

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU  
Metsätalouden koulutusohjelma

Janne Könttä  
Jussi Nevalainen

TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN – POHJOIS-KARJALAN  
METSÄPÄIVÄ POKARA 2017

Opinnäytetyö  
Kesäkuu 2017



**OPINNÄYTETYÖ**  
**Kesäkuu 2017**  
**Metsätalouden koulutusohjelma**

Karjalankatu 3  
80200 JOENSUU  
+358 13 260 600

**Tekijä(t)**  
Janne Könttä, Jussi Nevalainen

**Nimeke**  
Tapahtuman järjestäminen – Pohjois-Karjalan metsäpäivä PoKara 2017

**Toimeksiantaja**  
Pokara-työryhmä

**Tiivistelmä**

Tapahtuman järjestäminen on monivaiheinen prosessi, missä järjestäjien tulee huolehtia tapahtuman suunnittelun ja toteutuksen eri vaiheista sekä siihen liittyvistä jälkitoimista.

Tämän opinnäytetyön aiheena on Pohjois-Karjalan metsäpäivä PoKara -tapahtuman suunnittelu ja järjestäminen. Tapahtuma on osa Uudistuva metsäyrittäjä -hanketta, jota koordinoi Hämeen ammattikorkeakoulu. Tavoitteena oli koota yhteen metsänomistajat ja metsäalalla toimivat tahot sekä luoda tapahtuman suunnittelulle ja toteutukselle toimiva pohja tulevaisuuden varalle. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi PoKara -tapahtuman työryhmä.

Opinnäytetyössämme esittelemme PoKara -tapahtuman suunnittelun ja toteutuksen eri vaiheet. Käsittelemme tapahtumaan liittyvät lupa-, ilmoitus-, markkinointi- ja sekä muihin järjestelyihin liittyvät lupa-asiat, jotka PoKara -tapahtuman järjestämisessä tuli ottaa erityisesti huomioon. Opinnäytetyö sisältää myös tuloksia tapahtuman onnistumisesta ja pohdintaa siitä, kuinka tapahtumaa voitaisiin tulevaisuudessa kehittää. Tapahtumapaikalla järjestimme kävijäkyselyn, jonka perusteella arvioimme tapahtuman onnistumista siellä läsnä olleiden kävijöiden näkökulmasta. Onnistumista tarkasteltiin myös omien havaintojen perusteella.

**Kieli**  
suomi

Sivuja 48  
Liitteet 6  
Liitesivumäärä 9

**Asiasanat**  
tapahtuma, tapahtuman järjestäminen



**THESIS**  
**June 2017**  
**Degree Programme in Forestry**

Karjalankatu 3  
80200 JOENSUU  
FINLAND  
+358 13 260 600

**Authors**

Janne Könttä, Jussi Nevalainen

**Title**

Event Organisation – Pohjois-Karjalan Metsäpäivä PoKara 2017

**Commissioned by**

PoKara working group

**Abstract**

Event organizing is a multistage process in which organizer needs to carry out different parts of planning and implementation.

Subject of this thesis is to organize and plan the event Pohjois-Karjan metsäpäivä PoKara. The event is a part of a project Renewable Forest Entrepreneur coordinated by Häme University of Applied Sciences. The goal of the event was to form contacts between forest owners and forest operators in forestry and make a functional form of event planning and organizing for years to come. Commissioner of this thesis was PoKara working group.

In this thesis we introduce the whole planning process including permissions, notifications, marketing and other essential tasks regarding PoKara event. This thesis also includes results concerning success of the event and how to improve it. Success of PoKara event was estimated by feedback from the survey.

**Language**

Finnish

Pages 48

Appendices 6

Pages of Appendices 9

**Keywords**

event, event organization

## Sisältö

1	Johdanto .....	5
2	Opinnäytetyön tausta ja tavoitteet.....	6
2.1	Tausta.....	6
2.2	Tavoitteet .....	7
3	Tapahtuman järjestäminen .....	7
3.1	Tapahtuma.....	7
3.2	Tapahtuman suunnittelu .....	8
3.3	Budjetti.....	10
3.4	Kohderyhmä .....	11
3.5	Paikka, ajankohta ja kesto .....	11
3.6	Luvat ja ilmoitukset .....	12
3.7	Turvallisuus ja riskit .....	15
3.8	Markkinointi.....	17
3.9	Strategiset ja operatiiviset kysymykset .....	19
4	Pohjois-Karjalan metsäpäivä PoKara 2017.....	21
4.1	Suunnittelu.....	21
4.2	Lupa- ja ilmoitusasiat .....	23
4.2.1	Pelastus- ja turvallisuussuunnitelma.....	23
4.2.2	Tapahtuman jätehuolto, käymälät ja liikenteenohjaus .....	25
4.2.3	Elintarvikkeiden myyntiin ja ruokailuun liittyvät lupa-asiat .....	26
4.3	Tapahtumaan liittyvät riskit .....	26
4.4	Markkinointi ja visuaalinen ilme .....	27
4.5	Kohderyhmä, paikka, ajankohta ja kesto .....	29
4.6	Tapahtuman järjestäjän muistilista.....	31
4.7	Kävijäkyselyn toteuttaminen .....	31
4.8	Kävijäkyselyn tulokset ja johtopäätökset.....	32
5	Pohdinta.....	34
5.1	Luotettavuus .....	34
5.2	Johtopäätökset .....	35
5.3	Jatkotoimenpiteet.....	36
	Lähteet.....	38

## Liitteet

Liite 1	Tapahtuman järjestämisen muistilista
Liite 2	Logot
Liite 3	Esite
Liite 4	Pelastus- ja turvallisuussuunnitelma
Liite 5	Kävijäkysely
Liite 6	Kävijäkysely saate

# 1 Johdanto

Tapahtumilla on pitkä historia, niin Suomessa kuin maailmallakin. Tapahtumaksi voidaan luokitella tuhatpäiset musiikkifestivaalit kuin myös vaikka työorganisaatiolle järjestetty saunailta. Yhteistä kuitenkin kaikilla tapahtumilla on sen vaatima suunnittelu, toteutus ja jälkitoimet. Onnistumisen kannalta on tärkeää, että tapahtumaa on järjestämässä omistautunut työryhmä.

Tapahtuman järjestäminen alkaa ideasta, jonka ympärille ruvetaan selvittämään tarvittavia palasia. Sen toteuttamiseen vaaditaan merkittävä määrä työtunteja ja usein myös useamman henkilön työpanos. Työt on hyvä jakaa siten, ettei ketään kuormiteta liikaa, mutta kuitenkin että kaikilla olisi selkeä vastuualue. Tapahtuman onnistuminen vaatii usein myös erilaisia sidosryhmiä, kuten sponsoreita tai talkoolaisia.

Tässä opinnäytetyössä käsitellään pienemmän kokoluokan tapahtuman järjestämistä. Pohjois-Karjalan metsäpäivä PoKara 2017 järjestettiin ensimmäistä kertaa toukokuussa 2017. Tapahtumalla pyrittiin tuomaan esille erilaisia paikallisia metsätoimijoita metsänomistajille ja muille luonnosta kiinnostuneille ihmisille. Opinnäytetyön tavoitteena on luoda opas samanlaisen tapahtuman järjestämiseen, sekä antaa kehitysehdotuksia vastaavanlaiselle tapahtumalle ja sen järjestämiselle.

Tapahtuman yhteydessä suoritettiin kävijäkysely, jonka tuloksista pystyimme päättämään tapahtuman onnistumista. Opinnäytetyö on toiminnallinen ja sen taustalla toimi Uudistuva metsärittäjä -hanke. Toimeksiantajana opinnäytetyölle oli PoKara-työryhmä.

## 2 Opinnäytetyön tausta ja tavoitteet

### 2.1 Tausta

Suunniteltava tapahtuma on Pohjois-Karjalan metsäpäivä PoKara, joka on osa Uudistuva metsäyrittäjä -hanketta. Yrittäjät järjestävät yhteistyössä muiden metsätoimijoiden kanssa maakunnissa 3–4 metsätapahtumaa, joissa esitellään toimintaa ja palveluita ja toteutetaan kaksi opintomatkaa ulkomaille metsätapahtumiin. Lisäksi hankkeessa järjestetään kaksi seminaaria, joiden yhteydessä toteutetaan tulevaisuustyöpajat. (Uudistuva metsäyrittäjä, 2015.) Pohjois-Karjalan metsäpäivä PoKara -tapahtuman suunnitteluun koottiin työryhmä paikallisista metsäyrittäjistä sekä metsäalan opiskelijoista.

Syksyllä järjestettiin hankkeen ensimmäinen metsätapahtuma Hollolassa. Näytteilleasettajia oli parikymmentä ja vierailijoita toistasataa. Tutustuttavana ja katsottavana oli koneita, palveluita sekä näytöksiä. Toinen metsätapahtuma, Pohjois-Karjalan metsäpäivä PoKara, järjestettiin Kontiolahdella 13.5.2017. (Palos 2017, 15.)

Hanke kestää 31.12.2018 saakka. Hanketta koordinoi Hämeen ammattikorkeakoulu (HAMK). Hankkeessa on mukana Turun yliopiston kauppakorkeakoulu (TSE), Meto-yrittäjät ry ja Koneyrittäjien Liitto ry. Hanke toteutetaan Hämeen, Varsinais-Suomen, Kaakkois-Suomen, Pohjois-Pohjanmaan, Pohjois-Karjalan, Kainuun ja Uudenmaan ELY-keskusten alueella. (Uudistuva Metsäyrittäjä, 2015.)

Uudistuva metsäyrittäjä -hanke kasasi tapahtumaan liittyen työryhmän itäsuomalaisista metsäyrittäjistä. Työryhmän jäsenillä ei ollut aikaisempaa kokemusta tapahtuman järjestämisestä, mutta kaikki olivat kokeneita metsätoimijoita. PoKara-työryhmä toimi opinnäytetyön toimeksiantajana ja yhdyshenkilönä oli Savotta-apu Väisäsen Merja Väisänen.

## **2.2 Tavoitteet**

Tavoitteena on tehdä toiminnallinen opinnäytetyö, joka toimii oppaana tapahtuman järjestämiselle. Toiminnallisessa opinnäytetyössä tietoa etsitään tekemisen perustaksi. Tutkimuksellisuutta toiminnalliseen opinnäytetyöhön saadaan teoreettisen tiedon perusteltuna valintana ja sen hyödyntämisenä tekemiseen, sekä prosessin tarkempana pohtimisena myös kriittiseltä kannalta. (Vilkkä & Airaksinen 2003, 170.)

Toiminnallisessa opinnäytetyössä tutkimusmenetelmien laajuus tulee harkita tarkkaan. Siihen ei välttämättä tarvita tutkimuksellisia menetelmiä ollenkaan, mutta aineiston ja tiedon keruu on välttämätöntä. Tutkimuksellisuus ilmenee toteutustavan keinojen etsimisenä, joiden kautta "lopputuote" saavuttaa mahdollisimman hyvän lopputuloksen. (Vilkkä & Airaksinen 2003, 56.)

Pohjois-Karjalan metsäpäivä PoKarasta on tarkoitus järjestää vuosittainen tapahtuma. Tutkimuksen tavoitteena on luoda onnistunut pohja opinnäytetyötä koskevan tapahtuman suunnittelun vaiheista sekä sen järjestämisestä. Tapahtumaa pyritään myös parantamaan tämän opinnäytetyön myötä saatujen havaintojen perusteella.

## **3 Tapahtuman järjestäminen**

### **3.1 Tapahtuma**

Tapahtuman järjestäminen on monivaiheinen prosessi. Onnistuneeseen tapahtumaan vaaditaan paljon eri toimenpiteitä, sekä omistautuneet tekijät. Tapahtuman järjestämiseen kannattaa varata riittävästi aikaa, ja käydä läpi ennakkoon kaikki mahdolliset tekijät tapahtumaan liittyen.

Tapahtumilla on pitkä historia kautta aikojen. Perinteet ovat pysyneet, mutta lähes kaikki tapahtumat ovat muuttuneet aikansa mukaiseksi matkan varrella.

Ennen jokainen maksoi omat kulunsa matkoista ja pääsylipuista lähtien, mutta nykyään on yleistä, että maksavana osapuolena ovat yritykset ja järjestöt, jotka kestitsevät sidosryhmiään. (Vallo & Häyrinen 2012, 72.)

Suomessa tapahtumia järjestetään ympäri vuoden. Lyhyehkö kesä tuo paljon tapahtumia koko kesän ajaksi ja perinteet ja menestys talviurheilussa luovat kysyntää talvelle. Tapahtumat keräävät yhteen erilaisia tekijöitä, jotka ovat kiinnostuneet samoista asioista. (Iiskola-Kesonen 2004, 3.)

Tapahtuma voi olla mitä vain aina koulun urheilupäivästä useampi tuhatpäiseen pop -festivaaliin. Kokoluokasta riippumatta tapahtumalla on kuitenkin järjestäjä, yleisö/kohderyhmä ja tavoite. Isommissa tapahtumissa järjestäjä tarvitsee aiempia suunnitelmia ja ammattilaisten avustusta, mutta pääpiirteet kaikissa tapahtumissa ovat samat; järjestäjän on suunniteltava, selvitettävä, tutkittava, oltava yhteistyössä, hankittava luvat ja lopulta pidettävä tapahtuma. (Conway 2009, 1.)

### **3.2 Tapahtuman suunnittelu**

Tapahtuman huolellisella suunnittelulla pystytään määrittämään kohtaavatko tapahtuman tavoitteet realistisesti. Selkeät tavoitteet ovat yksinkertaisesti ja ymmärrettävästi muotoiltu ja silloin ne helpottavat sekä järjestäjien toimintaa että markkinointia. Hyvällä suunnittelulla myös ajankäyttö tehostuu. (Iiskola-Kesonen 2004, 9.)

Suunnitteluvaihe tulisi lähtökohtaisesti olla tapahtuman järjestämisessä pisin. Suunnittelu vaiheessa projekti käynnistetään, suunnitellaan resurssit, ideoidaan, tarkastellaan eri vaihtoehtoja, tehdään päätökset ja varmistetaan ne sekä suunnitellaan käytännön organisointi. Onnistuneen tapahtuman suunnitteluun on varattava vähintään pari kuukautta. Lyhyemmässä ajassa joudutaan tinkimään toteutuksessa ja laatu kärsii. (Vallo & Häyrinen 2012, 157.)



Tapahtuman suunnittelun alkuvaiheessa asettaja nimeää yleensä tapahtumalle johtajan. Asettaja on esimerkiksi jokin lautakunta tai hallitus ja se myös yleensä vastaa tapahtuman rahoituksesta. Vetäjänrooliin voi nimetä kenet vain, mutta meritoituneempi henkilö usein hoitaa työnsä menestyksekkäämmin kuin aloittelija. Alkuvaiheessa myös muulle tapahtuman työryhmälle on hyvä jakaa selkeät roolit. Näin kaikille on selkeää mikä heidän toimensa tapahtuman järjestämisessä on. Työtaakkaa ei saa jaettua täysin tasaisesti, mutta tapahtuman vetäjän tehtävänä on huolehtia, että kaikki hoitaa asiansa, ja ettei yksittäisen henkilön työtaakka paisu liiaksi. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen, 31–34.)

Tapahtuman järjestäjien on hyvä käydä ennen tapahtumaa tapahtumabrief. Tapahtumabriefillä kootaan yhteen reunaehdot, joilla tapahtumaa ryhdytään suunnittelemaan. Tapahtumabrief on asiakirja, jota voidaan käyttää organisaation omissa kokouksissa, tai toimittaa se ulkopuoliselle tapahtumajärjestäjälle, mikäli sellaista käytetään. (Vallo & Häyrinen 2012, 159.)

Etenkin isommissa tapahtumissa kannattaa tapahtuman kulusta tehdä myös käsikirjoitus. Käsikirjoituksella aikataulutetaan tapahtuman kulkua, vaikka lähes kaikissa tapahtumissa pieniä muutoksia tulee. Selkeällä käsikirjoituksella kukin tapahtumassa toimiva jäsen tietää mitä milloinkin tehdä, ja vieraat osaavat olla oikeassa paikassa oikeaan aikaan. (Vallo & Häyrinen 2012, 162.)

Suunnitteluvaiheessa työryhmän on myös mietittävä ketä tapahtumalla tavoitellaan. Toisin sanoen työryhmän pitää pystyä asettumaan halutun asiakasryhmän asemaan ja miettimään mikä herättää heidän mielenkiinnon parhaiten. Työryhmässä olisi myös hyvä olla erityyppisiä ihmisiä, koska kaikista ideoista on hyötyä. Eri näkökulmilla saadaan suunnitteluun laajempi ajatusmaailma. (Kauhanen ym. 2002, 48–49.)

Visuaalisen ilmeen suunnittelu on myös mietittävä tapahtumakohtaisesti. Tapahtuman järjestäjän tulee miettiä halutaanko tapahtumalle esimerkiksi oma logo ja minkälaisella värimaailmalla haluaa tapahtumasta viestiä. Yleensä tällaisista asioista kannattaa vaihtaa ajatuksia graafisen alan ammattilaisen

kanssa ja jopa teetättää ne ulkopuolisella toimijalla. Kokonaisvaltaiseen visuaalisen ilmeen suunnitteluun voi kulua runsaasti aikaa ja etenkin toteuttaminen ja ohjelmien oppiminen voi osaamattomalle olla mahdotonta.

Yleisötapahtuma on harvoin yhden tahon järjestämä, joten yhteistyökumppaneita on ryhdyttävä hankkimaan hyvissä ajoin. Yhteistyökumppaneita voi olla laajasti eri toimialoilta aina tapahtumapaikan omistajasta näytteilleasettajaan. Tapahtumaan hoidetaan usein myös rahoitusta yhteistyökumppaneiden kautta. Rahoitusta onkin monesti hankalaa saada, koska kilpailu on nykypäivänä kovaa. (Kauhanen ym. 2002, 41–42.) Koko työryhmän panos onkin tärkeää yhteistyökumppaneita hankittaessa, koska usein vanhat kontaktit ja useamman henkilön ajatukset saavat asiat etenemään helpommin.

### **3.3 Budjetti**

Taloudellisia asioita tapahtumaan liittyen on ruvettava selvittämään heti tapahtuman alkuvaiheessa. Tapahtuman järjestämiseen liittyy usein runsaasti kuluja, jotka pitäisi kaikki pystyä selvittämään mahdollisimman tarkasti ennakkoon. Samassa tulisi selvittää onko tapahtumalle mahdollisuutta saada jostain rahoitusta. Budjetin koko määrää paljon sitä miten tapahtuma saadaan onnistumaan. (Korhonen, Korkalainen, Pienimäki & Rintala 2015.)

Budjetin laatimista helpottaa, mikäli organisaatio on järjestänyt vastaavanlaisen tapahtuman aikaisemminkin. Tapahtumalle budjetti kannattaa laatia ennakkoon ja jakaa menot ja kulut selkeästi omiin osa-alueisiinsa. Kuluja ovat esimerkiksi tilavuokra, markkinointi ja tarjoilu. Tuloja puolestaan voi saada esimerkiksi sponsoreilta, lipputuloista tai näytteilleasettajista. (Korhonen ym. 2015.)

### 3.4 Kohderyhmä

Ennen tapahtuman järjestämistä on tiedettävä kenelle tapahtumaa ruvetaan järjestämään. Tapahtuman järjestäjän pitää pystyä asettumaan kohderyhmän asemaan ja mietittävä mikä heitä houkuttelee tapahtumaan. Tapahtuman tavoite, kohderyhmä ja sen koko määrittävät paljon sitä minkälaiseen tapahtumaan päädytään. (Vallo & Häyrinen 2012, 121–122.)

Kohderyhmää päätettäessä tulisi miettiä esimerkiksi kävijöiden ikää, sukupuolta ja perheellisyyttä. Tapahtuman sisältö on helpompi suunnitella sen mukaan mitä tarkemmin kohderyhmän tuntee. Tapahtumassa harvoin voi tarjota kaikille kaikkea. (Korhonen ym. 2015.)

### 3.5 Paikka, ajankohta ja kesto

Tapahtumapaikkaa valittaessa on otettava huomioon tapahtuman luonne. Ulkoilmatapahtumissa sää vaikuttaa tapahtuman tunnelmaan merkittävästi. Järjestäjän on mietittävä, olisiko tapahtumalla hyvä olla esimerkiksi mahdollisuus sisätiloihin siirtymiseen, jos sää muuttuu huonoksi. Tapahtumapaikan valinnassa on myös huomioitava sijainti. Kaukainen etäisyys keskustoista voi rajoittaa kävijöiden määrää paljon. Keskeisimpänä asiana on kuitenkin, että tapahtumapaikalla on tarpeeksi tilaa ennakoidulle kävijämäärälle. (Vallo & Häyrinen 2012, 140–141.)

Ajankohdalla on suuri merkitys tapahtuman onnistumisen kannalta. Kesäjuhlat pidetään lähtökohtaisesti kesällä ja esimerkiksi hiihtokilpailut talvella, ellei ole tarkoitus tavoitella jotain erikoisempaa. Ihmiset pitävät vuosilomiaan pääsääntöisesti kesä-, heinä- ja elokuun aikana, joten tapahtumiin olettaa pääsevän enemmän ihmisiä tuohon aikaan. Myös muut perinteiset lomaviikot sekä viikonloput tarjoavat ihmisille paremman mahdollisuuden päästä paikalle. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 37.) Tapahtuman järjestäjän on myös huomioitava, ettei samanaikaisesti olisi toista samankaltaista tapahtumaa,

koska se vähentää todennäköisesti myös kävijämäärää (Vallo & Häyrinen 2012, 146).

Tapahtuman keston kannalta on mietittävä, kuinka tapahtuma on kestoltaan parhaiten vietävissä läpi tyylikkäästi. Useamman päivän tapahtumat asettavat useille haasteita pääsemisen kannalta. Toisaalta liian lyhyet tapahtumat voivat taas tuntua kävijälle vaivaannuttavalta, etenkin jos paikalle saapumiseen joutuu käyttämään runsaasti aikaa. (Vallo & Häyrinen 2012, 146–147.)

### **3.6 Luvat ja ilmoitukset**

Tapahtuman järjestäjän on hyvä olla yhteydessä eri viranomaisiin jo hyvissä ajoin tapahtumaa suunniteltaessa. Poliisi-, ympäristö-, pelastus-, terveys- ja rakennusviranomaiset pystyvät antamaan neuvoja tapahtuman lupa-asioiden ja niiden aikataulun suhteen. Viranomaiset tekevät myös tarvittavat tarkastukset, jos niihin on tarvetta. (Kauhanen ym. 2002, 86.)

Tapahtuma voi tarvita eri lupia tai ainakin tapahtumasta on tehtävä ilmoitus, riippuen tapahtuman luonteesta. Ulkoilmatapahtumiin on oltava maanomistajan lupa, ellei tapahtuma ole järjestäjän omilla mailla. Kuntien ja kaupunkien omistamilla alueilla saadaan luvat yleensä hoidettua ottamalla yhteyttä kunnan tai kaupungin kiinteistövirastoon. Usein kaupunkien Internet-sivuilta löytyy ohjeita tapahtumanjärjestäjälle. Ohjeet vaihtelevat kaupungeittain, joten ohjeet tulisi tarkastaa kaupunkikohtaisesti. (Vallo & Häyrinen 2012, 150–151.)

Kunnille ja kaupungeille on tehtävä myös meluilmoitus, mikäli melu aiheuttaa häiriötä keston, voimakkuutensa, toistuvuutensa tai ajankohtansa vuoksi. Ilmoituksen on oltava paikkakunnan viranomaisella vähintään kuukausi ennen melun aiheutumisaikaa. (Iiskola-Kesonen 2004, 93.)

#### Järjestyksenvalvojen perusluvut:

- **Urheilutapahtumat ja vastaavat; yksi järjestyksenvalvoja 100 kävijää kohti.**
- **Konsertit ja vastaavat yleisöjä järjestysvalvoja 100 ja 150 kävijää kohti.**
- **Konsertit ja vastaavat; yksi järjestyksenvalvoja 100 - 150 kävijää kohti.**
- **Tapahtumat missä yleisö keskimäärin yli 40 v ja yleisö istuu**

Kuva 1. Arvio järjestyksenvalvojen määrällisestä tarpeesta. (Mukaillen Tapahtuman järjestäminen Joensuussa - Viranomaispalvelut ja -ohjeet 2017)

Yleisötapahtumista on toimitettava poliisille ilmoitus vähintään viisi vuorokautta ennen tapahtumaa. Isommista tapahtumista on hyvä ilmoitus tehdä jo kuukautta ennen. Ilmoituksen voi jättää sähköisesti, ja ilmoituksessa tulee olla mukana pelastus- ja turvallisuussuunnitelma. Tapahtuman luonteesta riippuen on tapahtumaan myös asetettava järjestyksenvalvoja. Järjestyksenvalvojen määrä (kuva 1) on aina tapahtumakohtainen, ja niiden määrä sovitaan yhdessä poliisin kanssa. (Tapahtuman järjestäminen Joensuussa - viranomaispalvelut ja -ohjeet 2017, 3–4.)

Suurempien tapahtumien yhteydessä on myös oltava yhteydessä paikalliseen pelastuslaitokseen ja laadittava tapahtumalle oma pelastus- ja turvallisuussuunnitelma. Järjestäjän on hyvä ottaa yhteys pelastuslaitokseen ja selvittää viranomaisen kanssa tapahtuman turvallisuuteen liittyvät asiat. (Iiskola-Kesonen 2004, 89.)

Tapahtuman järjestäjä on velvollinen pitämään alueen siistinä ja huolehtimaan jätteiden kuljetuksesta ja lajittelusta. Ympäristövaikutukset saadaan pidettyä parhaiten kurissa tarkalla ympäristösuunnitelmalla. Jätteidenhuollon kannalta oleelliset asiat ovat tarjoilu, kävijämäärä ja tapahtuman kesto. Tarvittavalla henkilökunnan määrällä ja kierrätysmateriaalien valikoinnilla saadaan siisteyden ylläpitoon vaikutettua tehokkaasti. (Iiskola-Kesonen 2004, 94.)

Jätteiden keräämiseen, lajitteluun ja kierrätykseen vaikutetaan tehokkaisten siten, että keräys- ja lajitteluastioita on riittävästi. Astioissa pitää näkyä selkeästi minkälaiselle jätteelle kukin astia on tarkoitettu. Tyhjentämällä astiat riittävän usein eivät astiat pääse täyttymään yli. Yleisötapahtumissa jätehuoltomääräys vaatii erikseen lajiteltavaksi biojätteen, kuivajätteen, metallin, lasin ja paperin. (liskola-Kesonen 2004, 94–95.)

ARVIO KÄYMÄLÖIDEN MÄÄRÄSTÄ			
Kävijämäärä	Naiset	Miehet	Liikuntaesteiset
< 50	1	1	1
51 - 250	2	2	1
251 - 500	3	3	1
501 – 750	5	5	1
751 – 1000	6	5	1
> 1000; jokaista 250 osallistujaa kohti	+1	+1	1/1000 osallistujaa

Taulukko 1. Viitteellinen määrä yleisötapahtuman käymälöistä. (Mukaiillen liskola-Kesonen 2004)

Käymälöitä yleisötapahtumissa on oltava riittävästi asiakas- ja osallistujamäärään nähden. Tapahtuman luonteesta riippuen käymälöiden määrässä on vaihteluita. Mikäli tapahtumassa tarjoillaan alkoholia, käymälöiden määrä kasvaa huomattavasti. Käymälöiden siisteyden ja mahdollinen tyhjentämisen vastuu on myös tapahtuman järjestäjällä. (liskola-Kesonen 2004, 95.)

Liikennejärjestelyissä on otettava huomioon riittävän kokoiset paikoitustilat. Mikäli tapahtumapaikalle pääsee julkisilla, pyörällä tai jalkaisin on siitä hyvä ilmoittaa etukäteen julkisesti (liskola-Kesonen 2004, 95). Liikenteen- ja pysäköinnin ohjaukseen on myös varattava osaavia henkilöitä, jotta järjestelyt pysyvät hallinnassa.

Elintarvikkeiden myyntiin ja valmistukseen liittyen tulee tehdä ilmoitus Pohjois-Karjalan ympäristöterveydelle. Ympäristöterveydelle on ilmoitettava

yleistötilaisuudesta, sekä paikanpäällä olevista elintarvikehuoneistoista ja kuluttajapalveluita tuottavista yrityksistä. Mikäli tapahtumassa myydään tupakkatuotteita pitää myynnille hankkia lupa Valviran kautta. Lisäksi ympäristöterveydelle on toimitettava jätehuolto- ja ympäristösuunnitelma ja pelastussuunnitelma. Ympäristöterveyden terveystarkastajilla on mahdollisuus tehdä tarkastuksia tapahtumiin. (Tapahtuman järjestäminen Joensuussa - Viranomaispalvelut ja -ohjeet 2017, 12.)

Ympäristöterveyteen ei kuitenkaan tarvitse tehdä ilmoitusta, jos kyseessä on vähäriskisten elintarvikkeiden myyntiä ja tarjoilua, ja toimijana on yksityinen henkilö tai toimintaa ei ole elinkeinon harjoittamista. Esimerkkeinä tällaisista tapauksista ovat grillimakkaran myynti ja kahvilatarjoilu. Elinkeinoharjoittaja on kuitenkin tekemään ilmoituksen aina. (Joensuu 2017.)

Tapahtuman on haettava tilapäinen anniskelulupa, mikäli tapahtumassa tarjoillaan alkoholia. Tilapäisen anniskeluluvan myöntää läänin hallitus tai sosiaali- ja terveydenhuollon tuotevalvonta keskus (STTV). Yli 4,7 %:n alkoholijuomille luvan myöntää ainoastaan STTV. Luvan saamiseksi tapahtumalla täytyy olla ennakoon määritelty kesto ja lupa voi kestää enintään kuukauden. (Iiskola-Kesonen 2004, 91.)

Mikäli tapahtumassa on tarkoitus soittaa musiikkia, on siitä tehtävä ilmoitus ympäristökeskukselle Meluntorjuntalain edellyttämänä (Vallo & Häyrynen 2012, 150). Mikäli tapahtumassa soitetaan musiikkia, on siitä maksettava sen tekijöille korvaus. Teosto ja Gramex ovat päättäneet yhdistää yrityksensä, joten lupa-asiat saa jatkossa selvitettyä yhdestä paikasta. Yhteisyritys on kuitenkin vielä siirtymävaiheessa. Tarkemmat lisätiedot löytyvät osoitteista [www.teosto.fi](http://www.teosto.fi) ja [www.gramex.fi](http://www.gramex.fi). (Teosto 2014.)

### **3.7 Turvallisuus ja riskit**

Tapahtuman turvallisuudesta vastaa tapahtuman järjestäjä, jota ohjaa eri turvallisuutta käsittelevät lait. Pelastuslailla ehkäistään vaaratilanteita ja

varaudutaan vaaroihin sekä ohjataan tilanteiden vaatimiin pelastustoimenpiteisiin. Tapahtuman järjestämistä säätelevät kokoontumislaki ja laki järjestyksenvalvojista. Terveysturvallisuudella säädelään elintarvikkeiden kanssa toimimista turvallisesti. Tapahtumajärjestämiseen liittyy myös laki kuluttajapalveluiden turvallisuudesta. (Iiskola-Kesonen 2004, 87.)

Tilaisuuden osallistujamäärästä riippuen, on tapahtumalle tehtävä oma pelastussuunnitelma. Tapahtumalle on tehtävä oma pelastussuunnitelma, kun tapahtumassa:

- Arvioidaan olevan samanaikaisesti läsnä yli 200 henkilöä
- On avotulta, ilotulitteita tai muita pyroteknisiä tuotteita, tai erikoistehosteina on palo- tai räjähdysvaarallisia kemikaaleja
- Poistumisjärjestelyt ovat normaalista poikkeavat tai
- Voi aiheutua vaara ihmisille luonteensa vuoksi.

(Tapahtuman järjestäminen Joensuussa - viranomaispalvelut ja -ohjeet 2017, 6.)

Tapahtumaa järjestettäessä on myös muitakin kuin turvallisuuteen liittyviä riskejä. Kaikki on kuitenkin mietittävä ennakkoon ja riskienhallinnassa käytetäänkin usein ABC-ajattelumallia. A tarkoittaa riskien kartoitusta, B riskien arviointia ja C riskien hallintaa. Riskienkartoitusvaiheessa käydään läpi kaikki mahdolliset riskit ja jaotellaan ne riskeihin, jotka ovat tapahtuman kohdalla edes mahdollisia. Arviointivaiheessa käydään läpi eri riskien todennäköisyys ja niiden taloudellinen merkittävyys. Riskeille, joille arvioidaan suuret tai keskisuuret todennäköisyydet, tehdään suunnitelma niiden ehkäisyyn. Hallintavaiheessa varmistetaan, että kaikille riskeille saadaan mahdollisimman pienet todennäköisyydet. Etukäteen suunniteltu riskienhallinta antaa paremmat lähtökohdat tapahtumalle, mutta on myös muistettava että riskienhallintaa tapahtuu vielä tapahtumapäivänäkin esimerkiksi turvallisuusjärjestelyiden osalta. (Kauhanen ym. 2012, 54–57.)



### 3.8 Markkinointi

Tapahtuman markkinointi on strategisesti suunniteltu ja pitkäjänteinen prosessi. Markkinoinnissa suunnitellaan ennakkoon tilanne, jossa toimitaan sidosryhmien kanssa. Ennakkoon pyritään myös viestimään kohderyhmän kanssa, millä saavutetaan mahdollisimman paljon mielenkiintoa tapahtuman ympärille. (Vallo & Häyrinen 2012, 19.) Tapahtuman markkinoinnin on siis tavoitettava osallistujat, yleisö, yhteistyökumppanit ja tapahtuman tekijäjoukko (Iiskola-Kesonen 2004, 61).

Tapahtumallekin kannattaa tehdä oma markkinointisuunnitelma. Markkinointisuunnitelmalla saadaan selvyys tehtävistä asioista ja se helpottaa eri asioiden aikatauluttamista markkinointiin liittyen. Tapahtuman sisällä toimivat tekijät saavat myös paremmin kuvan tapahtuman tavoitteista markkinointisuunnitelman kautta. Markkinointisuunnitelman tekeminen on monivaiheinen prosessi, jossa lähdetään liikkeelle tapahtuman alkutekijöistä ja pyritään käymään läpi koko tapahtuman toteutus arviointeineen. (Tapio 2013, 4.) Internetistä löytyy toimivia markkinointisuunnitelmapohjia, joista on hyvä jalostaa kullekin tapahtumalle omanlaisensa suunnitelma.

Tapahtuman markkinoinnissa tulee määritellä tavoitteet selkeästi. Tavoitteita voi miettiä esimerkiksi taloudellisuuden, laadun tai imagon pohjalta. Markkinointi ei ole kuitenkaan olennaisinta tapahtumassa, mutta kuitenkin tärkeä osa tavoitteiden saavuttamiseen. Kolme oleellista aluetta tapahtuman markkinoinnissa on sisäinen, ulkoinen ja vuorovaikutusmarkkinointi. (Iiskola-Kesonen 2004, 56.)

Sisäisellä markkinoinnilla pyritään sitomaan kaikki tapahtumaan vaikuttavat osapuolet yhteen. Se luo yhteenkuuluvuuden tunnetta ja lisää me-hengen tunnetta. Hyvällä sisäisellä markkinoinnilla kaikki tapahtuman järjestämisessä vaikuttavat osapuolet puhuvat tapahtumasta ennakkoon myönteisesti. Näin tapahtuman ympärille muodostuu positiivinen ilmapiiri. Sisäisellä markkinoinnilla varmistetaan myös että kaikki tapahtumassa toimiva henkilökunta on

perehdytetty siten, että he pystyvät palvelemaan kävijöitä hyvin. (Iiskola-Kesonen 2004, 56–58.)

Ulkoisella markkinoinnilla pyritään taas saamaan näkyvyyttä, jolla pyritään kauppaamaan tapahtumaa. Sitä edistävät mainonta ja erilainen suhdetoiminta. Vuorovaikutusmarkkinoinnilla pyritään taas kuulemaan mielipiteitä erilaisilla kanssakäymismenetelmillä. Näissä tilanteissa tapahtumaa markkinoidaan niin sanotusti käytöksellään ja olemuksellaan. (Iiskola-Kesonen 2004, 56–57.)

Tapahtuman markkinoinnin kannalta oleellisia ovat:

- sisäinen markkinointi
- lehdistömarkkinointi
- mediamarkkinointi
- ja suoramarkkinointi.

(Vallo & Häyrynen 2012, 55.)

Markkinointikanavat kannattaa suunnitella kohderyhmän perusteella. Nuoret voi saavuttaa esimerkiksi helposti eri sosiaalisen median kautta, mutta vanhemmille tämä ei välttämättä toimi. Vanhemmilla ihmisillä suoramarkkinointi on tehokas keino ja esimerkiksi lehdet, tv ja radio ovat hyviä vaihtoehtoja. (Vallo & Häyrynen 2012, 55.)

Tapahtumaa järjestettäessä on huomioitava myös mainonta. Maksuttomia lehti-, radio- ja tv-ilmoituksia ei lasketa mainonnaksi, vaikka ne ovatkin merkittävä osa mediaviestintää. Mainontaan kannattaa hankkia asiantuntevia tekijöitä, koska siinä ei ole vara epäonnistua. Asiantuntevat henkilöt osaavat tehdä kohderyhmälle oikeanlaisen sanoman sekä käyttää oikeita mainosmuotoja. (Kauhanen ym. 2002, 116.)

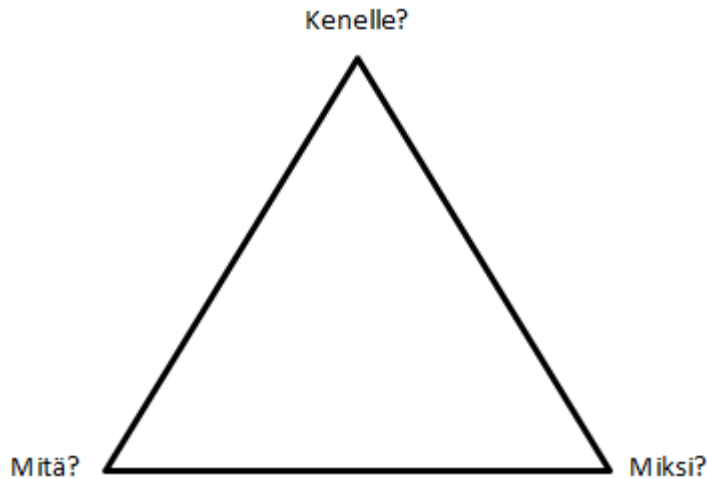
Sosiaalinen media on helpottanut markkinointia tuntuvasti. Suosituimpiin sosiaalisen median kanaviin kuuluvat mm. Facebook, Twitter ja Youtube. Pienemmilläkin yrityksillä on paremmat mahdollisuudet saada maailmanlaajuisesta näkyvyyttä sosiaalisen median kautta. Tapahtuman

markkinoinnin kannalta sosiaalinen media antaa loistavat edellytykset markkinoida tapahtumaa ennen, sen aikana ja sen jälkeen. (Vallo & Häyrinen 2012, 84–86.)

Mikäli tapahtumalle on tarkoitus saada paljon näkyvyyttä, on tiedotus aloitettava ajoissa. Sosiaalisessa mediassa tapahtumasta voi hyvinkin ilmoittaa jo kuusi kuukautta ennen tapahtumaa, ellei aieminkin. Virallinen tiedote tapahtumasta olisi hyvä antaa viimeistään kolmea kuukautta ennen tapahtumaa. Lehdistölle ilmoitus tulisi antaa noin kuukausi ennen tapahtumaa ja toistamiseen vielä tapahtumaviikolla. Tapahtuman aikana ja sen jälkeen on hyvä nostaa mielenkiintoisimpia tärppejä. (Vallo & Häyrinen, 56.) Aikataulullisesti tapahtuman markkinointiin ei ole yhtä vallitsevaa muottia vaan tapahtumaa markkinoidaan sen luonteen, tavoitteen, budjetin ja kokoluokan perusteella.

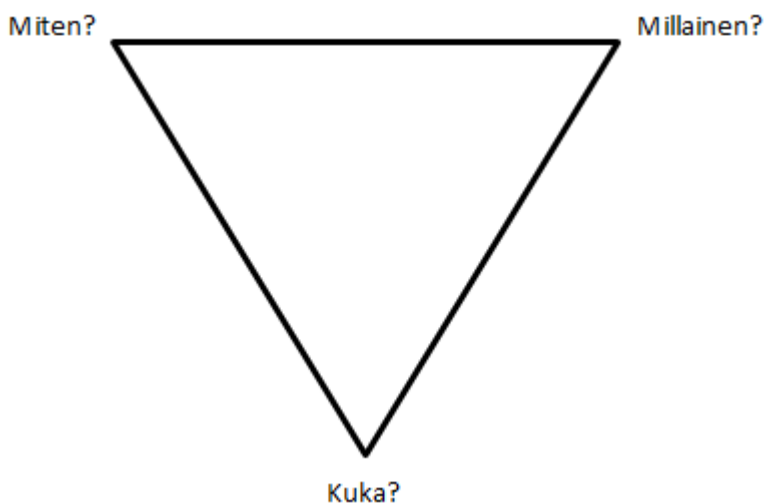
### **3.9 Strategiset ja operatiiviset kysymykset**

Onnistuneen tapahtuman aistii sekä tapahtuman järjestäjä että kävijä. Siinä sekä ajatus että tunne kohtaavat ja luo kaikille miellyttävän kokemuksen. Tapahtuman järjestämiseen voi käyttää apuna strategista ja operatiivista kolmiota. Kolmion kuhunkin nurkkaan asetetaan kysymykset, joihin on pystyttävä vastaamaan ennen tapahtuman järjestämistä. Yhdessä kolmioista muodostuu tähti joka vastaa tapahtuman yleisiin kysymyksiin. (Vallo & Häyrinen 2012, 101.)



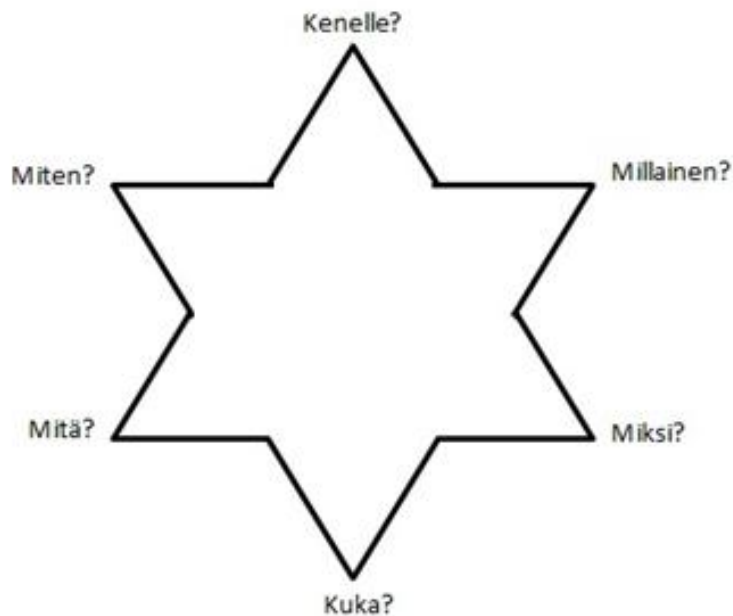
Kuva 2. Strateginen kolmio. (Mukaiillen Vallo & Häyrinen 2012)

Strategisen kolmion kysymyksillä etsitään vastauksia tapahtuman ideaan: Mitä, miksi ja kenelle? Mitä? – kysymyksellä selvitetään tapahtuman lähtökohdat, ajankohta sekä paikka. Tapahtuman tavoite ja viesti selvitetään miksi? – kysymyksen kautta. Kenelle? – kysymys taas kertoo kohderyhmän. (Vallo & Häyrinen 2012, 101–102.)



Kuva 3. Operatiivinen kolmio. (Mukaiillen Vallo & Häyrinen 2012)

Operatiivinen kolmio taas tuo vastauksia tapahtuman toiminnalliseen puoleen. Kysymyksillä: Miten, millainen ja kuka? – saadaan selville tapahtuman teema. Miten? – kysymyksellä ratkotaan tapahtumaprosessia. Millainen? – kertoo tapahtuman sisällön ja ohjelman. Kuka? – kysymyksen kautta taas selvitetään tapahtuman vastuuhenkilöt. (Vallo & Häyrinen 2012, 103–104.)



Kuva 4. Malli onnistuneelle tapahtumalle. (Mukaiillen Vallo & Häyrinen 2012)

Näihin kuuteen kysymykseen tulisi miettiä vastaukset tarkasti. Mikäli jokin osa-alue ei toimi, aistii kävijä sen helposti, tai voi hänelle ainakin jäädä päällimmäisenä mieleen jonkin asian toimimattomuus. Kolmiot päällekkäin asetettuna muodostavat tähden, jonka vastauksien kautta on hyvä lähteä rakentamaan onnistunutta tapahtumaa. (Vallo & Häyrinen 2012, 105.)

## 4 Pohjois-Karjalan metsäpäivä PoKara 2017

### 4.1 Suunnittelu

Tapahtuman tavoitteena oli luoda kontakteja metsänomistajien ja metsälalla toimivien tahojen välille sekä luoda tapahtuman suunnittelulle ja toteutukselle toimiva pohja tulevaisuuden varalle. Suunnitteluvaiheessa loimme muistilistan (liite 1), että kaikki tapahtuman kannalta oleelliset asiat tuli tehtyä aikataulussaan.

Työryhmä tapahtuman suunnittelua varten valittiin jo syksyllä 2016. Saimme tiedon mahdollisesta opinnäytetyöstä tutun kautta keväällä 2017. Päätimme ottaa yhteyttä tapahtuman työryhmään ja tiedustella, olisiko mahdollista liittyä työryhmään suunnittelemaan ja järjestämään tapahtumaa suorittaen mahdollisen opinnäytetyön aiheesta. Toimeksiantajan edustaja oli Merja Väisänen. Liityimme työryhmään suunnittelemaan tapahtumaa maaliskuun 2017 alussa. Meidän osalta suunnitteluvaihe kesti noin kaksi kuukautta.

Tapahtuman suunnittelulle ei ollut määritelty johtohenkilöä, joka olisi esimerkiksi voinut määritellä työryhmän jokaiselle henkilölle vastualueet. Työryhmän jäsenille määritellyt selkeät roolit olisivat auttaneet huomattavasti tapahtuman suunnittelussa. Suurin osa työryhmän jäsenistä ei ollut aikaisemmin ollut mukana tapahtumajärjestämisessä. Työryhmä oli suunnitteluvaiheen aikana toisiinsa yhteydessä tiivisti ja päätökset sekä toimenpiteet suoritettiin pikaisesti.

Suunnitteluvaiheen alussa pidimme yhteyshenkilömme Merja Väisäsen kanssa tapaamisen, jossa kävimme tapahtumaan liittyviä asioita läpi yleispiirteittäin ja teimme alustavia suunnitelmia. Kaikille oli tässä vaiheessa selvää, mitä tapahtumalla tavoitellaan ja minkälaisia sidosryhmiä paikalle tulisi saada. Tapaamisessamme kävi ilmi, ettei tapahtumalle ollut varattu rahoitusta, joten kaikki tulisi suunnitella ilman kustannuksia. Mitään työvaiheita ei ollut mahdollista ulkoistaa tapahtuman rahoituksen puolesta, joten jouduimme turvautumaan omiin taitoihimme monella eri osa-alueella.

Talkootyöntekijöiksi saimme kokeneita tekijöitä Kontiolahden ampumahiihtostadionin henkilökunnasta. Heiltä saimme paljon tärkeitä ohjeita heidän aikaisempiin tapahtumakokemuksiin perustuen Kontiolahden ampumahiihtostadionilla. Moni talkoolaisista oli ollut mukana talkoolaisena esimerkiksi Ampumahiihdon MM-kisoissa.

Tapahtumalle suunniteltiin visuaalinen ilme. Päätimme, että haluamme tapahtumalle oman logon (liite 2), joten suunnittelimme ja loimme tapahtumalogon itse. Logon suunnittelussa käytettiin Adobe Illustrator -ohjelmaa. Tapahtuman visuaalisen ilmeen suunnitteluun ja toteutukseen

käytettiin tapahtumasuunnitteluun varattua aikaa ja graafiseen suunnitteluun ja toteutukseen kului paljon aikaa. Tapahtuman graafinen suunnittelu kuitenkin kertoo tapahtuman tasosta ulkoisesti hyvin paljon ja saa tapahtuman näyttämään ammattimaiselta samalla vetäen ihmisten huomion ja kiinnostuksen tapahtumaa kohtaan. Näkemys visuaalisen ilmeen teemasta oli koko työryhmän kesken yksimielinen. Koska tapahtuman aihe on metsäkeskeinen, myös visuaalinen teema pidettiin luonnonläheisenä ja värimaailma vihreänä.

## **4.2 Lupa- ja ilmoitusasiat**

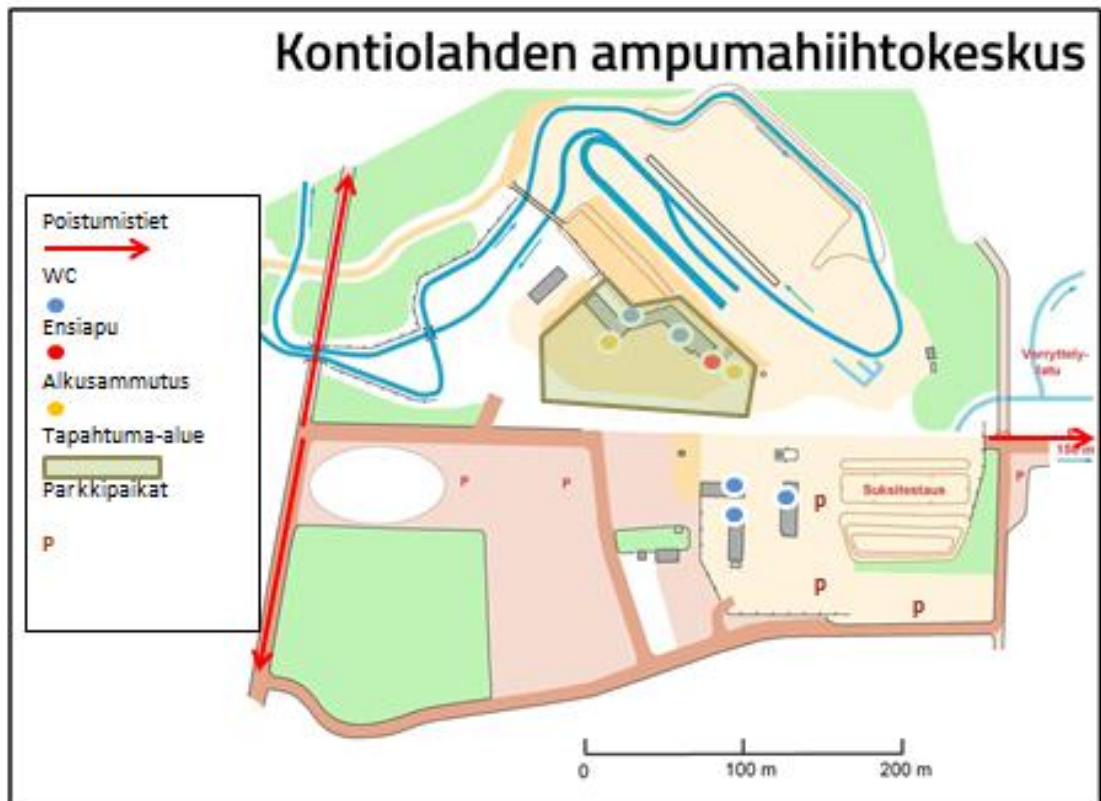
Pohjois-Karjalan metsäpäivä PoKaran viranomaisilmoitukset ja lupa-asiat hoidettiin olemalla yhteyksissä kunkin osa-alueen viranomaisiin ja toimittamalla viranomaisille tarvittavat lupalomakkeet liitteineen. Osa ampumahiihtostadionilta saaduista liitteistä pelastussuunnitelmaan liittyen pystyttiin lähettämään sellaisenaan.

Tapahtuman suunnittelun alkuvaiheessa otimme selvää yleisötapahtumaan tarvittavista lupa-asioista. Tapahtumasta ilmoitettiin Poliisiviranomaisille noin viikkoa ennen tapahtuman järjestämistä sekä ympäristö-, pelastus-, terveys- ja rakennusviranomaisille kuukautta ennen tapahtuman järjestämistä. Poliisiviranomaisille ilmoitettiin tapahtumasta puhelimitse, muille viranomaisille ilmoitukset tehtiin sähköpostitse. Ulkoilmatapahtumiin vaaditaan kunnan lupa. Kontiolahden ampumahiihtostadion on kunnan maita, joten otimme yhteyttä Kontiolahden kuntaan saadaksemme vuokrattua tilan tapahtumaa varten. Meluilmoitusta ei tarvinnut tehdä erikseen.

### **4.2.1 Pelastus- ja turvallisuussuunnitelma**

Pohjois-Karjala metsäpäivä PoKara -tapahtumalle tehtiin pelastus- ja turvallisuussuunnitelma. Pelastus- ja turvallisuussuunnitelma sisälsi tapahtuman yleistiedot, onnettomuusriskitekijät ja niiden ennaltaehkäisyn onnettomuuden sattuessa, tapahtuman henkilöstön ja yhteystiedot sekä tietoa muista

turvallisuusjärjestelyistä. Pelastuslaitoksen paloauto saapui paikalle valvomaan tapahtuman etenemistä. Ensiapupiste oli paloauton yhteydessä. Alkusammutukseen tarvittavat välineet löytyivät makkarakojulta sekä paloautolta. Muut viranomaiset eivät tehneet tarkastuksia lupa-asioihin liittyen. Tapahtuman pienen koon vuoksi tapahtumapaikalle ei tarvinnut järjestyksenvalvoja.



Kuva 5. Pohjois-Karjalan metsäpäivä PoKara 2017 tapahtuma-alue. (Soveltaen Biathlon-Kontiolahti 2017)

Tapahtumaan arvioitiin saapuvaksi 200 henkilöä koko päivän aikana. Emme olleet varmoja ylittykö 200 henkilön samanaikainen läsnäolo, joten teimme pelastussuunnitelman varotoimenpiteenä. Pelastussuunnitelma täytettiin Pohjois-Karjalan pelastuslaitoksen valmiiseen pelastussuunnitelma lomakepohjaan (liite 4), johon otettiin mallia vastaavanlaisesta tapahtuman pelastussuunnitelmasta Kontiolahden ampumahiihtostadionilla.



#### 4.2.2 Tapahtuman jätehuolto, käymälät ja liikenteenohjaus

Tapahtuman siisteydestä ja jätteiden kuljetuksesta tapahtuman järjestäjät sopivat yhdessä Kontiolahden ampumahiihtostadionin henkilöstön kanssa. Tapahtuman ympäristösuunnitelma on tehty Kontiolahden ampumahiihtostadionin suunnitelman mukaan. Jätteiden kerääminen ja lajittelu tapahtuu ampumahiihtostadionilta valmiiksi löytyviin keräilyastioihin.

Jätteidenhuollossa otimme huomioon arvioidun kävijämäärän, ruokatarjoilun ja siitä aiheutuvat jätteet sekä tapahtuman keston. Jäteastioita sijoiteltiin näkyvälle paikalle ulkotelttaan, makkarakojun ja kahvilan äärelle. Kahvilan ja makkarakojun henkilöstö huolehtivat jätepisteistä. Tapahtumaan kokoon nähden siisteydestä ja jätteiden kuljetuksesta vastaavaa henkilökuntaa oli järjestetty riittävästi tapahtumapaikalle ja jätteiden keräyspisteitä oli runsaasti. Jäteastiat eivät päässeet täyttymään tapahtuman yhteydessä liikaa, joten jäteastiat tyhjennettiin vasta tapahtuman päätyttyä. Tapahtumapaikalta löytyi myös jätehuoltomääräyksen vaatima lajittelupiste biojätteille, kuivajätteille, metallille, lasille ja paperille.

Ampumahiihtostadionin käymälöiden määrä oli runsas verrattuna tapahtuman arvioituun kävijämäärään nähden. Käymälöitä oli riittävästi molemmille sukupuolille sekä liikuntarajoitteisille. Käymälöiden määrä tapahtumaan nähden määräytyy tapahtuman kävijämäärän mukaan. Käymälöiden määrään vaikuttaa myös tapahtuman alkoholitarjoilu. Pohjois-Karjalan metsäpäivä PoKara oli alkoholiton tapahtuma. Kontiolahden ampumahiihtostadionin henkilökunta vastasi käymälöiden siisteydestä.

Tapahtumapaikalle kaikki kävijät saapuivat autolla. Ampumahiihtostadionin parkkialue kattoi autopaikat runsaasti yli tapahtumaan tarvittavan määrän. Liikenteen- ja pysäköinninohjauksesta vastasi talkootyöläinen Kontiolahden ampumahiihtostadionin henkilökunnasta. Järjestimme koululta kaksi vapaaehtoista opiskelijaa auttamaan tapahtuman liikenteenohjauksessa.

### **4.2.3 Elintarvikkeiden myyntiin ja ruokailuun liittyvät lupa-asiat**

Kontiolahden ampumahiihtostadionilla oli hyvät puitteet pienimuotoisen ruokailun järjestämiselle. Elintarvikkeiden myyntiin liittyvät lupa-asiat hoiti Kontiolahden ampumahiihtostadionin kahvion henkilökunta. Makkarakojulla henkilökunta toimi Eviran ulkomyyntiohjeiden mukaisesti, missä vaaditaan esimerkiksi kuumaan ruoan tarjoilua vähintään 60 °C:n lämpöisenä (Piipari 2012). Tapahtumapaikan henkilökunta tarjoutui pitämään kahvilaa yllä tapahtuman ajan tarjoamalla muun muassa kahvia, pullaa ja voileipiä. Tapahtuma-alueen ulkotilaan järjestettiin makkarakoju, joka oli tapahtumapaikan henkilökunnan ylläpitämä.

Tapahtuman lyhyen keston vuoksi arvioimme tarjoilun olevan riittävä. Samana päivänä Joensuussa järjestettiin kalamarkkinat, jossa oli paljon ruokaa tarjolla. Arvioimme, että osa ihmisistä saattaa tulla metsäpäivä tapahtumaan valmiiksi ravittuna ja ylimitoiteltu ruokatarjoilu olisi ollut täten turhaa.

Tapahtumassa ei ole anniskelua eikä musiikkia, joten niiden suhteen ei tarvinnut lupia tai ilmoituksia tehdä. Pohjois-Karjalan ympäristöterveydelle ei tarvinnut tehdä ilmoitusta, koska kahvila ja grillimakkaran myynti ovat vähäriskistä elintarvikkeiden myyntiä ja tarjoilua.

### **4.3 Tapahtumaan liittyvät riskit**

Turvallisuuteen liittyvät riskit ennakoitiin jo erikseen pelastus- ja turvallisuussuunnitelmassa. Kauhasen ym. (2002) ABC-mallin katsoimme suunnitteluvaiheessa läpi ja kirjasimme ylös riskikohdat. Kohdat täyttyivät kuitenkin pitkälti samoista asioista kuin pelastus- ja turvallisuussuunnitelmassa, joten ABC-malli jäi taka-alalle. Taloudelliset riskit olivat tapahtuman osalta pienet, koska kukaan ei käyttänyt tapahtumaan omaa rahaa pieniä kustannuksia lukuun ottamatta. Uudistuva metsäyrittäjä -hanke maksoi tapahtumapaikan ja teltojen vuokran joten puitteet olivat valmiiksi maksettu.

Taloudellisten riskien alle voi toki ajatella saapuuko paikalle tarpeeksi kävijöitä ja sitä kautta saako näytteilleasettajat myytyä omia tuotteitaan ja palveluitaan. Tapahtumalle ei asetettu kävijämäärän suhteen taloudellista tavoitetta, mutta tappiota ei oletettavasti kukaan tehnyt. Toisaalta ensimmäistä kertaa järjestettävää tapahtumaa suunniteltaessa ei tavoitteet muutenkaan ollut taloudelliset, vaan tapahtumassa tuotiin esille enemmänkin pienempiä toimijoita.

#### **4.4 Markkinointi ja visuaalinen ilme**

Tapahtumalle suunniteltiin oma logo ja tapahtumaesite (liite 2 ja liite 3), jotka jaettiin eri sosiaalisen median kanavissa. Markkinoinnin tavoitteena oli tavoittaa paikallisia metsänomistajia sekä muita metsästä kiinnostuneita tavallisia ihmisiä osallistumaan tapahtumaan. Mikäli tapahtuman onnistumista mitataan kävijämäärän perusteella, ei markkinointia voi korostaa liikaa onnistuneen tapahtuman järjestämisessä. Metsätapahtuman markkinoinnin suunnittelu ja toteutus on poikkeuksellisen hankalaa, sillä kohderyhmää tulisi tavoitella muillakin kuin sosiaalisen median keinoin.

Tapahtuman markkinointiin tutustuttiin suunnitteluvaiheessa eri tietolähteisiin tukeutuen. Markkinoinnin suunnitteluun olisi tarvinnut asian osaavan vastuuhenkilön ja suunnittelu olisi tullut aloittaa jo alkuvuodesta 2017. Tapahtuman ulkoisessa markkinoinnin suunnittelussa otimme huomioon sosiaalisen median, lehdistömarkkinoinnin, radion sekä puskaradion vaikutukset. Meille annetun tiedon perusteella, tapahtuma ei sisältänyt rahoitusta tapahtuman markkinoinnille, joka oli suuri vaikuttava tekijä tapahtuman markkinoinnin kannalta.

Tapahtumalle suunniteltiin oma Facebook -tapahtuma, jossa ilmoitettiin tapahtumaan osallistuvista paikallisista metsäyrittäjistä sekä muusta tapahtumatarjonnasta. Tapahtumaa olisi ollut mahdollista mainostaa Facebookissa korvausta vastaan ja tapahtumalle olisi saatu huomattavasti

lisänäkyvyyttä tavoitellun kohderyhmän keskuudessa sosiaalisessa mediassa. Monet ikääntyneistä metsänomistajista eivät kuitenkaan käytä Facebookia. Tapahtumakyselyn perusteella vain hyvin pieni osa vastanneista oli saanut tiedon tapahtumasta sosiaalisen median kautta. Osa vastaajista ei edes tiennyt, mitä sosiaalinen media tarkoittaa. Facebook -tapahtumasivun tausta luotiin Adobe Photoshop sekä Adobe Illustrator -ohjelmistoa käyttäen. Taustaan liitettiin tapahtuman nimi, ajankohta, tapahtumalogo sekä hankkeen järjestäjien ja rahoittajien logot.



Kuva 6. Pohjois-Karjalan metsäpäivä PoKara 2017 Facebook -tapahtumasivun tausta.

Pohjois-Karjalan metsäpäivä PoKaran markkinoinnin kannalta paikallislehti-ilmoitus oli ehdottomasti toimivin markkinoinnin ratkaisu. Palautekyselyyn vastanneista suurin osa oli saanut tiedon tapahtumasta sanomalehdestä. Lehti-ilmoitus olisi tullut laittaa lehteen kuukautta ennen tapahtumaa ja toistamiseen tapahtumaviikolla. Saimme luvan julkaista tapahtumatiedotteen lehdessä kuitenkin vain kerran tapahtumaviikolla. Mainostimme tapahtumaa myös radiossa sekä yhteistyössä metsäkeskuksen kanssa. Metsäkeskus ei saa luovuttaa metsänomistajien tietoja eteenpäin, joten lähetimme tapahtumaesitteen metsäkeskuksen jaettavaksi eteenpäin asiakkailleen.

Tapahtuman ulkoisessa markkinoinnissa oli tarkoitus hyödyntää enemmän tapahtumapaikalle saapuvia näytteilleasettajia. Monet näytteilleasettajista kuitenkin peruivat osallistumisensa ja monet näytteilleasettajat eivät osanneet sanoa varmaksi osallistumisestaan.

Tapahtuman sisäistä markkinointia hoidettiin pitkälti sähköpostien välityksellä. Sähköposti osoittautui kuitenkin melko huonoksi vaihtoehdoksi koska kaikki työryhmän jäsenet eivät kommunikoineet ollenkaan sen kautta. Lopulta asiat hoidettiin enimmäkseen puhelimen välityksellä yksitellen työryhmäläinen kerrallaan. Toimivampi ratkaisu olisi voinut olla esimerkiksi WhatsApp-sovellus mutta kaikilla työryhmän jäsenillä ei ollut sovellusta käytössä.

#### **4.5 Kohderyhmä, paikka, ajankohta ja kesto**

Kohderyhmäksi tapahtumalle valittiin metsänomistajat ja luonnosta kiinnostuneet ihmiset. Näytteilleasettajiksi paikalle saapuu eri metsäalan toimijoita kansanedustajasta käsityöläiseen. Tavoitteena kohderyhmän tavoittelussa on saada toimijat ja vieraat lähestymään toisiaan sekä uusien kontaktien luominen.

Pohjois-Karjalan metsäpäivä PoKaralle tapahtumapaikaksi valikoitui Kontiolahden ampumahiihtostadion. Ulkotiloihin sijoiteltiin näytteilleasettajat kojuineen ja metsäkoneineen, joten ulkotilaa tarvittiin runsaasti. Kontiolahden ampumahiihtostadionin tilat palvelivat tapahtuman tarpeita täydellisesti sen riittoisan tilan vuoksi. Ulkoilma-alueella oli myös positiivinen vaikutelma tapahtuman kannalta, koska tapahtuma on luonteeltaan luonnonläheinen.



Kuva 7. Näytteilleasettajat valmistautuvat tapahtumaan.

Tapahtumapaikalla oli tarjota myös sisätiloja. Sisätiloihin sijoitettiin metsäkeskuksen toimipiste, jossa metsäkeskuksen henkilöstö esitteli Metsään.fi -palvelua. Sisätiloista löytyi myös ekoaseammunta sekä kahvila.

Tapahtuman ajankohdaksi toimeksiantajamme valitsi lauantain 13.5. Lauantailla ja keväisellä ajankohdalla odotettiin paikalle saapuvan paremmin kävijöitä, kuin esimerkiksi kylmempien säiden aikaan. Järjestäjä laskelmoi myös, että kello 10–14 väliin ihmiset olisivat hyvin liikkeellä lauantapäivänä. Kävijämäärään alenevasti vaikutti todennäköisesti kuitenkin äitienpäivän sattuminen samalle viikonlopulle ja valitettavan monet ihmiset sanoivatkin lähtevänsä viettämään äitienpäivää toiselle paikkakunnalle. Myös kalamarkkinoiden, SciFestin ja maratonin sattuminen lauantaile Joensuuhun verotti varmasti osan metsätapahtuman kävijämäärästä.

#### **4.6 Tapahtuman järjestäjän muistilista**

Teimme tapahtumaan liittyvien asioiden helpottamiseksi muistilistan (liite 1). Sillä varmistimme sen, että kaikki oleelliset asiat olisivat ylhäällä muuallakin, kuin kunkin työryhmäläisen muistissa. Muistilistaan kaikki työryhmäläiset saivat lisättyä tehtäviä asioita.

Tapahtuman järjestämisen muistilistassa ideana oli, että kaikki työryhmäläiset olisivat tietoisia mihin mennessä tietyt asiat olivat hoidettava, ja kuka hoitaa mitään. Muistilista sisälsi asioita kuten tilan vuokraus, markkinointi ja näytteilleasettajien hankkiminen. Tapahtuman järjestämisen muistilistan tekemiseen kannattaa varata riittävästi aikaa, että kaikki asiat löytyvät listalta ja että muistilista on helposti luettavissa.

#### **4.7 Kävijäkyselyn toteuttaminen**

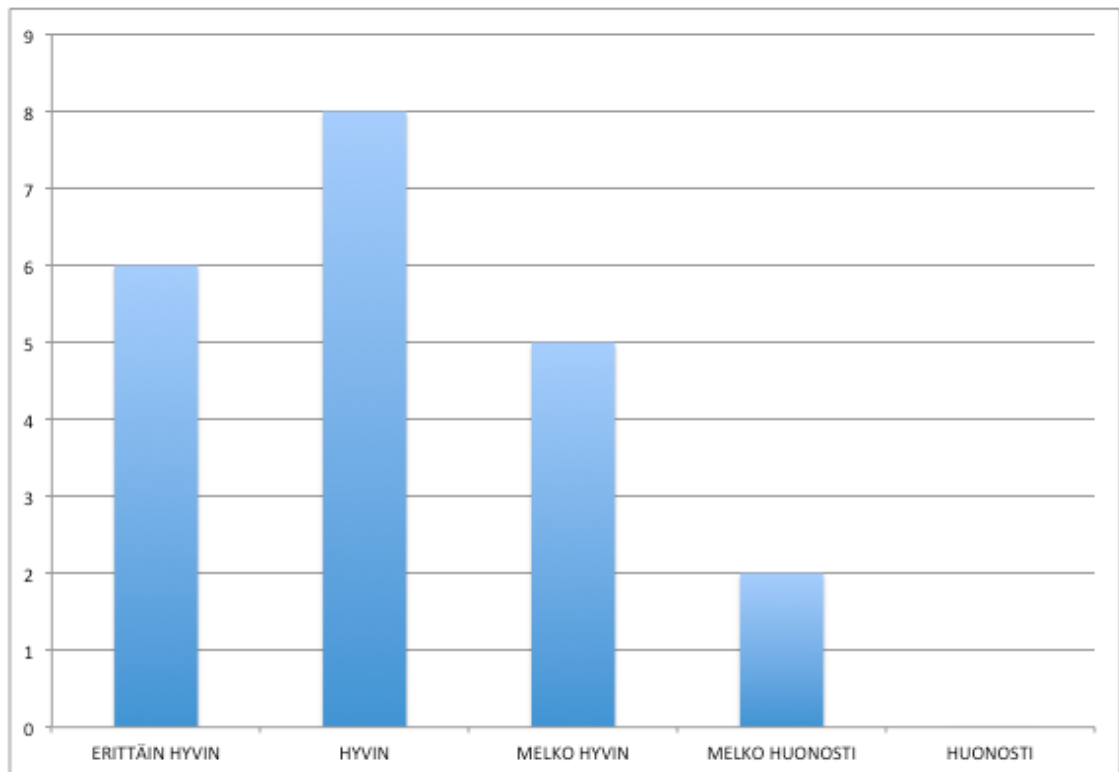
Kävijäkysely suoritettiin tapahtuman yhteydessä ja sen tarkoituksena oli mitata tapahtuman onnistumista kävijöiden näkökulmasta. Asiakastyytyväisyyden selvittämiseksi valmistelimme kävijäkyselylomakkeen (liite 5), jonka kävijät saivat täyttää tapahtumapaikalla halutessaan. Lomakkeet sijoiteltiin tapahtuman yhteydessä näkyvälle paikalle kahteen eri pisteeseen. Toinen piste sijaitsi kahvilassa ja toinen ulkoteltassa pöydän ja istumapaikkojen äärellä. Pisteiden yhteydessä oli myös saatekirje (liite 6), joka avasi kyselyn tarkoitusta ja kannusti kävijöitä osallistumaan kyselyyn. Suurin osa palautelomakkeista täytettiin ulkoteltassa.

Kävijäkyselylomake koostui kolmesta kysymyksestä. Kysymyksistä kaksi oli strukturoituja ja yksi avoin. Ne laadittiin vastaamaan tapahtuman onnistumista mahdollisimman hyvin, jolloin tapahtumaa pystyttäisiin kehittämään saatujen vastausten perusteella tulevaisuudessa. Lomake pidettiin tarkoituksella yksinkertaisena ja lyhyenä, joten kysymykset aseteltiin yhdelle A4:lle. Vastaajan oli mahdollista osallistua arvontaan jättämällä yhteystiedot kyselylomakkeeseen. Henkilötietojen jättäminen oli vapaaehtoista, eikä niitä

yhdistetty kyselyn vastauksiin. Arvonnassa palkintona oli erilaisia metsätuotteita.

#### 4.8 Kävijäkyselyn tulokset ja johtopäätökset

Kävijäkyselyyn saatiin 21 vastausta. Tapahtumassa kävi arviolta hieman yli 100 kävijää, joten siihen nähden vastauksia saatiin kuitenkin melko hyvin. Kävijäkyselystä kävi myös hyvin ilmi tapahtuman kehityskohtat. Ensimmäisessä kysymyksessä selvitimme kävijöiden mielipidettä tapahtuman onnistumiseen liittyen.

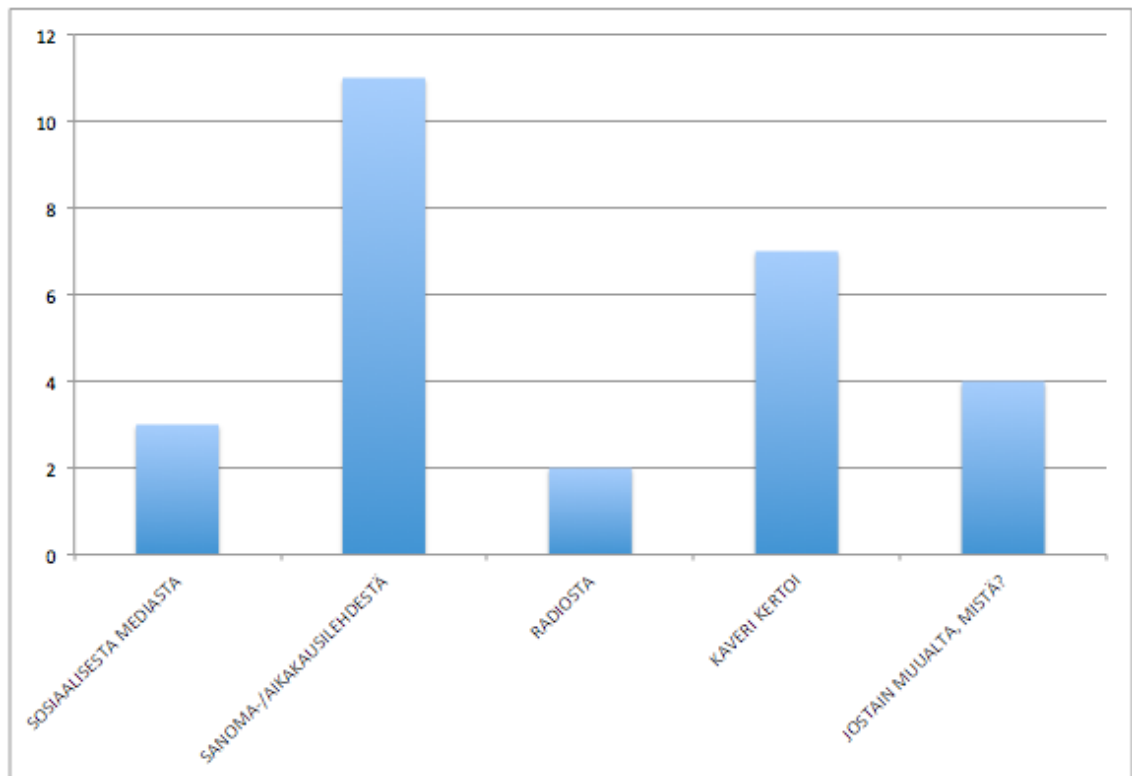


Kuvio 7. Pohjois-Karjalan metsäpäivä PoKara 2017 järjestelyiden onnistuminen (n=21).

Kyselyn tulokset osoittivat että tapahtuma oli onnistunut. Suurin osa vastanneista oli sitä mieltä, että tapahtuma oli järjestetty hyvin ja kuusi henkilöä oli sitä mieltä, että tapahtuma oli järjestetty erittäin hyvin. Vastanneista viisi oli sitä mieltä, että tapahtuma oli järjestetty melko hyvin ja kaksi sitä mieltä, että tapahtuma oli järjestetty melko huonosti.



Kyselylomakkeen toinen kysymys käsitteli tapahtumamarkkinoinnin onnistumista. Sillä selvitettiin mitä kautta kävijät ovat saaneet tiedon tapahtumasta, jotta tulevaisuudessa tiedetään mihin keskittää markkinointia ja toisaalta mitä kehittää.



Kuvio 8. Mistä kävijät kuulivat tapahtumasta (n=21).

Tapahtumamarkkinointi on tulevaisuudessa huomattavasti helpompaa keskittää, kun tiedetään mistä kävijät olivat saaneet tietoa tapahtumasta. Suurin osa vastanneista oli saanut tiedon tapahtumasta sanomalehdestä ja puskaradion kautta.

Kyselylomakkeen kolmannessa kysymyksessä pyydettiin vastaajia antamaan palautetta tapahtumaan liittyen. Tapahtuman järjestämisen kannalta ehdottomasti tärkeimmät vastaukset olivat:

- Pitää olla tarkemmat suunnitelmat
- Erinomainen paikka tapahtumalle
- Lapsille jotain aktiviteettia
- Hyvä konsepti. Näytteilleasettajia olisi saanut olla enemmän.

- Koneita olisi saanut olla enemmän ja että niitä pitäisi saada kokeilla itse.
- Markkinointia tulisi tehostaa, mutta miten? Ja riittääkö rahat markkinointiin?
- Näkyvämmiin markkinointia. Pienellä markkinoinnilla kävijämäärä jää pieneksi ja vaarana on tapahtuman kuihtuminen.
- Ensimmäistä kertaa ollaan tapahtumassa käymässä. Hyvältä vaikuttaa.

Kyselylomakkeen lopussa oli mahdollista osallistua arvontaan jättämällä yhteystiedot. Kaikki kyselyyn vastanneet 21 kävijää jättivät yhteystietonsa, ja täten osallistuivat arvontaan.

## **5 Pohdinta**

### **5.1 Luotettavuus**

Opinnäytetyö on tehty tutkimuseettisen neuvottelukunnan ohjeiden mukaisesti. Tieteelliseltä tutkimukselta vaaditaan että se on suoritettu hyvän tieteellisen käytännön velvoittamalla tavalla, jotta tutkimus on eettisesti ja tuloksellisesti uskottava. Lisäksi tutkijoilta ja asiantuntijoilta vaaditaan rehellisyyttä, huolellisuutta ja tarkkuutta kaikilla tutkimuksen osa-alueilla. Menetelmät tulee olla kriteereiltään tieteellisen tutkimuksen mukaisia sekä muiden tutkijoiden töitä tulee kunnioittaa ja antaa niille omassa tutkimuksessaan niille kuuluva arvo. Tutkimuksen kaikille osapuolille ilmoitetaan rahoituslähteet sekä muut tärkeät sidonnaisuudet ja raportoidaan niistä tutkimuksen tuloksissa. Erityispiirteitä löytyy lisää eri tieteenaloilta, joista saa tarkempaa tietoa tieteellisten seurojen ja ammattijärjestöjen omista ohjeistuksista. Jokaisella tieteellisellä toimijalla on lähtökohtaisesti itsellään vastuu hyvän tieteellisen käytännön noudattamisesta. (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2012.)

Toiminnallinen opinnäytetyö on Vilkan ja Airaksisen (2003) mukaan ammatillisella kentällä toimimista, josta syntyy tuloksena esimerkiksi perehdytyskansio tai opas. Lähteet luovat pohjan tekemiselle, joita soveltaen ruvetaan työstämään toimintaa. Luotettavuutta opinnäytetyölle tuovat aiheeseen

liittyvä kirjallisuus sekä aiemmin tehdyt tutkimukset, joita tulee tarkastella kriittisesti. Tietoa saatiin lisäksi muulta PoKara työryhmältä sekä Uusiutuva metsäyrittäjä-hankkeen koordinoijilta.

Kävijäkysely suoritettiin paikan päällä täytettävänä paperilomakkeena, joka palautettiin täytettynä tapahtumateltan tai kahvion palautelaatikkoon. Vastaukset tarkastettiin puolueettomina eikä niihin tehty minkäänlaisia merkintöjä tai muutoksia. Vastanneiden kesken järjestettiin arvonta, jossa onnettarena toimi ulkopuolinen henkilö valitsemalla papereista sattumanvaraisesti viisi voittajaa. Näin ollen, myös kävijäkysely täytti kaikki eettisyyden ehdot.

## **5.2 Johtopäätökset**

Tapahtuman järjestämisessä markkinointi osoittautui ehdottomasti vaativimmaksi tehtäväksi ja markkinointiin varatun budjetin takia tehtävä oli äärimmäisen hankala. Oletuksena oli, että tapahtuma kiinnostaa iäkkäämpiä ihmisiä enemmän kuin nuorta väkeä ja että suurin osa kävijöistä on iäkkäämpiä henkilöitä. Sosiaalisessa mediassa, kuten Facebookissa, tapahtuman markkinointi on helppoa, mutta tavoittaako se oikeat ihmiset tapahtuman kannalta parhaiten? Tapahtuman tehokas markkinointi myös sosiaalisessa mediassa ei ole ilmaista ja tapahtuman näkyvyys jää helposti pieneksi ilman markkinointiin varattua budjettia. Sanomalehti-ilmoitus ja puskaradio ovat tällaisen tapahtuman järjestämisen kannalta välttämättömiä, kun tavoitellaan vanhempaa ikäluokkaa. Tapahtuman markkinointi olisi tullut aloittaa huomattavasti aiemmin, jo ennen kuin saimme tiedon osallisuudestamme tapahtuman suunnittelussa ja järjestämisessä.

Tapahtuman järjestämisen ongelmat pohjautuivat työryhmän toimimattomaan kommunikointiin sekä teknisiin ongelmiin. Aluksi oli vaikeuksia saada kommunikointia toimimaan sähköpostin välityksellä eikä viestejä saatu tulemaan perille kaikille työryhmän jäsenille. Kommunikointivälineeksi pohdimme monia eri vaihtoehtoja, mutta kaikilla työryhmän jäsenillä ei ollut

käytössä vastaavia välineitä tai taitoa käyttää niitä, joten kommunikointi sähköpostin välityksellä jäi ainoaksi vaihtoehdoksi. Työryhmän tehtävät jakautuivat epätasaisesti. Suunnittelussa olisi tullut olla yksi johtohenkilö, jonka tehtävänä olisi ollut johtaa työryhmää ja jakaa kaikille tehtäviä tasaisesti ja selkeät tehtävät. Lopputuloksena kolme ihmistä kuitenkin yritti hoitaa sekaisin kaikkia asioita samaan aikaan, joka hankaloitti tapahtuman suunnittelua. Hyvin suunnitellussa tapahtumajärjestämisen suunnittelussa jokaisen ihmisen tulisi tietää tarkalleen omat osa-alueensa joihin keskittyä.

Kolmas merkittävä ongelma oli aikataulu. Me tulimme mukaan tapahtuman järjestelyihin reilu kaksi kuukautta ennen tapahtumapäivää, mikä on lähtökohtaisesti jo todella myöhäistä. Eri tapahtuman järjestämisoppaiden mukaan vähimmäisaika järjestelyille on kolme kuukautta ja näin jälkeinpäin sekin tuntuu vähäiseltä ajalta. Tapahtuman järjestelyt olivat melko aluillaan siinä vaiheessa kun tulimme mukaan, joten tehtävää oli riittämiin. Reilun kahden kuukauden aikana kokematon pääsi oppimaan runsaasti paljon kaikkea tapahtuman järjestämisestä. Vähemmän asiasta tietävän onkin ehkä hankala hahmottaa kuinka paljon kaikkea tapahtuman järjestämiseen tarvitaan eri toimenpiteitä.

### **5.3 Jatkoimenpiteet**

Kehittämistä Pohjois-Karjalan metsäpäivä PoKarassa on runsaasti. Omien sekä kävijöiden kokemusten perusteella voidaan todeta että markkinointiin pitää saada varattua rahaa, jotta tapahtuma saisi kunnolla näkyvyyttä. Ilmaismarkkinoinnilla saavutetaan todella marginaalinen määrä kohderyhmästä. Markkinoinnille tulisi varata runsaasti aikaa. Vallo & Häyrisen (2012) mukaan sosiaalisessa mediassa markkinointi voisi alkaa jo yli puolta vuotta ennen tapahtumaa. Tämän opinnäytetyön kannalta markkinoinnin aloittaminen hyvissä ajoin oli mahdoton toteuttaa, sillä liityimme työryhmään vasta maaliskuun alussa. Aikataulu oli siis erittäin tiukka ja suunnittelutyö toteutettiin noin kahden kuukauden aikavälillä. Alkuvaiheessa kannattaa myös kaikille tapahtuman järjestäville osapuolille selkeät vastualueet ja niin sanottu johtaja, joka huolehtii

että kaikki hoitavat oman osa-alueensa. Aikataulullisesti koko seuraavan tapahtuman järjestämisprosessi kannattaisi aloittaa melkein välittömästi edellisen tapahtuman päätyttyä.

Pohjois-Karjalan metsäpäivä PoKaran seuraava opinnäytetyö voisikin esimerkiksi perehtyä pelkästään markkinointiin. Pelkkä markkinointi teettää jo runsaasti töitä, mikäli sen haluaa tehdä viimeisen päälle. Hyvällä markkinoinnilla päästäisikin varmasti jo huomattavasti isompiin kävijämääriin sekä näytteilleasettajien halukkuus tapahtumaan olisi suurempi. Visuaalisen ilmeen kokonaisvaltainen suunnittelu tapahtumapaikkaa myöten voisi myös olla mahdollinen opinnäytetyön aihe.

## Lähteet

- Conway, D. G. 2009. The event manager's bible – The complete guide to planning and organising a voluntary or public event. Oxford: How To Books Ltd.
- liskola-Kesonen, H. 2004. Mitä, miksi ja kuinka? Käsikirja tapahtumajärjestäjälle. Iisalmi: Suomen Liikunta ja Urheilu ry.
- Joensuu. 2017. Elintarvikkeiden ulkomyyntiohje.  
<http://www.joensuu.fi/elintarvikkeiden-ulkomyynti>. 11.6.2017
- Kauhanen, J., Juurakko, A., Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. Vantaa: WSOY.
- Korhonen, H., Korkalainen, K., Pienimäki, T. & Rintala, S. 2015. Tapahtumajärjestäjän opas. Laurea julkaisut.  
<https://www.laurea.fi/tiedotteet/Documents/58%20Tapahtumaj%20%20A4rjest%20%20A4j%20%20A4n%20opas.pdf>. 8.6.2017.
- Palos, M. 2017. Metsäyrittäjä uudistuu yhteistyön voimalla. Metsäyrittäjä (1), 14–15.
- Piipari, M. 2012. Ulkomyyntiohje. Evira. [https://www.evira.fi/globalassets/tietoa-evirasta/lomakkeet-ja-ohjeet/elintarvikkeet/ulkomyynti/ulkomyyntiohje\\_2012.pdf](https://www.evira.fi/globalassets/tietoa-evirasta/lomakkeet-ja-ohjeet/elintarvikkeet/ulkomyynti/ulkomyyntiohje_2012.pdf). 8.6.2017.
- Tapahtuman järjestäminen Joensuussa - Viranomaispalvelut ja ohjeet. 2017. Joensuun tapahtumapalvelut.  
[http://www.joensuu.fi/documents/11127/31959/Viranomaispalvelut+ja-ohjeet\\_2017/86248b34-80f6-4ffa-b21f-8831d6fa8b1a](http://www.joensuu.fi/documents/11127/31959/Viranomaispalvelut+ja-ohjeet_2017/86248b34-80f6-4ffa-b21f-8831d6fa8b1a). 3.5.2017.
- Tapio, H. 2013. Opas tapahtuman viestintään ja markkinointiin Tampereella. Tampereen kaupungin tapahtumatoimisto.  
<https://www.tapahtumatoimisto.com/sites/default/files/opasnettifinal.pdf>. 15.5.2017.
- Teosto. 2014. Gramexille ja Teostolle yhteisyritys asiakaspalvelua varten - luvat saa tulevaisuudessa yhdeltä luukulta.  
<https://www.teosto.fi/teosto/uutiset/gramexille-ja-teostolle-yhteisyritys-asiakaspalvelua-varten-luvat-saa-tulevaisuudessa>. 8.6.2017.

Tutkimuseettinen neuvottelukunta. 2012. Hyvä tieteellinen käytäntö ja sen loukkausten käsitteleminen.

[http://www.tenk.fi/sites/tenk.fi/files/HTK\\_ohje\\_2012.pdf](http://www.tenk.fi/sites/tenk.fi/files/HTK_ohje_2012.pdf). 30.5.2017

Uudistuva Metsäyrittäjä. 2015. HAMK.

<http://www.hamk.fi/tyoelamalle/hankkeet/uudistuvametsayrittaja/Sivut/default.aspx>. 26.5.2017.

Vallo, H. & Häyrinen, E., 2012. Tapahtuma on tilaisuus. Helsinki: Tietosanoma Oy.

Vilka, H. & Airaksinen, T. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö: Jyväskylä. Gummerus Kirjapaino Oy.

## Tapahtuman järjestämisen muistilista

Mitä?	Vastuuhenkilö	Viimeistään	Tehty?
Näytteilleasettajat		2 vko ennen	
Luvat ja ilmoitukset - Pelastussuunnitelma - Pelastus- ja turvallissuunnitelma - Ilmoitus yleisötilaisuudesta		2 vko ennen 2 vko ennen 1 vko ennen	
Työntekijät - Talkoolaiset		1 kk ennen	
Tilan vuokraus - Kahvio/Makkarakoju		2 kk ennen	
Mainostus/Markkinointi - Facebook - Radio - Sanomalehdet - Sähköposti - Kiitokset yhteistyökumppaneille		Pitkin suunnittelua 2 vko ennen 2 vko ennen 2 vko ennen 1 vko jälkeen	
Muuta - Logo - Esite/Kutsu - Teltta & pöydät - Opasteet valmistelu - Opasteet asettelu		1 kk ennen 1 kk ennen 1 kk ennen 1 vko ennen Tapahtuma aamu	
Työryhmän jälkipalaveri		1 kk jälkeen	



Logot



**PoKara**

*Pohjois-Karjalan metsäpäivä*



**PoKara**

*Pohjois-Karjalan metsäpäivä*

# PoKara

## Pohjois-Karjalan metsäpäivä

**13.5.2017 klo 10-14**

**Kontiolahden ampumahiihtostadion, Napak ympintie 24, 81101 Kontiolahti**

Tervetuloa koko perheen metsätapahtumaan!

Paikalla muun muassa metsäkeskus, metsä- ja koneyrittäjiä, kone- ja laitevalmistajia, taimituottaja, puukäsityöyrittäjiä, kansanedustaja Hannu Hoskonen sekä paljon muuta.

Ampumahiihtostadionin kahvio palvelee tapahtuman ajan.

Paikan päällä mahdollisuus kokeilla myös ekoaseammuntaal

Tapahtuma on kaikille avoin ja maksuton!



**PoKara**

*Pohjois-Karjalan metsäpäivä*



POHJOIS-KARJALAN PELASTUSLAITOS

---

## PELASTUSSUUNNITELMA YLEISÖTILAISUUDET

Tilaisuuden nimi	Pohjois-Karjalan metsäpäivä Pokara
------------------	------------------------------------

Pelastussuunnitelman laatimisvelvollisuus määräytyy Pelastuslain 379/2011. 16 §:n mukaan.

**1. YLEISTIEDOT**

1.1 Tilaisuuden nimi	Pohjois-Karjalan metsäpäivä Pokara
1.2 Järjestäjä, yhteystiedot	
1.3 Paikka, nimi, osoite	Kontiolahden ampumahiihtostadion Napakymppitie 24, 81100 Kontiolahti
1.4 Ajankohta, aukioloajat	Lauantai 13.5.2017 klo. 10 - 14
1.5 Tilaisuuden luonne	Yleisötapahtuma, jonka kohderyhmänä toimii mm. metsänomistajat ja muut metsästä kiinnostuneet
1.6 Arvioitu osallistuja-, yleisö määrä	400

**2. TILAIKUUDEN ONNETTOMUUSRISKITEKIJÄT JA NIIDEN ENNALTAEHKÄISY SEKÄ TOIMENPITEET ONNETTOMUUDEN SATTUESSA**

Riskitekijä	Ennaltaehkäisy	Pelastamistoimenpiteet
2.1 Tulipalo	Aikusemmutus	Evakuointi
2.2 Salraskohtaus	Järjestyksenvalvojen ohjeistus ja toimenpiteet	Enslapu ja hätäpuhelu
2.3 Liikenne	Liikenteenohjaajat	Evakuointitie
2.4		
2.5 Mahdolliset tilapäisrakenteet tai majoitukset		
2.6 Mahdolliset		
2.7 Muuta		
2.8		

**3. HENKILÖSTÖ JA YHTEYSTIEDOT TILAISUUDEN**

Tehtävä	Nimi	Puh. nro
3.1 Tilaisuuden johtaja		
3.2 Turvallisuudesta vastaava		
3.3 Rakentelista vastaava	Kontiolahden ampumahiihtostadion	
3.4 Järjestyksenvalvojat (määrä) sekä vastuuhenkilö	2	
3.5 Tiedotusvastaava		
3.6. EA-henkilöstö (määrä) sekä vastuuhenkilö		
3.7 Pelastushenkilöstö (määrä) sekä vastuuhenkilö		

**4. TURVALLISUUSJÄRJESTELYT**

Asia	Järjestely
4.1 Alkuesimmutuskalusto (määrä, tyyppi sijoitus)	Alkuesimmutuskalusto alueella koostuu normaaleista jauhesammuttimista sekä sähkölaitteita sisältävistä työpölystä CO2 – eli hiidioksidisammuttimista.
4.2 EA-välineistö ja -paikka	Pelastuslaitoksella ei ole alueella varsinaista päihytyspistettä vaan klinneillä tapahtuessa yhteydenpito hoidetaan hätäkeskuksen 112:n kautta.
4.3 Kokoontumis-, evakuointipaikka	Evakuointitilanteessa ihmiset opastetaan pois tapahtuma-alueelta Taskisentietä pohjoiseen (varuskunnan suunta) tai etelään (Joensuu suunta). Kokoontumispaikkana toimii varuskunnan piha-alue. Evakuointisuunnat merkitty liitteessä olevaan karttaan punaisilla nuolilla.
4.4 Poltumistiet tapahtuma-alueelta	Napakymppitie
4.5 Sisäinen hälyttäminen	
4.6 Pelastustiet	Napakymppitie

**5. MUUTA HUOMIOITAVAA**

Asia	Selvitys järjestelyistä
5.1 Pysäköintijärjestelyt	Liikenteenohjeus
5.2 Ensiapukoulutus	
5.3 Alkusanmutuskoulutus	
5.4 Henkilöstön tiedottaminen ja koulutus	
5.5 Muut turvallisuusjärjestelyt	

Pelastussuunnitelma on toimitettava pelastusviranomaisen hyväksyttäväksi vähintään kaksi viikkoa ennen yleisötilaisuutta.

Pelastusviranomaiselle on varattava tilaisuus tarkastaa yleisötilaisuuden turvallisuusjärjestelyt ennen tilaisuuden aloittamista.

Allerkirjoitukset ja niiden selvennykset

Aika ja  
paikka

\_\_\_\_\_

Tapahtuman johtaja

\_\_\_\_\_

Tapahtuman turvallisuudesta  
vastaava

**LIITTEET**

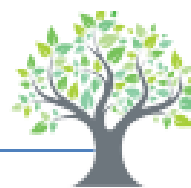
- Karttaliitteet, joista selviää alkusanmutuskaluston paikat
- Ensiapu- ja ensiapuvälineiden sijoituspaikat
- Kokoontumis- /evakuointipaikat
- Poistumistiet alueelta
- Sähköpääkytkin
- Pelastustiet -> hälytysajoneuvojen esteetön pääsy alueelle
- Lähialueen pysäköintijärjestelyt
- Esiintymislavan ja yleisön paikat
- Tupakointipaikat
- Ohje hätäilmoituksen tekemisestä
- Ohje yleisön varoittamisesta
- henkilöskunnan hälyttämisestä ja pelastustoiminnan aloittamisesta.

Nämä ohjeet on oltava näkyvillä ravintolassa, virvokkeiden myyntipisteissä ja muissa tarpeelliseksi katsottavissa paikoissa.

Lisäohjeita yleisötilaisuuden järjestämisestä

P- K:n pelastuslaitoksen sivulta: [tästä](#)

## Kävijäkysely



**PoKara**

Pohjois-Karjalain metsäpäivä

*Miten tapahtuma on mielestänne järjestetty?*

- Erittäin hyvin
- Hyvin
- Melko hyvin
- Melko huonosti
- Huonosti

*Mistä sait tiedon tapahtumasta?*

- Sosiaalisesta mediasta
- Sanoma-/aikakauslehdessä
- Radiosta
- Kaveri kertoi
- Jostain muualta, mistä?

*Kehitysideat ja tervetset tapahtumajärjestäjille*

*Jättämällä yhteystiedot osallistut arvontaan, jossa palkintona on erilaisia metsätuotteita. Henkilötietojen antaminen on vapaaehtoista, eikä niitä yhdistetä kyselyn vastauksiin.*

**Etu- ja sukunimi**

**Katuosoite**

**Postinumero**

**Postitoimipaikka**

**Puhelin**

**Sähköposti**

*Kiitos palautteesta!*

## KÄVIJÄKYSELY



Toivoisimme että pystyisitte käyttämään hetken ajastanne oheisen kyselyn täyttämiseen.

Kyselyn avulla pyrimme kehittämään Pohjois-Karjalan metsäpäivä PoKaraa, ja luomaan tapahtumasta mahdollisimman mielekkään kokemuksen kaikille osapuolille myös tulevina vuosina.

Jättämällä yhteystiedot olet samalla mukana arvonnassa jossa on palkintona eri metsätuotteita. Henkilötietoja käytetään vain arvonnassa eikä niitä yhdistetä kyselyn vastauksiin.

Kysely on myös osa Karelia-ammattikorkeakoulun opinnäytetyötä tapahtuman järjestämisestä.

Kiitämme ajastanne!

Lisätietoja voi tiedustella seuraavilta henkilöiltä:

Janne Kõnttä  
Janne.Kõntta@edu.karelia.fi  
Opiskelija

Jussi Nevalainen  
Jussi.Nevalainen@edu.karelia.fi  
Opiskelija

Tuula Ikonen  
Tuula.Ikonen@karelia.fi  
Opettaja