitetaan musiikkia, on meluntorjuntalain mukaan tehtävä ilmoitus ympäristönsuojeluviranomaisille. Tekijänoikeusmaksuja tulee maksaa, jos tapahtumassa käytetään elävää tai taustamusiikkia. Tällöin on otettava yhteyttä Teostoon tai Gramexiin. Teosto on tekijänoikeusjärjestö, joka edustaa musiikin luovia tekijöitä eli sanoittajia, säveltäjiä ja sovittajia sekä musiikin kustantajia, kun taas Gramex toimii tuottajien ja äänittäjien oikeuksien valvojana. (Lampinen 2011, 24-25.) Teoston ja Gramexin yhteisyrittäjä GT Musiikkiluvat Oy

aloittaa vuonna 2017 myymään musiikkilupia tapahtumiin ja taustamusiikin käyttöön (Musiikkiluvat 2017.)

Tapahtumaa järjestettäessä julkisella alueella, tulee anoa lupa kunnalta. Tällaisia paikkoja ovat esimerkiksi kadut, puistot sekä torit. Maanomistajan lupa tarvitaan, jos tapahtuma järjestetään yksityisellä maa-alueella. (Iiskola-Kesonen 2004, 93.)

Tapahtuman järjestäjän on myös huolehdittava saniteettitilojen riittävästä määrästä sekä sähköturvallisuudesta. Myös jätehuolto on järjestettävä ja samalla huolehtia jätteiden kierrätyksestä. Ympäristön siisteydestä on myös huolehdittava. Tämä onnistuu organisoimalla siivousta. (Vallo & Häyrinen 2012, 152.)

### **3.1.4 Riskit**

Tapahtumaa suunnitellessa on tärkeää miettiä myös mitä riskejä järjestäessä on. Tiedostaessa tapahtuman riskit on hyvä lähteä kartoittamaan niitä, eli jakamaan niitä eri ryhmiin. Riskit on luokiteltava ja arvioitava niiden todennäköisyyden ja merkittävyyden perusteella. Tämän jälkeen pyritään hallitsemaan riskejä minimoimalla tai ehkäisemällä niiden syntyä. (Kauhanen ym. 2002, 54.)

Hyvällä suunnittelulla on mahdollisuus pienentää riskien syntymistä huomattavasti. Jos tapahtuman järjestäjä tavoittelee suurta taloudellista tulosta, silloin riskitkin ovat suurempia. Oleellista riskien hallinnassa on se, että järjestäjän on mietittävä, miten suuria taloudellisia vastoinkäymisiä se on valmis kestävänsä. Riskeistä kannattaa huolehtia koko tapahtumaprosessin aikana. (Kauhanen ym. 2002, 56-57.)

Riskit voidaan jakaa monella eri tavalla. Tapahtumaa tehdessä riskit voidaan jakaa tapahtumaa edeltäviin, tapahtuman aikaisiin riskeihin sekä tapahtuman jälkeisiin. Tai riskit voi jakaa myös ryhmittäin, ympäristöriskeihin, henkilöstöris-

keihin, taloudellisiin riskeihin, tekniikkariskeihin sekä toimintaan liittyviin riskeihin. Ympäristöön liittyvistä riskeistä suurin on sää ja sähkökatkokset. Henkilö-  
töriskejä voi olla erilaiset tapaturmat ja sairastumiset. Taloudellinen riski on ra-  
hojen loppuminen sekä teknillisiä riskejä on tavaroiden rikkoutuminen. (Kauha-  
nen ym. 2002, 54-55.)

### **3.1.5 Ajankohta ja paikka**

Tapahtuman järjestämisessä on ajankohdalla erittäin suuri merkitys. Pitkälti ta-  
pahtuman luonne ja kohderyhmä määrittelevät tapahtuman ajankohdan. Suo-  
messassa kannattaa ottaa huomioon vuodenaikojen tuomat rajoitukset. Tapahtu-  
mia järjestetään paljon kesä-, heinä- ja elokuussa. Myös koulujen lomaviikot ja  
muut tapahtumat kannattaa huomioida, esimerkiksi maailmanmestaruuskilpai-  
lut, olympialaiset sekä hirvenmetsästys voivat aiheuttaa paljon yleisökatoa.  
Myös viikonpäivällä sekä kellonajalla on merkitystä. (Kauhanen ym. 2002, 37.)

Tapahtumaa järjestäessä kannattaa seurata myös kilpailijoita, ettei vaan sa-  
maan aikaan järjestetä kilpailevia tapahtumia. Myös oma organisaatio kannat-  
taa muistaa huomioida, ettei järjestä tapahtumaa vuoden kiireisimpänä aikana  
tai loma-aikaan. Myös Suomen vuodenaikojen tuomat rajoitukset kannattaa  
huomioida tapahtuman ajankohtaa suunniteltaessa. (Vallo & Häyrinen 2003,  
145-146.)

Tapahtumapaikka kannattaa miettiä huolella, on otettava huomioon paikan si-  
jainti, kulkuyhteydet, tilat, majoituspaikat, vuokra sekä oheispalvelut. Isoja sekä  
sisällöltään samanlaisia tapahtumia ei kannata järjestää ajankohdaltaan tai si-  
jainniltaan hyvin lähekkäin. (Massatapahtumien kehittämishanke 2015.) Tapah-  
tumapaikassa on oltava riittävästi tilaa yleisölle, oheispalveluille ja kaikelle tar-  
peelliselle. On myös huolehdittava, että tapahtumapaikalla on riittävästi pysä-  
köintitilaa. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 38-39.)

Ulkotapahtumaa järjestäessä on oltava varasuunnitelma huonon sään varalle. Myrskyn ja sateen yllättäessä on hyvä olla varattuna riittävästi telttoja, katoksia tai yleisölle jaettavia sadetakkeja. Joskus myös tapahtuman siirtäminen sisätiloihin on mahdollista. Myös liikuntarajoitteiset asiakkaat on huomioitava. (Vallo & Häyrynen 2003, 140.)

Tapahtumapaikkaa varatessa on huomioitava rakennus- sekä purku-aika. Rakennusvaihe voi kestää jopa useamman viikon. Purkuvaihe on yleensä nopeampi, mutta sillekin on varattava riittävästi aikaa. (Vallo & Häyrynen 2003, 142.)

### **3.2 Tapahtumamarkkinointi**

Tapahtumamarkkinointi on tapahtuman ja markkinoinnin yhdistelmää. Tapahtumamarkkinoinnin toiminta perustuu siihen, että se pyrkii vuorovaikutteisella tavalla yhdistämään organisaation ja sen kohderyhmät tapahtumaan siihen valitun teeman ja ideoitten ympärille. Kaikki ne tapahtumat, joissa yritys markkinoi tai edistää myyntiä ovat osa tapahtumamarkkinointia. Tapahtumamarkkinoinnin tehtävänä on rakentaa ja vahvistaa organisaation imagoa tai tuotteiden ja palveluiden brändiä. (Vallo & Häyrynen 2012. 19-20.)

Tapahtumamarkkinointia pidetään osana markkinointiviestinnän kenttää, johon kuuluvat mainonta, myynninedistäminen, suhdetoiminta, henkilökohtainen myyntityö sekä sponsorointi. Markkinointiviestinnän välineistä sponsorointi ja tapahtumamarkkinointi menevät usein sekaisin, mutta kuitenkin sponsorointi ei ole tapahtumamarkkinointia. Aina tapahtumamarkkinointi ei vaadi tuekseen sponsorointia. (Muhonen & Heikkinen 2003. 41-43.)

Kun tapahtuma on etukäteen suunniteltu, tavoite ja kohderyhmä on määritelty sekä tapahtumassa toteutuvat vuorovaikutteisuus, elämyksellisyys ja kokemuksellisuus, niin tällöin voidaan puhua tapahtumamarkkinoinnista. Tapahtuman

järjestämisen ydin idea on ihmisten välinen kohtaaminen, sillä tapahtumat ovat hyvä keino ja paikka parantaa vuorovaikutusta. (Vallo & Häyrinen 2012. 20-21.)

Tapahtumamarkkinoinnille on aina asetettava tavoite, joka tulee liittää osaksi yrityksen markkinointisuunnitelmaa. Yritys voi asettaa tavoitteeksi esimerkiksi yrityskuvan kehittämisen, näkyvyyden ja asiakassuhteiden parantamisen tai esitellä ja myydä tuotteita ja palveluita. Tapahtumamarkkinointi on oikein toteutettuna strategialähtöistä, suunnitelmallista ja tavoitteellista toimintaa. (Vallo & Häyrinen 2012. 22-23.)

### **3.3 Tapahtuman toteutuksen teoria**

Kun tapahtuma toteutetaan, se tekee suunnittelusta todellisen. Onnistuneen tapahtuman järjestäminen vaatii kaikilta tahoilta mutkatonta yhteistyötä, sekä jokaisen on ymmärrettävä roolinsa ja osuutensa tapahtumassa. Tapahtuman rakennus on yleensä kaikkein eniten aikaa vievin, kun taas tapahtuma yleensä kestää vain pienen hetken. Purku on usein paljon tehokkaampaa ja nopeampaa kuin tapahtuman rakennus. (Vallo & Häyrinen 2012. 163-164.)

Tapahtuman nettisivuilla olisi hyvä informoida asiakkaita jo ennen tapahtuman alkua. Asiakkaitten olisi hyvä tietää aukioloajat, liikenneyhteydet, parkkipaikat, maksuvälineistä, löytötavaroista, infopisteistä sekä ikärajoista. Näin asiakas tulee luottavaisemmin mielin tapahtumaan. (Etelä-Pohjanmaanliitto 2008.)

Ennen tapahtumaa on hyvä käydä läpi esiintymisjärjestys, esiintulo, tekniikka sekä juonto, tällöin ohjelmalle on hyvä järjestää kenraaliharjoitukset. Tapahtuman ohjelman kululle kannattaa laatia aikataulu. Tapahtumaa järjestäessä sekä aikataulua suunniteltaessa on hyvä laatia tapahtumalle vahva aloitus sekä selkeä lopetus. Tapahtumassa on huomioitava kuinka monta esiintyjää on, minkä mittaisia esiintymisiä he pitävät, kuka on pääesiintyjä ja milloin hän esiintyy. Taukoja esitysten välillä kannattaa pitää, mutta ei niin että asiakkaille tulisi pit-

kästynyt olo. Joskus pieni yllätyksellisyys voi parantaa tapahtuman onnistumismahdollisuuksia. (Vallo & Häyrinen 2012, 164-168.)

Tapahtumaan on nimettävä yksi vastuuhenkilö, joka huolehtii ja vastaa tapahtuman toteutuksesta ja aikataulun pitämisestä. Vastuuhenkilö päättää myös mitä tehdään, jos asiat eivät mene suunnitelman mukaisesti. (Kauhanen ym. 2002, 93.)

### **3.4 Tapahtuman jälkitoimenpiteiden teoria**

Tapahtuman päätyttyä on huolehdittava paikan siivouksesta, esiintymislavan, telttojen sekä muiden rakenteiden purkamisesta ja vuokravälineiden palautuksesta. Ennen tilaisuutta on hyvä olla sovittuna, kuka vastaa purkamisesta sekä minkälaisella aikataululla purkaminen tapahtuu. (Tapahtumakaupunki Jyväskylä 2016, 21.)

Tapahtuman jälkeen seuraa yleensä jälkimarkkinointivaihe. Se voi olla kiitoslahjan toimittamista sekä palautteen keräämistä osallistujilta sekä myös omasta organisaatiosta. Palautteista kerätään yhteenveto, miten tapahtuma onnistui. Näin tästä on helppo oppia seuraavaa tapahtumaa varten. Tapahtuman jälkeen on hyvä kiittää myös tapahtuman tekijöitä, kuten esiintyjä, yhteistyökumppaneita, alihankkijoita sekä puhujia. (Vallo & Häyrinen 2012, 180-184.)

Tapahtumaan osallistuneilta on hyvä kerätä palautetta, näin saadaan tietää, miten osallistujat kokivat tapahtuman ja mikä oli parasta siinä sekä mitä olisi voitu tehdä toisin. Palautetta verrataan tapahtuman tavoitteisiin ja päästiinkö tavoitteisiin. Palaute voidaan kerätä palautelomakkeella kirjallisesti tai sähköisesti, puhelimitse tai sähköpostilla. (Vallo & Häyrinen 2012, 185.)

Tapahtuman jälkeen on tapahtuman järjestämiseen osallistuneiden kesken pidettävä yhteenveto ja palautepalaveri tapahtumasta. Palaverissa käydään läpi

saadut palautteet sekä arvioidaan, miten tapahtuman tavoitteet onnistuivat ja millaisia jatkosuunnitelmia on tulevien tapahtumien varalle. Tästä palaverista kannattaa laatia myös kirjallinen raportti. Tämä jää muistioksi seuraavalle tapahtumalle. (Vallo & Häyrynen 2012, 188-190.)

## **4 Toiminnallinen opinnäytetyö**

Tämä opinnäytetyö on tehty toiminnallisena, mihin kuuluu sekä tapahtuman suunnittelua sekä myös sen toteutus. Opinnäytetyö tehtiin Pohjois-Karjalan Osuuskaupalle ja sen aiheena oli Osuuskaupparockin lastenpäivän järjestäminen.

Opinnäytetyön ideana on, että opiskelija pystyy yhdistämään ammatillisen teorian tiedon ja käytännön. Juuri toiminnallinen opinnäytetyö on tyypillinen ammattikorkeakouluissa tehtävä opinnäytetyötyyppi. (Pohjannoro & Taijala 2007.) Toiminnallista opinnäytetyötä tehdessä lopputulokseksi saadaan jokin konkreettinen tuote, kuten portfolio, kirja, messu- tai esittelyosasto tai tapahtuma. Kaikissa toiminnallisissa opinnäytetöissä pyritään viestinnällisin ja visuaalisin keinoin luomaan sellainen kokonaisilme, josta pystyy tunnistamaan tavoitellut päämäärät. Jos opinnäytetyönä tehdään tuote, maksaa sen opiskelija tai toimenantaja itse. Useasti esimerkiksi liiketalouden opiskelijat tekevät toiminnallisen opinnäytetyön yritykselle. Tuotteesta kannattaa tehdä niin yksilöllinen, että se erottuu muista vastaavista opinnäytetöistä. (Vilkkä & Airaksinen 2003. 51-53.) Opinnäytetyö vahvistaa ammatillista kasvua, urasuunnitelmia sekä työllistymistä. (Vilkkä & Airaksinen 2003. 17.)

Opinnäytetyöhön käytetyn tietopohjan tulee olla laaja. Tietoa voi hankkia esimerkiksi Internetistä, kirjoista, lehdistä, artikkeleista, tutkimuksista ja lainsäädännöistä. Opinnäytetyötä tehdessä on huomioitava, että tieto on varmasti oikeaa, luotettavaa sekä ajanmukaista. Toiminnallisen opinnäytetyön ollessa laaja



ja monitasoinen voidaan se tehdä usein myös parityönä tai ryhmänä. (Vilkkä & Airaksinen 2003. 53-56.)

Opinnäytetyössä käytetyt lähteet voivat olla kirjallisia tai suullisia. Opinnäytetyötä tehdessä lähteitä kannattaa käyttää mahdollisimman monipuolisesti ja laajasti. Parhaita lähteitä ovat tuoreet tieteellisten aikakausjulkaisujen artikkelit. (Pohjannoro & Taijala 2007.)

Toiminnallinen opinnäytetyö muodostuu kahdesta osasta, tapahtumasta tai kehitettävästi tuotteesta sekä kirjallisesta raportista. Raportissa esitellään, miten tämä onnistui. Toiminnallisessa opinnäytetyössä on kerrottava, miten tapahtuma tai kehitettävä tuote on suunniteltu, toteutettu sekä millaisia mielipiteitä siitä tuli. Opinnäytetyössä on oltava myös kirjallinen tietoperusta, joka toimii työn perustana. (Jyväskylän ammattikorkeakoulu 2012.)

## **5 Lastenpäivän tapahtuman järjestämisprosessi**

Vuoden 2016 Osuuskaupparockin lastenpäivän esiintyjiksi järjestettiin Kengurumeininki, Nallekopa sekä Malti ja Valti. Lapsille järjestettiin oheistoimintaa tapahtumaan. Tapahtumaan järjestettiin pomppulinnoja, sähkökenttä, pelustuslaitos, laukaisukenttä, kasvomaalaus, sirkusesiintyjä, ruoka- sekä myyntikojuja.

Tapahtumaa aloitettiin suunnitella jo vuoden 2015 puolella. Tapahtuma järjestettiin kesäkuun puolessa välin 17. – 19.6.2016. Lastenpäivä oli sunnuntai 19.6 ja tapahtuma kesti kello 12-17 välisen ajan. Pomppulinnot, pelustuslaitos, sähkökenttä, laukaisukenttä, kasvomaalaus sekä ruoka- ja myyntikojut olivat käytössä koko tapahtuman ajan.

## 5.1 Tapahtuman suunnittelu

Tapahtuman suunnittelu aloitettiin päättämällä tapahtuman ajankohta. Tapahtumapaikaksi valittiin Sirkkalanpuisto, jossa tapahtumaa oli järjestetty aiempina-kin vuosina ja tapahtumapaikka oli todettu hyväksi. Tapahtumaan mietittiin ja varattiin esiintyjät ja alustavasti pomppulinnat lapsille jo edellisen vuoden 2015 puolella.

Alkuvuodesta 2016 alettiin miettiä tapahtumaan lapsille erilaisia aktiviteetteja. Yhteyttä otettiin eri yrityksiin, opiskelijoihin sekä harrastajiin. Osuuskaupparockin lastenpäivästä pidettiin palaverieita yhdessä tapahtumanvastaavan kanssa. Lopputuloksena oli järjestää tapahtumaan lapsille pomppulinnat, hattarasekä popcornikoneita, sirkusesiintyjä, paloauto, ambulanssi, kasvomaalausta sekä sähkökenttä ja kiekon laukaisukenttä.

Oma roolini oli suunnitella ja toteuttaa lastenpäivälle lapsille erilaisia aktiviteetteja. Kanssani lastenpäivää suunnitteli tapahtumavastaava Pasi Ripatti. Tavoitteenani oli suunnitella lapsille jotain uutta Osuuskaupparockiin, jota ei vielä edellisenä vuonna ollut tapahtumassa. Uutena tapahtumaan tuli sirkusesiintyjät sekä laukaisukenttä. Mutta myös tarkoituksena oli ottaa mukaan ne asiat mistä tiedettiin lasten jo pitävän. Näitä olivat pomppulinnat sekä kasvomaalaus. Kuvassa 1 ja 2 tapahtumassa olleita pomppulinnoja. Itse toimin jonkin aikaa Karelia-ammattikorkea koulun opiskelijajärjestö Killan tapahtumavastaavana, josta kiinnostus tapahtumien järjestämiseen on lähtenyt. Mieleistä oli päästä Osuuskaupparockiin suunnittelemaan ensimmäistä kertaa lapsille kohdistuvaa tapahtumaa.



Kuva 1. Pomppulinnoja

### 5.1.1 Tapahtuman tavoite

Osuuskaupparockin lastenpäivän tavoite oli järjestää lapsille sopivaa ja mieleistä musiikkia sekä tekemistä. Myös tavoitteena oli, että koko perhe pystyisi viettämään päivän yhdessä tapahtumassa. Lastenpäivän tavoitteena oli myydä päivälle lippuja kaksi tuhatta.

Tavoitteesta kuitenkin jäätin huomattavasti ja lippuja myytiin neljäsataa. Tähän vaikutti erityisesti sateinen ja viileä sää. Yhteensä Osuuskaupparockin tavoite oli saada koko tapahtuman aikana kahdeksan tuhatta asiakasta. Perjantaina ja lauantaina Osuuskaupparockissa oli hyvin asiakkaita.



Kuva 2. Lisää pomppulinnoja

### 5.1.2 Tapahtuman budjetti

Lasten päivälle budjetoitiin kaksi tuhatta asiakasta. Tapahtuman euromääräinen budjetti on salainen. Tapahtumasta kertyviä menoeriä olivat vuokrat, rakentaminen, markkinointi, tekniikka, somistus, luvat, ohjelma, vartiointi, kuljetukset ja palkkiot. Tuloeriä syntyi ainoastaan lipuista. Ruuan ja juoman myyntituotot menivät ne hoitaneelle yritykselle.

Suurin osa tapahtuman menoista koostui esiintyjien palkkioista. Palkkiot olivat noin kahdeksankymmentä prosenttia tapahtuman menoista. Lipputulot olivat Osuuskaupparockin ainoa tulonlähde.

### 5.1.3 Tapahtuman lupa- ja ilmoitusasiat

Osuuskaupparock laati pelastuslain vaatiman pelastussuunnitelman. Pelastussuunnitelmassa tulee ilmi tilaisuuden onnettomuusriskitekijät ja niiden ennaltaehkäisy sekä toimenpiteet onnettomuuden sattuessa. Osuuskaupparockin riskitekijöiksi kirjattiin tulipalo, sairaskohtaus sekä tilapäiset rakenteet. Tulipaloon varauduttiin alkusammutusvälineistöllä sekä vaaratilanteissa evakuoimalla ihmiset evakuointipisteille. Sairaskohtauksiin varauduttiin SPR:n henkilöstöllä sekä ensiapupiste järjestettiin hotellin sisätiloihin. Myös ambulanssin helppo kulku varmistettiin parkkipaikalle tai ensiapupisteelle. Tapahtumaan rakennettavista esiintymislavoista sekä myyntiteltoista huolehdittiin, että ne ovat kestäviä ja tarkoitukseen sopivia.

Pelastussuunnitelmasta löytyy myös turvallisuusjärjestelyt, kuten mistä löytyy alkusammutuskalusto, ensiapuvälineistö, evakuoitumispaikka, hätäpoistumistiet sekä hälyttämisyjärjestelmä. Pelastussuunnitelmaan on kirjattu myös vastuuhenkilöiden yhteystiedot. Osa henkilökunnasta on käynyt turvapassikoulutuksen. Lisäksi alueella työskenteleville henkilökunnalle pidettiin yhteinen palaveri ennen tapahtuman alkamista.

Osuuskaupparockiin haettiin tilapäistä anniskelulupaa. Osuuskaupparock oli kolmepäiväinen tapahtuma, mutta muutos haettiin ainoastaan 17. – 18.6.2016 päivien ajaksi, koska silloin tapahtuma oli kielletty alle 18-vuotialta. 19.6 lastenpäivänä anniskelua ei ollenkaan ollut. Anniskelualue haettiin hotelli Kimmelin takana sijaitsevaan Sirkkalanpuistoon, hakemukseen liitettiin pohjakuva anniskelualueesta. Anniskelualue rajattiin metalliaidoin sekä aluetta valvoivat järjestyksenvalvojat. Järjestyksenvalvojat olivat poliisin hyväksymiä. Osuuskaupparockissa tarjottiin myös erilaisia elintarvikkeita, kuten hampurilaisia, popcornia sekä hattaraa, tämän takia tehtiin ilmoitus elintarvikkeiden tilapäisestä myynnistä, valmistuksesta ja tarjoilusta.

Ilmoitus jätettiin myös melusta ympäristösuojeluviranomaisille. Melua ehkäistiin suuntaamalla äänentoistolaitteet yleisöön sekä Hotelli Kimmeliin päin. Koska tapahtuma järjestettiin julkisella paikalla, Joensuun kaupungilta pyydettiin lupa tapahtuman järjestämiseen.

Tapahtumaan hankittiin asiakkaille riittävästi saniteettitiloja. Niitä oli juuri sopivasti, niin ettei jonoja päässyt kertymään saniteettitilojen läheisyyteen. Myös siivouksesta ja jätehuollosta huolehdittiin tapahtuman aikana sekä tapahtuman jälkeen, muun muassa keräämällä roskia.

#### **5.1.4 Tapahtuman riskit**

Osuuskaupparockia suunnitellessa tapahtumaa koskevat riskit on tiedostettava. Tapahtuman suurimpia riskejä ovat esiintyjien peruuttaminen, tekniset ongelmat, tilapäisrakenteet, sää sekä muut kilpailevat tapahtumat. Riskit on tiedostettava sekä niiden varalle on mietittävä varatoimenpiteet ennakkoon. Koska Osuuskaupparockia on järjestetty jo useamman vuoden ajan, niin arviot riskeistä ja niiden hallinnasta tulivat aikaisemmilta vuosilta.

Jos esiintyjät joutuivat perumaan esiintymisen sairastumisen tai muun syyn takia, oli hyvä olla edes yksi varaesiintyjä varattuna varmuuden vuoksi. Esiintyjät ovat kuitenkin yleensä suurin syy, miksi ihmiset tapahtumaan osallistuvat. Teknisiin ongelmiin varauduttiin hyvällä suunnittelulla ja turvallisella toteutuksella sekä laadukkailla välineillä. Sää on myös suuri riskitekijä, sään ollessa huono yleisömäärä on yleensä alhaisempi. Säähän varauduttiin rakentamalla katollisia telttoja sekä terassi oli katollinen, myös varauduttiin hankkimaan riittävästi sadetakkeja yleisöä varten.

### 5.1.5 Tapahtuman ajankohta ja paikka

Osuuskaupparock järjestettiin kesäkuun puolivälissä. Tapahtuma kesti kolme päivää ja se sijoitettiin viikonlopulle kestämään perjantaista sunnuntaihin. Perjantai ja lauantai olivat tarkoitettuja aikuisille, joten ne olivat kiellettyjä alle 18-vuotiailta. Perjantai sekä lauantai olivat iltatapahtumia.

Sunnuntai oli tarkoitettu koko perheelle, erityisesti lapsille. Lapset huomioitiin tapahtuman ajankohdan suunnittelussa, ettei tapahtumaa järjestettäisi liian myöhäisenä ajankohtana. Tapahtuma kesti viisi tuntia, alkoi kello kaksitoista päivällä ja päättyi kello viiden aikaan illalla. Kuvassa 3 on yksi lastenpäivän aktiviteeteista.

Tapahtumapaikaksi valittiin Hotelli Kimmelin läheisyydessä sijaitseva Sirkkalanpuisto. Tapahtumassa pystyttiin hyödyntämään Hotelli Kimmelin tiloja sekä pysäköintipaikkoja. Hotelli Kimmel on Pohjois-Karjalan Osuuskaupan omistama. Samassa rakennuksessa toimii myös PKO:n ravintoloita sekä yökerho. Osuuskaupparock-tapahtumaa on jo vuodesta 2011 lähtien järjestetty Sirkkalanpuistossa.



Kuva 3. Josban sählykenttä.

## 5.2 Tapahtuman markkinointi

Osuuskaupparockin lastenpäivää markkinoitiin aina yhdessä koko Osuuskaupparock-tapahtuman kanssa. Osuuskaupparock-tapahtumalle on perustettu omat nettisivut, joilta löytyy ajankohtaisin tieto tapahtumasta. Sosiaalista mediaa käytettiin markkinoinnissa paljon, kuten Facebookia ja Instagramia, joihin tehtiin omat käyttäjätilit.

Myös eri nettisivujen bannereissa näkyi Osuuskaupparockin mainoksia, näitä olivat esimerkiksi erilaisien lehtien sekä MTV3:n nettisivut. Tavalliseen tapaan, myös paperilehdissä mainostettiin Osuuskaupparockia. Näistä esimerkkinä Karjalainen, Karjalan Heili, Savon Sanomat sekä Rumba.



Erilaisia Osuuskaupparockin esittelytilaisuuksia pidettiin erilaisissa paikoissa sekä tapahtumissa. Tällaisia paikkoja oli Joensuussa Prisma sekä Hotelli Kimmel. Esimerkiksi tapahtuma, jossa Osuuskaupparockia markkinoitiin, oli Joensuun Kimmelissä helmikuussa 2016 järjestetyt Häämessut.

Tapahtuman markkinointitilaisuuksissa arvottiin tapahtumaan pääsylippuja. Aikuisille palkintona oli kahden päivän lippuja perjantaille ja lauantaille. Lapsille arvottiin lastenpäivän lippuja. Voittajille ilmoitettiin henkilökohtaisesti. Kuvassa 4 näkyy Osuuskaupparockin aluetta lastenpäivältä.



Kuva 4. Osuuskaupparockin alue.

### 5.3 Tapahtuman toteutus

Tapahtuman toteutusvaiheen voi jakaa kolmeen osaan: ensiksi rakennusvaihe sitten itse tapahtuma ja viimeiseksi purkuvaihe. Tapahtuman rakennusvaihe aloitettiin jo aiemmin samalla viikolla. Koska Osuuskaupparock oli kolme päivä-

nen tapahtuma, ei lastenpäivänä tarvinnut rakennella erikseen teltoja tai aitoja, nämä olivat valmiina jo edellisiltä päiviltä. Kuitenkin teltoja jouduttiin purkamaan pomppulinnojen tieltä sekä varmistettiin myös, ettei mitään alkoholiin viittaavaa ole jäänyt lasten nähtäville edellisiltä päiviltä. Tapahtumapäivänä ympäristö siivottiin, pystytettiin pomppulinnot sekä popcorn- ja hattarakoneet sekä asiakastiskit järjestettiin uudelleen. Myös tila sählykentille, laukaisukentälle ja paloautolle sekä ambulanssille järjestettiin sunnuntaina.

Lastenpäivä oli hyvin sateinen päivä, joten sirkusesiintyjille järjestettiin katollinen esiintymispaikka, tällainen oli sivuesiintymislava. Sirkusesiintyjä oli kaksi. Sirkusesityksiä oli yhteensä neljä, aina kunkin bändin esityksen välissä. Kuvassa 5 yksi sirkustaiteilijoista esiintymässä. Kasvomaalaukselle järjestettiin nurkapaikka teltasta. Kasvomaalaus osoittautui hyvin suosituksi lasten keskuudessa. Lapset jonottivat kasvomaaluspisteelle, jossa oli ainoastaan yksi kasvomaalaja. Sählykenttää järjestivät ja mukana lasten kanssa pelaamassa sählyä oli Josban seuruetta. Laukaisukentällä neuvomassa oli kaksi Jokipoikien pelaajaa. Pomppulinnot järjestettiin niin, että vähän isompien pomppulinnot olivat edessä ja pienemmille hiukan taaempaan. Pomppulinnoja oli yhteensä seitsemän. Viidessä pomppulinnessa oli katos, joka oli hyvä juuri sadekelin takia. Lasten pomppimista valvottiin, ettei lapsille vaan sattuisi mitään. Ambulanssi sekä paloauto olivat tapahtumassa mukana hälytysvarauksella. Jos heille tuli hälytys, he joutuivat lähtemään siksi ajaksi. Tästä syystä ambulanssi tuli hieman myöhemmin.

Tapahtuman purkuvaihe aloitettiin heti itse tapahtuman loputtua. Myyntitiskit, pomppulinnot sekä myyntiteltat purettiin ensimmäiseksi. Tapahtumapaikka siivottiin roskista. Purkutyöt jatkuivat myös seuraavalla viikolla.



Kuva 5. Sirkustaiteilija esiintymässä.

#### 5.4 Tapahtuman jälkitoimenpiteet

Heti tapahtuman loputtua ruvettiin huolehtimaan tapahtuman purkamisesta. Pomppulinnot, aidat, myyntipisteet, teltat ja esiintymislavat purettiin. Huolehdittiin myös, että tapahtumapaikka jää siistiksi. Kuvassa 6 myyntipisteen hattarakone.

Jälkimarkkinointina julkaistiin sosiaalisessa mediassa kiitokset koko henkilökunnalle, jotka työskentelivät tapahtuman hyväksi. Myös artisteja ja tapahtu-

massa kävijöitä kiitettiin. Tapahtuma päätettiin järjestää myöskin seuraavana vuonna.

Yhteenvetopalaverissa käytiin läpi tapahtuman onnistuminen sekä saatuja palautteita. Yleisesti koko tapahtuma keräsi vain positiivista palautetta, negatiivista ei tullut yhtään. Positiivista palautetta tuli tapahtuman sujuvuudesta, anniskelusta, lipunmyynnistä sekä siitä ettei vessoille tarvinnut jonottaa. Myös Osuuskaupparockin uutta ilmettä keuhuttiin.



Kuva 6. Myyntipisteellä hattaran valmistusta.

## 6 Johtopäätökset ja pohdinta

### 6.1 Tavoitteiden yhteenveto

Niin kuin teoriassa kirjoitin, tapahtuman suunnittelu on tapahtuman järjestämisessä se pisin ja aikaa vievin asia. Lastenpäivän suunnittelukin vei ison osan ajasta. Ensiksi täytyi miettiä, mitä tapahtumaan voisi ottaa mukaan ja sitten karsia näistä ne parhaimmat ideat ja lähteä työstämään niitä.

Suunnitteluvaiheessa Osuuskaupparockille päätettiin tavoite, budjetti, ajankohta sekä paikka. Myös kaikki lupa- ja ilmoitusasiat hoidettiin kuntoon. Osuuskaupparockin riskit kartoitettiin, näin niihin osattiin jo varautua ennalta.

Tapahtuman toteutusvaihe oli suhteellisen nopeaa. Teltat, aidat, saniteettitilat sekä esiintymislavat olivat valmiina edellisiltä päiviltä, koska Osuuskaupparock oli kolme päiväinen tapahtuma. Sunnuntaina huolehdittiin pomppulinnoista, lasten aktiviteeteista ja lasten herkuista. Tapahtuman järjestämisen teorian mukaan, tapahtuman kululle kannattaa laatia aikataulukaus. Tällainen tehtiin myös lastenpäivälle. Tapahtuma aikataulutettiin, milloin kukin esiintyjä esiintyy sekä miten pitkään. Myös katsottiin minkä ajan sirkusesiintyjät esiintyvät bändien välissä.

Teoriaosiossa tapahtuman päätyttyä on huolehdittava tapahtumapaikan siivouksesta sekä tapahtumassa tarvittavien telttojen, aitojen ja lavojen purkamisesta. Heti lasten tapahtuman päätyttyä aloitettiin purkamaan ja siivoamaan tapahtumapaikkaa. Tapahtuman jälkeen on tapana muistaa kaikkia tapahtumassa mukana olleita, myös Osuuskaupparock muisti kiittää kaikkia tapahtumaan osallistuneita.

## 6.2 Muiden opinnäytetyöt sekä tapahtuman kehitysideoit

Tavoitteeni oli saada tapahtumaan jotain uutta, mitä edellisellä vuonna ei vielä tapahtumassa ollut nähty. Vaikka sirkusesiintyjien löytäminen oli kovan työn takana, ne lopulta saatiin tapahtumaan mukaan. Mielestäni pomppulinnot sekä kasvomaalaukset osoittautuivat lapsille kaikkein tärkeimmiksi aktiviteeteiksi esiintyjien ohella. Mielestäni niitä ei kannata unohtaa seuraavanakaan vuonna. Sateinen sää kesti koko viikonlopun ajan, mikä näkyi ainakin sunnuntaipäivänä kävijämäärässä. Tapahtuma oli muuten kaikin puolin onnistunut ja tapahtumaa tullaan varmasti järjestämään uudelleen vuosittain.

Jori Roudon Ace Corner Rock opinnäytetyössä huomasi paljon eroja Osuuskaupparockiin. Heidän tapahtumassaan kohderyhmänä on rockmusiikin ystävät, mutta ikäraja ei kuitenkaan ollut asetettu. Osuuskaupparockissa kaksi ensimmäistä päivää on alle 18-vuotiailta kielletty. Tapahtuman kesto oli yhden päivän ja sisäänpääsy oli kaikille ilmainen. (Routo 2015.) Johannes Onnelan opinnäytetyössä tämä löysi Keskiyön reivien parannusehdotuksiksi, että tapahtumaa ruvettaisiin järjestämään kaksi kertaa vuodessa. Myös Onnela parantaisi tapahtuman markkinointia. (Onnela 2016.) Mielestäni Osuuskaupparockin markkinointi on hyvin suunniteltu. Sitä on laajasti eri medioissa. Pohjois-Karjalassa ei voi välttyä huomaamasta Osuuskaupparockin mainoksia. Näkisin kyllä tulevaisuudessa Osuuskaupparockin mahdollisuuden järjestää kaksikin kertaa vuodessa. Joensuussa ei talvisin järjestetä montaa musiikkifestivaalia, uskon että Osuuskaupparock voisi olla joskus yksi tällainen.

PikkuKolin-tapahtuman ja Osuuskaupparockin lastenpäivän kohderyhmä on sama. Tavoitteena molemmissa tapahtumissa, on saada koko perhe viettämään yhdessä aikaa. PikkuKoli on talvitapahtuma, mutta yhteistä Osuuskaupparockin kanssa on erilaiset aktiviteetit, joita kummassakin on ideoitu lapsille. (Kuiri, Lavikainen & Pöllänen 2013.) Talviriehan suunnitelleet ja toteuttaneet Michaela ja Nora olivat keksineet tapahtumaan lapsille erilaisia tekemisiä, suunnistusradas-

ta erilaisiin leikkeihin. (Jenström & Kujamäki 2016.) Miksi ei Osuuskauppa-rockissakin voisi olla lapsille jonkinlainen suunnistusrata.

### **6.3 Oman oppimisen pohdinta**

Opinnäytetyötä kirjoittaessani ja tapahtumaa suunniteltaessa sekä toteuttaessa opin paljon uutta. Yllättävää oli se, miten paljon tulee ottaa huomioon tapahtumaa järjestäessä, ja miten monta lupaa tarvitaan, että tapahtuma saadaan edes järjestettyä. Tärkeä huomio oli myös se, että tapahtuman suunnittelu vie suurimman osan itse tapahtuman järjestämisestä.

Halusin nähdä ja oppia miten isompia tapahtumia lähdetään suunnittelemaan ja toteuttamaan. Lapsille suunnatun tapahtuman järjestäminen erosi aikuisille suunnatuista tapahtumista. Oppilasjärjestössä suunnittelemani tapahtumat erosivat siltä osin aika paljon lastenpäivän suunnittelusta. Pidin tapahtuman suunnittelusta ja tällaisia tapahtumia olisi mukava tehdä uudestaankin ja kehittyä siinä.

## Lähteet

- Aluehallintovirasto. 2013a. Anniskelupaikka. Aluehallintovirasto.  
<https://www.avi.fi/web/avi/anniskelupaikka#.VzLcJ9SLSt8>. 18.4.2016.
- Aluehallintovirasto. 2013b. Tilapäinen anniskelulupa. Aluehallintovirasto.  
[https://www.avi.fi/web/avi/tilapainen-anniskelulupa#.VzLZ\\_dSLSt8](https://www.avi.fi/web/avi/tilapainen-anniskelulupa#.VzLZ_dSLSt8).  
 18.4.2016
- Aluehallintovirasto. 2016. Anniskeluluvat. Aluehallintovirasto.  
<https://www.avi.fi/web/avi/anniskeluluvat#.VzLbPtSLSt8>. 18.4.2016.
- Eteläpohjanmaanliitto. 2008. Tapahtumajärjestäjän opas.  
<http://www.etelapohjanmaa.fi/kulttuuri/documents/tapahtumaopas.pdf>.  
 21.2.2017
- Iiskola-Kesonen, H. 2004. Mitä, miksi, kuinka? Käsikirja tapahtumajärjestäjille. Helsinki.  
 Suomen Liikunta ja Urheilu ry.
- Jernström, M. & Kujamäki, N. 2016. Lasten talvirieha Hotelli Heimarille. Haaga-Helia  
 ammattikorkeakoulu. Liiketalous. Opinnäytetyö.  
[https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/116480/Jernstrom\\_Michaela.pdf?sequence=1](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/116480/Jernstrom_Michaela.pdf?sequence=1). 6.3.2017
- Jyväskylän ammattikorkeakoulu. 2012. Opinnäytetyön raportointi.  
<https://oppimateriaalit.jamk.fi/raportointiohje/tag/toiminnallinen-opinnaytetyo/>. 21.2.2017
- Kauhanen, J. Juurakko, A. & Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. Vantaa. Wsoy.
- Kuiri, J., Lavikainen, M. & Pöllänen, K. 2013. PikkuKoli-perhetapahtuman suunnittelu, toteutus ja kehittäminen. Karelia ammattikorkeakoulu. Matkailu. Opinnäytetyö.  
[https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/66627/Kuiri\\_Janette%20Lavikainen\\_Minna%20Pollanen\\_Kiti.pdf?sequence=1](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/66627/Kuiri_Janette%20Lavikainen_Minna%20Pollanen_Kiti.pdf?sequence=1). 6.3.2017
- Lampinen, J. 2009. Yleisötilaisuuden järjestämisopas. Sastamala. Suomen ympäristö- ja terveysalan kustannus Oy.
- Lampinen, J. 2011. Ekologisen ja turvallisen yleisötilaisuuden järjestämisopas. Pori. Suomen ympäristö- ja terveysalan kustannus Oy.
- Massatapahtuminen kehittämishanke. 2015. Tapahtumatuotanto läpivalaisussa.  
[https://www.seinajoki.fi/material/attachments/seinajokifi/kulttuurijaterveys/kuittuuri/tapahtumakaupunki/WvuVCPLin/massa\\_tapahtumamanuaali\\_web.pdf](https://www.seinajoki.fi/material/attachments/seinajokifi/kulttuurijaterveys/kuittuuri/tapahtumakaupunki/WvuVCPLin/massa_tapahtumamanuaali_web.pdf).  
 10.3.2017
- Muhonen, R & Heikkinen, L. 2003. Kohtaamisia kasvokkain: tapahtumamarkkinoinnin voima. Helsinki. Talentum.
- Onnela, J. 2016. Musiikitapahtuman järjestäminen. Turun ammattikorkeakoulu. Liiketalous. Opinnäytetyö.  
[https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/112435/Onnela\\_Johannes.pdf?sequence=1](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/112435/Onnela_Johannes.pdf?sequence=1). 6.3.2017
- Musiikkiluvat. 2017. Musiikki tekee kaupan. <https://www.musiikkiluvat.fi/>. 28.03.2017.
- Pohjannoro, H & Taijala, Beata. 2007. Näkökulmia toiminnalliseen opinnäytetyöhön.  
<http://theseus32-kk.lib.helsinki.fi/bitstream/handle/10024/8232/Pohjannoro.Hannu.Taijala.Beata.pdf?sequence=2>. 17.3.2017
- Ripatti, P. 2016. Tapahtumavastaava. Pohjois-Karjalan Osuuskauppa. 16.6.2016



- Routo, J. 2015. Musiikkitapahtuman järjestäminen ja kehittäminen. Lahden ammatti-  
korkeakoulu. Liiketalous. Opinnäytetyö.  
[https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/92802/Routo\\_Jori.pdf?sequence=2](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/92802/Routo_Jori.pdf?sequence=2). 6.3.2017
- Silvanto, S. 2007. Festivaalien Helsinki. Helsinki. Helsingin kaupungin tietokeskus.  
Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta. 2016. Tietoa Osuuskaupasta. PKO.  
<https://www.s-kanava.fi/web/pohjois-karjalan-osuuskauppa/etusivu>.  
2.2.2016.
- Tampere event office. 2016. Luvat ja ilmoitukset.  
<https://www.tapahtumatoimisto.com/fi/materiaalipankki/luvat-ja-ilmoitukset>.  
21.02.2017
- Tapahtumakaupunki Jyväskylä. 2016. Tapahtumajärjestäjän opas.  
[http://www.jyvaskyla.fi/instancedata/prime\\_product\\_julkaisu/jyvaskyla/embeds/jyvaskylawwwstructure/85052\\_Tapahtumajarjestajan\\_opas\\_syyskuu\\_2016.pdf](http://www.jyvaskyla.fi/instancedata/prime_product_julkaisu/jyvaskyla/embeds/jyvaskylawwwstructure/85052_Tapahtumajarjestajan_opas_syyskuu_2016.pdf). 17.1.2017
- Vallo, H. & Häyrinen, E. 2003. Tapahtuma on tilaisuus: opas onnistuneen tapahtuman  
järjestämiseen. Helsinki. Tietosanoma Oy.
- Vallo, H. & Häyrinen, E. 2012. Tapahtuma on tilaisuus: tapahtumamarkkinointi ja ta-  
pahtuman järjestäminen. Tallinna. Tietosanoma Oy.
- Vallo, H. & Häyrinen, E. 2016. Tapahtuma on tilaisuus: tapahtumamarkkinointi ja ta-  
pahtuman järjestäminen. Tallinna. Tietosanoma Oy.
- Visit Helsinki. 2016. Tapahtuman järjestäjän ohjeet.  
<http://www.visithelsinki.fi/fi/ammattilainen/tapahtumajarjestajat/tapahtumajarjestajan-ohjeet/tapahtumajarjestajan-ohjeet>. 21.2.2017