

Heidi Käyhkö

# Rekrytointi- ja verkostoitumistapahtuman onnistuminen ja kehittäminen

Opinnäytetyö

Liiketalous, johdonassistenttityön ja kielten koulutusohjelma

2019



**Kaakkois-Suomen  
ammattikorkeakoulu**

Tekijä/Tekijät	Tutkinto	Aika
Heidi Käyhkö	Tradenomi (AMK)	Helmikuu 2019
<b>Opinnäytetyön nimi</b>  Rekrytointi- ja verkostoitumismessujen onnistuminen ja kehittäminen		
<b>Toimeksiantaja</b>  Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu		
<b>Ohjaaja</b>  Päivi Korhonen		
<b>Tiivistelmä</b>  <p>Opinnäytetyön tutkimuskohteena oli Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun Kouvolan kampuksella järjestetty rekrytointi- ja verkostoitumismessut. Tämän laadullisen opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää, miten tapahtumaa voitaisiin kehittää sekä mitkä alueet koettiin onnistuneiksi ja missä epäonnistuttiin. Tutkimuksen avulla haluttiin saada aikaan teos, johon toimeksiantaja pystyy palaamaan seuraavina vuosina samaa tapahtumaa järjestettäessä. Tutkimusongelmaa tarkasteltiin kolmen tutkimuskysymyksen avulla, jotka ohjasivat tutkimusta. Tutkimuskysymykset koostuivat onnistuneen tapahtuman järjestämisestä, tapahtuman epäkohtien osoittamisesta sekä parannusehdotuksista.</p> <p>Opinnäytetyö on toteutettu kvalitatiivisena eli laadullisena tutkimuksena. Tutkimusmenetelmänä käytettiin laadullisen tutkimuksen keinoista teemahaastattelua sekä havainnointia. Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys koostuu tapahtuman järjestämisen edellytyksistä, onnistuneen tapahtuman elementeistä, toteuttamisprosessista sekä jälkitoimista. Teoreettinen viitekehys on suunniteltu niin, että se tukee tutkimusta ja antaa oleelliset tiedot tutkittavasta aiheesta. Tietopohjana on käytetty alan kirjallisuutta, internetaineistoa ja uusimpia tutkimuksia. Tapahtuman järjestäminen on paljon tutkittu aihe ja siitä on tehty monia opinnäytetöitä, joita pystyttiin käyttämään apuna työssä.</p> <p>Tutkimustulosten perusteella tapahtuman järjestämisessä tärkeintä on suunnittelu. Kävi ilmi, että ilman tarkkaa suunnittelua ja vastualueiden jakamista on mahdotonta saada aikaan onnistunutta tapahtumaa. Rekrytointi- ja verkostoitumismessut koettiin tarpeelliseksi ja kokonaisuudessaan onnistuneeksi tapahtumaksi. Kehitettävää kuitenkin löytyi ensimmäistä kertaa järjestettävästä tapahtumasta. Opinnäytetyöstä saatiin rakennettua tarpeellinen tuotos toimeksiantajalle, johon voidaan palata seuraavana vuonna.</p>		
<b>Asiasanat</b>  tapahtuman järjestäminen, rekrytointimessut, laadullinen tutkimus, tapahtuma		

Author (authors)	Degree	Time
Heidi Käyhkö	Bachelor of Business Administration	February 2019
<b>Thesis title</b>		44 pages 3 pages of appendices
Success and development of recruitment and networking fair		
<b>Commissioned by</b>		
South-Eastern Finland University of Applied Sciences – Xamk		
<b>Supervisor</b>		
Päivi Korhonen		
<b>Abstract</b>		
<p>The target of the thesis was the recruitment and networking fair organized by South-Eastern Finland University of Applied Sciences – Xamk. The objective of this qualitative thesis was to find out how the event could be developed and which areas were successful and which areas failed. With the research, the author aimed to create a source that the commissioner can utilize in the following years when organizing the same event. The research problem was examined through three research questions that guided research. The research questions consisted of organizing a successful event, identifying the problems of the event, and suggestions for improvement.</p> <p>The thesis was implemented as a qualitative study. The qualitative research method which was used in this research was semi-structured interview and observation. The theoretical background of this thesis consists of the conditions for organizing the event, the elements of a successful event, the implementation process and after measures. The information is based on literature in the field, online material and recent research. Organizing an event is a widely studied topic and it was possible to consult many earlier theses.</p> <p>Based on the research results, planning is the most important factor in organizing the event. It turned out that without accurate planning and division of responsibilities it is impossible to organize a successful event. The recruitment and networking fair was useful to all parties and was seen as a successful event. However, there were some improvements that needs to be done for next year. This thesis is profitable for the commissioner who can return to the thesis whenever information about the event is needed.</p>		
<b>Keywords</b>		
event planning, recruitment fair, qualitative study, event		

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
2	ONNISTUNUT TAPAHTUMA .....	8
2.1	Strategiset kysymykset .....	9
2.2	Operatiiviset kysymykset .....	10
2.3	Onnistumisen mittaaminen .....	13
3	TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN.....	14
3.1	Tapahtuman suunnittelu .....	15
3.1.1	Budjetti.....	15
3.1.2	Turvallisuus, luvat ja ilmoitukset .....	16
3.1.3	Tiedottaminen ja markkinointi .....	18
3.2	Toteutus.....	19
3.3	Jälkimarkkinointi .....	20
4	TUTKIMUSMENETELMÄ JA AINEISTON HANKINTA.....	22
4.1	Laadullinen tutkimus .....	22
4.2	Aineiston hankinta ja analysointi .....	24
5	TUTKIMUS TULOKSET .....	25
5.1	Ennen tapahtumaa .....	25
5.2	Tapahtuman aikana .....	27
5.3	Tapahtuman jälkeen .....	29
5.4	Onnistumiset ja epäonnistumiset .....	31
5.5	Havainnointi .....	33
6	JOHTOPÄÄTÖKSET .....	35
7	POHDINTA .....	38
7.1	Tutkimuksen luotettavuus ja pätevyys .....	39
7.2	Tutkimuksen hyöty toimeksiantajalle .....	40
7.3	Oman oppimisen arviointi .....	41
	LÄHTEET.....	42

## KUVALUETTELO

## LIITTEET

Liite 1. Haastattelukysymykset

Liite 2. Tapahtuman aikataulu

## 1 JOHDANTO

Tämän laadullisen opinnäytetyön tarkoituksena on kerätä tapahtuman osallistujien ja järjestäjien mielipiteitä kyseisen tapahtuman toimivuudesta, epäkohdista ja onnistumisesta. Tarkoituksena on selvittää, kuinka järjestetään onnistunut tapahtuma ja mitä kehitystarpeita siinä on seuraavaa vuotta varten. Työn teoreettinen viitekehys koostuu tapahtuman järjestämisestä, onnistuneen tapahtuman elementeistä, toteuttamisprosessista sekä jälkitoimista. Tutkimuksessa tietopohjana on käytetty alan kirjallisuutta, internetaineistoa ja uusimpia tutkimuksia. Tapahtuman järjestäminen on paljon tutkittu aihe ja siitä on tehty monia opinnäytetöitä, joita voidaan käyttää apuna työssä.

Verkostoitumisen tarkoitus kasvaa työelämässä entisestään. Verkostoituminen voi olla monille suomalaisille hankalaa, eikä tiedetä, missä verkostoja voidaan muodostaa. (Kallunki 2016.) Verkostojen ja verkostoitumistapahtumien avulla opiskelijat pystyvät luomaan verkostoja ja löytämään harjoittelupaikkoja, opinnäytetyöaiheita sekä mahdollisia valmistumisen jälkeisiä työpaikkoja. Opiskelijoiden kannattaa osallistua tällaisiin tapahtumiin, sillä verkostojen merkitys tänä päivänä työelämässä on erityisen suuri. (Viitaniemi 2017.) Osana kansainvälistä yrittäjyysviikkoa järjestettävä rekrytointi- ja verkostoituspäivä on juuri tällainen tapahtuma, joka auttaa opiskelijoita ja yrityksiä verkostoitumaan ja löytämään toisensa.

Global Entrepreneurship Week (GEW) on kansainvälinen yrittäjyysviikotapahtuma. Tapahtumaa järjestetään 12. – 16.11.2018 välisenä aikana ympäri Suomea, ja sen pääkoordinaattorina Suomessa toimii Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu (XAMK). Suomessa viikon pääteemana on yrittäjyyteen kasvattaminen. GEW-viikon tarkoituksena on inspiroida ja innostaa yrittäjyyteen, lisätä tietoisuutta yrittäjyydestä sekä yrittäjyyden tuomista mahdollisuuksista. Yhteistyökumppaneita tapahtumassa on muun muassa Suomen yrittäjät ja valtakunnallinen YES-verkosto.

Osana kansainvälistä yrittäjyys tapahtumaa (GEW) Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu järjestää ensimmäistä kertaa rekrytointimessut ja myynnin päivän Kouvolan ja Kotkan kampuksilla. Tapahtumaa Kouvolan kampuksella on järjestämässä opettajat sekä myynnin ja markkinoinnin koulutuksen opiskeli-

jat. Tarkoituksena on tehdä tästä jokavuotinen tapahtuma. Tässä opinnäytetyössä keskitytään Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun Kouvolan kampuksella järjestettävään rekrytointi- ja verkostoitumistapahtumaan, jotka ovat 15.–16.11.2018. Sama tapahtuma Kotkan kampuksella on 13–14.11.2018. Rekrytointi ja verkostoitumistapahtumassa kootaan yhteen yritykset, opiskelijat, opettajat ja TKI-asiantuntijat. Tapahtuma on loistava mahdollisuus verkotoitua ja luoda kontakteja. Päivien tavoitteena on yhdistää yritykset, niiden tarpeet ja tulevaisuuden osaajat. Messuilla teemana on myynti- ja markkinointi. Pääpuhujana tapahtumassa on Mika D. Rubanovitsch, joka on yksi Suomen johtavia myyntivalmentajia.

Johdon assistenttityö ja kielenkoulutusohjelman ammatillisiin opintoihin kuuluu osana tapahtuman järjestäminen ja suunnittelu. Opinnäytetyöaihetta valittaessa on pyritty keskittymään aiheeseen, jossa pystytään hyödyntämään suoritettuja opintoja sekä kehittämään taitoja tapahtuman järjestäjänä. Olen osallistunut edellisenä vuonna vastaavanlaiseen tapahtumaan (International week), joka järjestettiin Kouvolan kampuksella. Tämän kaltaisen tapahtuman järjestäminen vaatii paljon suunnittelua ja yhteistyötä. Kaikki ei välttämättä mene aina suunnitelmien mukaan tai jotain on unohdettu ottaa huomioon. Opinnäytetyön aiheita valitessani mietin rekrytointi- ja verkostoitumistapahtuman merkitystä opiskelijoille ja olin sitä mieltä, että se on tarpeellinen ja hyvä mahdollisuus luoda verkostoja ja sitä kautta saada jopa työpaikkoja. Näin olen valitsin rekrytointi- ja verkostoitumismessut opinnäytetyön aiheekseni, sillä halusin olla mukana kehittämässä hyödyllistä tapahtumaa.

Opinnäytetyön aiheena on rekrytointi- ja verkostoitumistapahtuman kehittäminen ja onnistuminen. GEW-viikosta, niin kuin rekrytointi- ja verkostoitumistapahtumastakin on aikomus tehdä jokavuotinen tapahtuma, joten tavoitteena on saada selville, mitkä asiat tapahtuman aikana onnistuivat, oliko tapahtuma tarpeellinen, miten tapahtuma kokonaisuudessaan onnistui sekä miten sitä voidaan kehittää seuraavia vuosia ajatellen. Aikomuksena on saada aikaan kehittämis ehdotuksia ja kartoittaa epäonnistumisen ja onnistumisen alueet. Tavoitteena on saada aikaan opinnäytetyö, jota voidaan käyttää hyödykseen seuraavina vuosina, kun tapahtumaa aletaan suunnittelemaan ja järjestämään. Tavoitteisiin pääsemiseksi tutkimuksessa hankin teoriapohja aiheelle ja suoritan tutkimuksen laadullisena tutkimuksena. Osallistun itsetapahtumaan ja

havainnoin sitä paikan päällä. Henkilökohtaisesti en itse siis osallistu tapahtuman järjestämiseen, vaan osallistun tilaisuuteen havainnoimalla tätä opiskelijan näkökulmasta. Opinnäytetyön tiedonkeruuta varten haastattelen tapahtumaa järjestäviä ihmisiä sekä yrityksiä, jotka osallistuvat tapahtumaan. Haastattelujen ja havainnoinnin avulla pystytään vertaamaan tapahtuman tavoitteita, tutkimustuloksia sekä tietopohjaan perustuvaa tietoa. Toimeksiantajana opinnäytetyössä toimii Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu XAMK.

Tutkimuskysymykset:

- Kuinka järjestää toimiva ja onnistunut tapahtuma?
- Mitä epäkohtia tapahtuman aikana ja järjestelyistä löytyi?
- Kuinka rekrytointi- ja verkostoitumistapahtumaa voidaan parantaa?

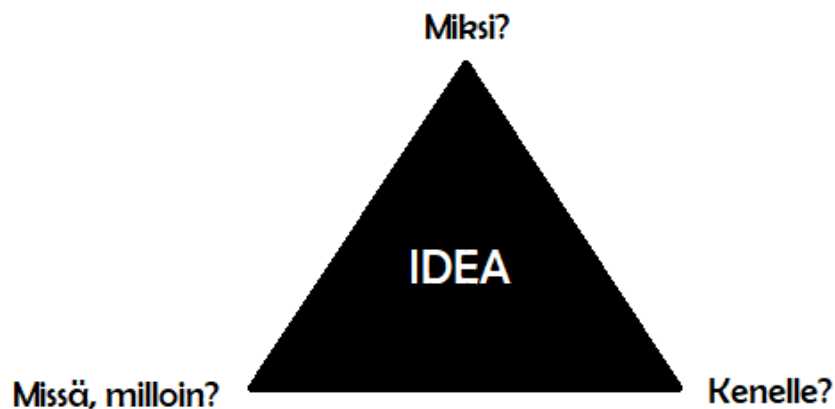
## **2 ONNISTUNUT TAPAHTUMA**

Tämän luvun kuvaus onnistuneesta tapahtumasta perustuu Vallon ja Häyrisen (2016, 121–122) pohdintoihin. Onnistuneen tapahtuman voi tuntea. Toimivista järjestelyistä sekä ohjelmasta syntyvä hyvä tunnelma tarttuu niin järjestäjään kuin vieraaseenkin. Onnistuneessa tapahtumassa teema ja idea näkyvät ja konkretisoituvat läpi tapahtuman. Sekä tunne että sisältö tulee olla kohdallaan, kun halutaan tapahtuman onnistuvan. Tunnelman luominen onnistuneessa tapahtumassa on erityisen tärkeää, sillä pääosin vieraat saavat tapahtumasta vain kokemuksen. Tästä syystä jokaisella on oma mielipiteensä tapahtuman onnistumisesta, eikä onnistumista jokaisen kohdalla voida etukäteen varmistaa. Koskaan ei voi tietää, mitä tapahtuman aikana voi sattua, joten onnistunut tapahtuma edellyttää järjestäjiltä huolellista paneutumista. Hyvällä suunnitelmalla ja valmistautumisella voidaan minimoida riskit ja pitää tapahtuman kaassa. Ennen tapahtuman suunnittelua järjestäjän tulisi vastata muutamiin kysymyksiin, jotta saadaan aikaan onnistunut tapahtuma. Kysymyksiä ovat strategiset ja operatiiviset kysymykset, joita käsitellään tässä luvussa. Yhdessä strategiset ja operatiiviset kysymyksen muodostavat Vallo ja Häyrisen kirjan mukaan (2016, 127) onnistuneen tapahtuman mallin.



## 2.1 Strategiset kysymykset

Onnistuneen tapahtuman järjestäminen vaatii paljon suunnittelua. Käytännön suunnitelmia ei kuitenkaan kannata alkaa tekemään ennen vastauksien saamista strategisen kolmion kysymyksiin. Strategisen kolmion kysymyksiä ovat: miksi tapahtuma järjestetään, kenelle järjestetään, ja mitä järjestetään? (Kuva 1).



Kuva 1. Strategisen kolmion kysymykset (mukailtu Vallo & Häyrinen 2016)

Yksinkertainen kysymys, johon tapahtumanjärjestäjä voi vastata: miksi tapahtuma järjestetään? Kysymys miksi, antaa tapahtumalle perimmäisen tarkoituksen, joten tapahtuman suunnittelu tulisi rakentaa tämän kysymyksen ympärille ja tavoitteiden tulisi olla kirkkaana mielessä suunnitelmien edetessä. (Vallo & Häyrinen 2016, 122.) Hyvä idea tapahtumalle jalostuu konkreettisiksi tavoitteiksi (Liskola-Kesonen 2004, 9). Kun mietitään kysymystä miksi, tulisi järjestäjän samalla asettaa tapahtumalle selkeät tavoitteet. Tavoitteet voivat olla esimerkiksi taloudellisia, kilpailullisia tai imagollisia. Näin huolellisesti mietityt ja asetetut tavoitteet saavutetaan todennäköisemmin. (Liskola-Kesonen 2004, 9.)

Kohderyhmän rajaaminen täytyy tehdä heti suunnittelujen alussa. Kun kohderyhmä on tiedossa, saadaan selville vieraiden tarpeet ja odotukset. Pystytään siis kehittämään heidän halujen ja mielenkiinnon mukaan tapahtuman ohjelma sekä markkinoimaan oikeissa lähteissä. (Silvers 2012, 10, 38.) Kohderyhmän rajaamisella vastataan siis kysymykseen: kenelle tapahtuma järjestetään. Jokaista kohderyhmää puhuttelee erityyppinen tapahtuma. Täytyy siis miettiä, ovatko kohderyhmänä esimerkiksi herrasmiehet, keski-ikäiset naiset vai jouk-

ko nuorisoa. On erittäin tärkeää muistaa, että tapahtuma järjestetään nimenomaan tälle tietylle kohderyhmälle ja heidän mieltymyksiensä mukaan. (Vallo & Häyrinen 2016, 145–148.)

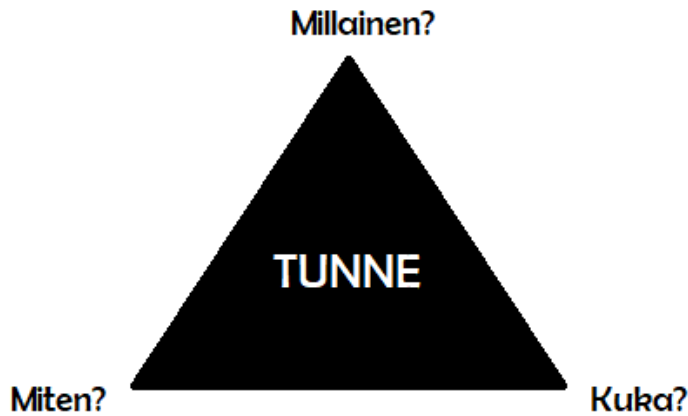
Missä ja milloin? Tällä kysymyksellä kartoitetaan tapahtuman lähtökohdat. Tapahtumapaikan valinta on merkityksellinen tapahtuman onnistumisen kannalta. Tapahtumapaikkana voi toimia mikä tahansa tila. Paikkaa valittaessa täytyy ottaa huomioon tilaisuuden luonne ja osallistujat. Esimerkiksi arvokkaan tilaisuuteen tulisi valita arvokas tapahtumapaikka. Tapahtumapaikalla tuetaan tapahtuman ideaa ja tarkoitusta (Vallo & Häyrinen 2016.) Tilan valinta on tilaisuuden toimivuuden kannalta yksi tärkeimmistä tekijöistä. Valintaan vaikuttavat sijainti, budjetti sekä henkilömäärä. Liian ahdas tila on epämiellyttävä, kun taas liian suuri tila voi vaikuttaa tyhjältä ja kolkolta. (Tapahtuman järjestäjän muistilista – näin syntyy onnistunut tilaisuus; Väänänen 2018.)

Tapahtuman ajankohta kannattaa kiinnittää huomiota, sillä ajankohta voi vaikuttaa oleellisesti osallistujamäärän. Catanin (2017, 42) mukaan ajankohtaa valittaessa täytyy miettiä, kuinka tärkeää tapahtuma on pitää juurikin kyseisenä päivänä vai onko ajankohtaa valittaessa joustovaraa. Huomioon täytyy ottaa myös muut samana päivänä tai samalla viikolla järjestettävät tapahtumat. Päällekkäiset tapahtumat voivat vähentää osallistujia määrää. (Catani 2017, 42.) Mikäli tapahtuma on asialuontoinen ja työhön liittyvä tapahtuma, kannattaa silloin välttää viikonloppuja ja lomaviikkoja. Osallistujilla on viikonloppuisin helposti muita suunnitelmia. Tämän kaltaiset tapahtumat kannattaakin sijoittaa keskelle viikkoa, kun taas esimerkiksi konsertit viikonlopulle, silloin kun ihmiset ovat vapaalla. (Vallo & Häyrinen 2016, 174–175.) Jos tapahtuma perustuu tietyn henkilön läsnäoloon, esimerkiksi pääpuhujaan tai esiintyjään, niin aika-aulut hyvin usein laaditaan heidän mukaansa. Näin varmistetaan, että kyseinen henkilö pääsee paikalle ja itse tapahtuma saadaan järjestettyä. (Catani 2017, 42–43.)

## **2.2 Operatiiviset kysymykset**

Vallon ja Häyrisen mukaan (2016) edellytyksenä onnistuneelle tapahtumalle on miettiä vastaukset strategisiin kysymyksiin. Näihin kysymyksiin vastaamalla muodostetaan tapahtuman idea. Kun idea on selvillä, voidaan alkaa ranken-

tamaan itse tapahtumaa ja vastaamaan operatiivisiin kysymyksiin. Operatiiviset kysymykset koskevat tapahtuman toteuttamista. Miten tapahtuma järjestetään, millainen ohjelma tapahtumassa on ja kuka toimii isäntänä? (kuva 2.)



Kuva 2. Operatiivisen kolmion kysymykset (mukailtu Vallo & Häyrinen 2016)

Jokaisessa tapahtumassa on poikkeuksetta jonkinlaista ohjelmaa tai tekemistä. Oli se sitten yksinkertaista verkostoitumista muiden vieraiden kanssa tai eleganttia oopperaa. Asiakkaiden tulee saada tapahtumasta vastinetta rahoilleen ja ajalleen, joka saadaan ohjelman sekä sisällön kautta. (Silvers 2012, 17–18.) Laadukkaan ohjelman sisältö on selkeä ja tarkkaan rajattu. Onnistunut tapahtuma on sellainen, jossa vieras ymmärtää, mitä tapahtuu ja mitä tapahtumalla halutaan saavuttaa. (Catani 2017, 22.) Tapahtuman sisältöä miettiessä kohderyhmän huomioiminen on erityisen tärkeää. Tapahtumanjärjestäjän tulee tuntea yleisönsä ja valita ohjelma sen mukaan. Kohderyhmän voi myös valita ohjelman mukaan. Tilaisuuden tulee kuitenkin olla suunnattu ja suunniteltu juuri oman kohderyhmänsä mieltymysten mukaan, jotta tapahtuma olisi menestys. (Vallo & Häyrinen 2016, 126).

Tapahtuma voi olla sisällöltään aistimuksellinen, yhteisöllinen tai hyödyllinen. Ohjelmallisuus ja viihteellisyys ovat pääasia aistimuksellisissa tapahtumissa, kun taas hyötytapahtumissa korostuu oppiminen ja verkostoituminen. Yhteisöllisessä tapahtumassa pääasiana on osallistujien vuorovaikutus keskenään. (Catani 2017, 22.) Tapahtuman ohjelma ja sisältö määräytyy tapahtuman tavoitteiden, kohderyhmä sekä viestin perusteella, mikä tapahtumalla halutaan antaa. (Vallo & Häyrinen 2016, 126).

Operatiivisen kolmion kysymyksellä miten, vastataan siihen, kuinka tapahtuma toteutetaan niin, että tavoitteet saavutetaan ja viesti saadaan välitetyksi. Tapahtuman järjestämisprosessissa on kolme vaihetta: suunnitteluvaihe, toteutusvaihe ja jälkimarkkinointivaihe. (Vallo & Häyrynen 2016, 125). Nämä vaiheet käydään läpi luvussa 3 Tapahtuman järjestäminen.

Määrittämällä projektipäällikkö sekä muu henkilökunta, saadaan vastaus operatiivisin kolmion kysymykseen kuka. Projektipäällikkö eli tapahtumantuottaja on tapahtuman tärkein ja keskeisin henkilö. Jokaisessa tapahtumassa on joku päätöstentekijä ja johtaja. Tämä henkilö on projektipäällikkö. (Isaac) Projektipäällikkö johtaa projektia, vastaa suunnitelman syntymisestä, tuotannosta, alihankkijoita, seurannasta ja toteutuksesta. Projektipäällikkö myös johtaa tiimiä, jonka kanssa hän työskentelee. Hänen täytyy osata delegoida, raportoida sekä tehdä päätöksiä projektiin liittyvistä asioista. Projektipäällikkö pystyy erottamaan omat mieltymyksensä tapahtuman tarpeista. Hänen tulee tietää koko ajan, missä mennään, eikä hän ota itselleen tapahtuman aikana työtehtäviä, vaan hän ohjaa ja seuraa muiden tekemistä. (Vallo & Häyrynen 2016). Tapahtuman onnistuminen riippuu hyvin paljon projektipäälliköstä. Jonkun on pidettävä langat käsissään ja ohjata tiimiä, jotta saadaan aikaan toimiva kokonaisuus. Projektipäällikön tehtävä on siis haastava ja hermoja vaativa, mutta välttämätön. (Isaac)

Tapahtumien suunnitteluun ja järjestämiseen liittyvä työn määrä vaihtelee tapahtuman luonteen ja koon mukaan (Isaac). Projektipäällikkö tarvitse ympärilleen tiimin ihmisiä, jotta kaikki tarpeelliset asiat saadaan aikaiseksi. Tiimin jäsenet voivat osallistua kokopäiväiseen, osa-aikaiseen, urakointiin tai vapaaehtoiseen toimintaan. Tapahtumanjärjestäjien täytyy myös miettiä sitä, mistä saadaan tapahtumaan työntekijöitä ja ammattilaisia. Saadaanko työntekijät oman organisaation sisältä vai vuokrataanko työntekijöitä jonkin toisen firman kautta? Työntekijöitä voidaan myös hankkia yhteistyökumppaneiden kautta. (Silvers 2012, 45.) Onnistuneessa tapahtumassa eri henkilöt on nimetty eri tehtäviin ja kaikki tietävät omat vastualueensa. Projektipäällikön tehtävänä on jakaa vastuut ja pitää huoli, että kaikki ovat ajan tasalla. (Vallo & Häyrynen 2016, 271.)

## 2.3 Onnistumisen mittaaminen

Tapahtuman onnistumisen arvioiminen alkaa jo tapahtumahetkellä. Ohjelman aikana selviää reaaliaikaisesti suurin osa asioista, jotka voidaan seuraavalla kerralla tehdä paremmin ja asiat, joista vieraat selkeästi pitävät. Onnistumista voidaan mitata yksinkertaisella kysymyksellä: onko asetetut tavoitteet saavutettu? Toinen yksinkertainen onnistumisen arviointi keino on vastata kysymyseen: onko meillä hauskaa? Etenkin sisällöltään aistimuksellisissa tapahtumissa kysymys ”onko meillä hauskaa?” on kaikista tärkein onnistumisen mittari. Usein jo saman tien tapahtuman loputtua tapahtuman järjestäjät pystyvät kertomaan, kuinka hyvin tai huonosti tapahtuma on onnistunut. (Catani 2017, 130.)

Catanin (2017) teoksen mukaan tapahtuman käytännönjärjestelyiden onnistumista voidaan tarkastella ohjelman, budjetin ja tekemisen näkökulmasta. Kuinka ohjelma ja tunnelma ovat uponneet ja välittyneet osallistujille ja mitä osallistuja ovat saaneet irti tapahtumasta? Onnistumisen mittaaminen budjetin näkökulmasta on varsin yksinkertaista. Valvotaan budjetissa pysymistä ja jos siinä ei ole pysytty, niin mistä se on johtunut. Onnistumista mitatessa mielipiteitä tulee tarkastella kaikkien tahojen osalta, jotka ovat olleet mukana tapahtumassa, eikä vain järjestäjien näkökulmasta. Henkilökunta, vieraat ja sponсорit näkevät ja kokevat tapahtuman eri tavalla, joten yhdestä näkökulmasta onnistumisen arvioiminen jää helposti puutteelliseksi ja yksipuoliseksi. (Shone & Parry 2004, 220.) Nykyisin sosiaalisessa mediassa jaettu palaute ja jaettu sisältö yleensäkin ovat hyvin tärkeä palautekanava. Voidaan tarkastella, kuinka paljon vieraat jakavat osallistumisestaan sosiaalisen median kanavissa. Onnistuneesta tapahtumasta halutaan jakaa kuvia ja fiiliksiä, kun taas epäonnistuneeseen tapahtumaan osallistumisesta harvoin kerrotaan omissa sosiaalisen median kanavissa. Spontaani palaute tapahtuman aikana ja myös sen jälkeen kertoo hyvinkin paljon onnistumisesta. Jos vieraat lähtevät tapahtumasta kiitellen ja hymyssä suin, niin silloin tiedetään onnistuneen. (Catani 2017, 135–137.)

Tavoitteet ovat yleisesti onnistumisen kriteereitä. Kun mietitään etukäteen, missä ja miten halutaan onnistua, niin useasti tavoitteisiin palaamalla saadaan vastaus näihin kysymyksiin. Onnistuminen voi myös olla jotain, mitä ei alussa

osattu odottaa, joten onnistumisen kriteerit voivat myös tapahtuman aikana muuttua. (Menetelmäblogi s.a.) Onnistumisen mittaamisen avulla saadaan tietoon ne asiat, jotka ovat onnistuneet tapahtumassa ja jotka eivät ole onnistuneet. Näin saadaan myös tietoon, kuinka hyvin tapahtuma on vastannut odotuksia. Tärkein idea kuitenkin tapahtuman arvioimisessa ja onnistumisen mittaamisessa on saada tärkeää tietoa tulevaisuutta ja seuraavia tapahtumia varten. Näin tapahtumia pystytään kehittämään ja oppimaan edellisten vuosien virheistä. (Shone & Parry 2004, 220–223.)

### **3 TAPAHTUMAN JÄRJESTÄMINEN**

Mikään tapahtuma ei synny yhdessä yössä. Onnistunut tapahtuma vaatii paljon suunnittelua ja aikaa valmistautua.

Liskola-Kesonen (2004, 8) mieltää tapahtuman järjestämisen tyypilliseksi projektityöksi. Tapahtumalla tulee olla selkeät tavoitteet ja oma aikataulunsa, jotta suuri työmäärä etenee johdonmukaisesti. Tapahtuman etenee vaiheittain kuten projekti. Kun tapahtuman idea on selkeä, niin voidaan aloittaa suunnittelu ja järjestelyt idean ympärille. Vallo ja Häyrinen (2016, 189) on jakanut tapahtumaprosessimallin kolmeen osaan, jotka ovat suunnitteluvaihe, tapahtuman toteutus ja jälkimarkkinointi. Ennen suunnitteluvaihetta tulee kuitenkin tapahtuman tavoitteiden olla selvät ja mitattavissa. Liskola-Kesonen (mts, 12) tapahtumaprojektin vaiheissa tavoitteiden määrittely on jopa laskettu omaksi vaiheekseen. On tärkeää, että kaikki tapahtumaa järjestävät henkilöt ovat tietoisia tavoitteista. Tavoitteet kertovat, miksi tapahtumaa järjestetään ja kenelle se on suunnattu. Selkeiden tavoitteiden ja huolellisen suunnittelun avulla tapahtumalla on suuremmat mahdollisuudet onnistua. Usein tapahtuman tavoitteiden miettimiseen käytetään liian vähän aikaa. Ilman kunnollisia tavoitteita onnistumisen arviointi on jälkikäteen mahdotonta, kun ei tiedetä, mitä tavoiteltiin. Mitattavilla tavoitteilla pystytään arvioimaan tapahtuman onnistumista. (Vallo & Häyrinen 2016, 132–133.)

Tässä opinnäytetyössä käytetään Vallon ja Häyrisen (mts. 12) tapahtumaprosessinmallia, jotka olen eritellyt seuraavissa luvuissa.

### 3.1 Tapahtuman suunnittelu

Selkeiden tavoitteiden ja idean määrittelyn jälkeen on tapahtumaprosessimallissa seuraavana suunnitteluvaihe. Tapahtuman järjestämisessä sanonta ”hyvin suunniteltu on puoliksi tehty” on hyvin osuva ja paikkaansa pitävä ohje. Suunnittelu on prosessimallin pisin ja aikaa vievin vaihe. Mitä laajempi tapahtuma on, sitä enemmän aikaa se vie. Tapahtumanjärjestäjän tulee siis olla aikaisin liikkeellä. (Vallo & Häyrynen 2016, 191–192.) Suunnittelun avulla löydetään keinot, joilla päästään tavoitteisiin ja saadaan aikaan onnistunut tapahtuma. Selkeällä suunnitelmalla saadaan aikaan tehokasta toimintaa, ja se helpottaa tiimin johtamista.

Vallon ja Häyrysen (2016) teoksesta tutut strategiset kysymykset ovat osa tapahtuman suunnittelua. Näihin kysymyksiin vastaamalla saadaan tietoon tapahtumapaikka ja aika, kohderyhmä, tarkoitus ja henkilökunta. Strategiset kysymykset on selitetty tässä opinnäytetyössä aiemmin luvussa 2. Tapahtumaa suunniteltaessa tulisi myös miettiä tapahtuman aikataulu, projektin budjetti sekä resurssit. Tapahtumasuunnitelma kertoo, millä toimenpiteillä tapahtuma saadaan aikaan ja ketkä sitä ovat rakentamassa. Suunnitteluvaiheessa tulee myös jakaa vastuualueet sekä miettiä turvallisuusasiat, tarpeelliset luvat ja ilmoitukset kuntoon. Ennen tapahtuman toteutusta on siis kyettävä miettimään tapahtuman kulku kokonaisuudessaan alusta loppuun. Tällä tavoin pystytään jo etukäteen kartoittamaan mahdollisia riskejä sekä ennaltaehkäisemään niitä. (Liskola-Kesonen 2004, 8–9.)

#### 3.1.1 Budjetti

Tapahtuman suunnittelemisen alkuvaiheessa on välttämätöntä tehdä tapahtumalle budjetti. Budjetin määrittäminen antaa tapahtumansuunnittelulle raamit ja sen ympärille tapahtumaa on viisasta rakentaa, kun tiedetään, kuinka paljon rahaa on käytettävissä. (Billette s.a.) Budjettia tehdessä tulee miettiä kaikkia asioita, jotka voivat mahdollisesti aiheuttaa kustannuksia. Sisällyttämällä budjettiin tapahtuman kaikki osat, saadaan tarkempi tieto siitä, kuinka paljon rahaa on käytettävissä mihinkin osaan tapahtumaa. Budjettia tehdessä on aina parempi aliarvioida tulot ja yliarvioida menot. Tällä tavalla voidaan varautua yllättäviin vastoinkäymisiin. Esimerkiksi jos huonon sään vuoksi vierai-

den määrä on jäänyt alle toivotun määrän, eikä pääsylipputuottoja ole saatu odotetusti. (Colston 2018.) Kun laskelmat on tehty tarkasti ja realistisesti jo alusta alkaen ja hinnat varmistettu etukäteen, on budjetissa pysyminen mahdollista. Turha sooloilu ei kannata, mutta budjettia voidaan muuttaa tapahtuman edetessä, sillä tapahtuman suunnitteleminen ja rakentaminen ovat elävä projektin ja täten budjettikin voi muuttua matkan varrella. (Catani 2017, 24.)

Silversin (2012) teoksen mukaan tapahtumaa järjestettäessä kaikki maksaa jotakin. Harvoin saa mitään ilmaiseksi ja vapaaehtoisten työntekijöidenkin käyttäminen voi aiheuttaa kuluja, kuten heidän ruokailunsa ja virvokkeet. Billetto (s.a.) blogi on listannut tyypillisiä asioita, jotka tulisi ottaa huomioon budjettia rakentaessa. Näitä tyypillisiä asioita ovat tarjoilu, koristeet, tarvittavat laitteet, esiintyjien palkat, vakuutukset, markkinointi, kuljetukset tapahtumapaikalle ja itse tapahtumapaikan vuokratulot. Budjetti laaditaan kuitenkin aina tapahtuman mukaan ja omien resurssien puitteissa. Jos tapahtumia järjestetään esimerkiksi yrityksen omissa tiloissa, niin silloin kiinteitä kustannuksia (kuten vuokra) voidaan jättää pois budjetista (Catani 2017, 24).

Tarjouspyynnöillä ja kilpailuttamisella voidaan säästää paljon rahaa budjettia tehdessä. Tarjouksia kannattaa pyytää monilta eri toimijoilta. Tarjouspyynnöt ja tarjoukset kannattaa suunnitella huolellisesti. Usein suurimmat yllätykset budjetissa johtuvat huolimattomasti tehdyistä tarjouspyynnöistä. Tapahtuman järjestäjän ja palvelun tarjoajan kesken tulee helposti erimielisyyksiä sopimuksen ehdoista, ellei niitä ole laadittu tarpeeksi yksityiskohtaisesti. Yllättäviä lisämenoja voivat olla myös alakanttiin arvioitu työmäärä, mikä voi lisätä runsaasti henkilöstökuluja. Budjetin tekemisessä tulee olla tarkkana ja suunnitella se tarkkaan. Halvempia vaihtoehtoja kannattaa etsiä ja vaihtoehtoja tarkkailla, jotta pysytään budjetissa. Omasta yrityksestä ja organisaatiosta voi löytyä hyviä tapahtumapaikkoja ja jopa esiintyjä, joita kannattaa käyttää hyväkseen. (Catani 2017, 24–26.)

### **3.1.2 Turvallisuus, luvat ja ilmoitukset**

Erilaisten yleisötilaisuuksien kuten tapahtumien järjestämisessä on otettava huomioon monia asioita, kuten turvallisuus ja erilaisten lupien ja ilmoitusten tekeminen. Poliisin (2016) mukaan yleisötilaisuudet ovat yleisölle avoimia ta-



pahtumia, kilpailuja, näytöksiä ja muita tilaisuuksia, joihin ei vaadita nimenomaista kutsua tai kuulumista tiettyyn yhteisöön. Ennen tapahtuman käytännönjärjestelyitä kannattaa tarkistaa, ovatko kaikki tarpeelliset ilmoitukset ja luvat kunnossa ja miten ne tehdään. Tietoa tarpeellisista luvista ja ilmoituksista saa esimerkiksi Poliisilta. (Paasonen 2013, 25.)

Kaikki yleisötilaisuudet on järjestettävä rauhanomaisesti sekä osallistujien että sivullisten oikeuksia loukkaamatta ja heidän turvallisuuttaan vaarantamatta. Tilaisuuden tai tapahtuman aikana tulee myös pitää huoli siitä, että kokoontumisesta ei aiheudu haittaa ympäristölle. Yleisötilaisuudessa järjestäjä on vastuussa tilaisuuden turvallisuudesta. Turvallisuutta tapahtuman aikana voidaan parantaa tunnistamalla ja nimeämällä riskit jo suunnitteluvaiheessa. Ajoissa tunnistetut riskit voidaan minimoida ja niihin pystytään varautumaan. Tapahtumajärjestäjän kannattaa aina laatia turvallisuussuunnitelma, josta käy ilmi riskianalyysit, pelastussuunnitelma ja turvallisuusohjeet. Turvallisuussuunnitelman tekeminen ei kuitenkaan ole pakollista jokaisessa tapahtumassa. Suunnitelmavervollisuus on tilaisuuksilla, joissa on vähintään 200 henkilöä, käytetään avotulta, ilotulitteita tai muita pyroteknisiä tuotteita tai silloin kun tapahtuman luonne aiheuttaa erityistä vaaraa ihmisille. Tapahtuman järjestäjää kuitenkin aina sitoo pelastuslaki, joka velvoittaa järjestäjää ehkäisemään vaaratilanteiden syntymistä sekä varautumaan henkilöiden ja ympäristön suojaamiseen. (Paasonen 2013, 25–30.)

Erilaisiin tapahtumiin tarvitaan erilaisia lupia ja niihin vaaditaan erikseen omat ilmoituksensa. Tarpeellisten ilmoitusten tekeminen riippuu tilaisuuden luonteesta ja koosta. Useimmista tapahtumista on tehtävä yleisötilaisuusilmoitus. Yleisötilaisuudesta on ilmoitettava kirjallisesti viisi päivää ennen tapahtumaa, mutta tapahtuman luonteesta ja laajuudesta riippuen ilmoitus kannattaa tehdä heti suunnittelujen alussa. Ilmoitus tehdään poliisille. Ilmoitusta ei kuitenkaan tarvitse tehdä sellaisten yleisötilaisuuksien yhteydessä, joissa on vähäinen määrä osanottajia tai järjestämispaikan vuoksi ne eivät edellytä toimenpiteitä turvallisuuden ylläpitämiseksi taikka erityisiä liikennejärjestelyitä. Poliisin (2016) raportissa eritellyt muut ilmoitukset ovat seuraavan laisia:

- **Meluilmoitus** tehtävä vähintään 30 vuorokautta ennen tilaisuutta, mikäli yleisötilaisuus aiheuttaa häiritsevää melua tai tärinää.

- **Kadunkäyttölupaa** tulee hakea työskenneltäessä kadulla tai muilla yleisillä alueilla.
- **Kuluttajaturvallisuusilmoitus** tehdään, jos tilaisuudesta voi aiheutua vaaraa jonkun turvallisuudella.
- **Vähittäismyyntilupaa** haetaan erityistuotteita kuten tupakkaa myydessä.
- **Anniskelulupaa** haetaan, kun tilaisuudessa halutaan anniskella alkoholia.
- **Jätehuoltosuunnitelma** on laadittava silloin, jos tilaisuudesta kertyy paljon erilaista jätettä.
- **Saniteettitiloista** ilmoittaminen.

### 3.1.3 Tiedottaminen ja markkinointi

Tiedottaminen jaetaan sisäiseen ja ulkoiseen tiedottamiseen. Tiedottaminen tarkoittaa tiedon jakamista ja välittämistä organisaation sisällä ja ulkopuolella. Organisaation sisällä tapahtunut tiedottaminen on sisäistä tiedottamista. Hyvän tiedottamisen avulla kaikki tapahtumaa rakentamassa olevat henkilöt ovat perillä siitä, mitä tapahtuu. Hyvin hoidettu sisäinen tiedottaminen ja viestintä helpottaa henkilökunnan työskentelyä, ja hyvin perehdytetty henkilökunta palvelee asiakkaita paremmin. Sisäistä tiedotusta voidaan tehdä esimerkiksi, tekstiviesteillä, sähköpostilla, infokirjeillä, tiedotetaululla tai vaikka taukopöydän ääressä. Kirjallinen tiedottaminen on kuitenkin aina viisaampaa, sillä asioita helposti unohtuu, kun on paljon muistettavaa samasta tapahtumasta. (Tapiola 2013, 8.)

Ulkoisella tiedottamisella ja viestinnällä tarkoitetaan tiedottamista, joka on suunnattu organisaation ulkopuolelle. Ulkoisen tiedottamisen tarkoituksena tapahtuman järjestämisessä on lisätä tietoisuutta itse tapahtumasta ja organisaation olemassaolosta. Se tukee myös jäsenhankintaa sekä luo kysyntää tapahtumalle. Ulkoisen tiedottamisen ja viestinnän avulla tapahtuman järjestäjät kertovat tapahtumastaan ja pyrkivät vaikuttamaan toimintaympäristöönsä. Ulkoisen tiedottamisen avulla tapahtuma tehdään näkyväksi, siksi se on oleellinen osa tapahtumaa markkinoidessa. (Opintokeskus s.a.) Ulkoinen tiedottaminen tulisi aloittaa mahdollisimman ajoissa ennen h-hetkeä niin, että aikataulut ja esiintyjät on jo lyöty lukkoon. Mahdollisten vieraiden tulee tietää tapahtumasta tarpeeksi ajoissa, jotta he pystyvät tulemaan paikalle ja järjestämään aikaa omasta elämästään tapahtumalle. (Etelä-Pohjanmaan liitto s.a.)

Nykyaikainen markkinointi on asiakaslähtöistä, ja se vaikuttaa kaikkeen toimintaan. Markkinoinnin tehtävänä on selvittää, minkälaisia tuotteita asiakkaat haluavat ostaa ja vastata asiakkaiden tarpeisiin kilpailijoita paremmin. Markkinointi tarkoittaa käytännössä kaikkia toimenpiteitä, joilla vaikutetaan siihen, että asiakas ostaa yrityksen tuotteen. Markkinointi luo kysyntää, hankkii asiakassuhteita ja ylläpitää niitä. (Iiskola-Kesonen 2004, 53) Tapahtumaa markkinoidessa asiakasryhmän rajaaminen eli segmentointi on välttämätöntä. Segmentoinnin avulla pystytään kohdentamaan ohjelma sekä markkinointi oikeille henkilöille ja heidän tarpeidensa mukaan. (Tapio 2013, 7).

Markkinoinnin onnistumista voidaan edistää markkinoinnin kilpailueduilla. Niitä ovat tuote, hinta, saatavuus, ja markkinointiviestintä. Kilpailukeinoista käytetään myös nimitystä 4P:n markkinointimix (product, place, price ja promotion). Tuote on se, mitä asiakkaalle tarjotaan esimerkiksi tavara, palvelu tai toiminta. Tuotteen tai tapahtuman markkinoinnissa tulee ottaa huomioon hinnoittelu ja se tulee olla tasapuolista kaikkia asiakkaita kohtaan. Hinnoittelun tulee myös olla kilpailukykyinen. Tärkeää on myös tuotteen helppo saatavuus, esimerkiksi mistä asiakas voi helposti ostaa lipun tapahtumaan. (Iiskola-Kesonen 2004, 55–56.)

### **3.2 Toteutus**

Perusteellisen suunnitteluvaiheen jälkeen on seuraavana vuorossa itse tapahtuman toteutus. Tapahtuman toteutusvaiheeksi lasketaan ne hetket, jotka laittavat suunnitelman käytäntöön. Jokaisen, joka työskentelee tapahtumassa, on ymmärrettävä oma roolinsa ja tehtävänsä tapahtumaa rakentaessa ja sen toimintavaiheessa. (Vallo & Häyrynen 2016, 198) Tapahtuman alkaessa kaiken on oltava valmiina ja tilaisuutta viedään eteenpäin kuin käsikirjoituksesta. Tapahtuman toteutusvaihe on kaikista lyhyin ja nopein vaihe tapahtuman järjestämisessä. Kun tapahtuma on käynnissä, niin suunnitelman on oltava selvä jokaisella, joka tapahtuman parissa työskentelee. Jos vastualueet ja suunnitelma eivät ole kaikilla hallussa ja ongelmien ilmetessä kukaan ei osaa niitä selvittää, antaa se vieraille kuvan, että tapahtumaa ei ole tehty huolellisesti ja ammattitaidolla. Sekasorto henkilökunnan kesken heijastuu vieraisiin ja koko tapahtuman tunnelmaan. (Silvers 2012, 225–228.)

Vallo & Häyrinen (2016) jakavat tapahtuman toteutuksen kolmeen osaan: rakennusvaiheeseen, itse tapahtumaan ja purkuvaiheeseen. Tapahtuman rakennus on näistä kaikista aikaa vievin vaihe. Rakennusvaiheeseen sisältyy kulissien rakentaminen ja rekvisiittojen valmiiksi laittaminen itse tapahtumaa varten. Yleisemmin ensin rakennetaan valmiiksi tekniikka ja kalusteet, minkä jälkeen päästään somistamaan tapahtumatilaa. Jos tapahtuman rakentamisessa käytetään alihankkijoita, niin heitä on tärkeä informoida aikataulusta. Itse tapahtuman aikana tulee pitää kiinni suunnitellusta aikataulusta. Tapahtumalla on hyvä olla selkeä aloitus ja lopetus. Näin saadaan ihmiset ohjattua oikeaan suuntaan ohjelman edetessä. Kun tapahtumassa edetään kellon ja niin sanotun käsikirjoituksen mukaan niin joku, yleensä projektipäällikkö, kulkee etunenässä ja varmistaa, että kaikki on valmista seuraavaa käsikirjoituksen kohtaa varten. Tämä henkilö myös huolehtii ja tarkistaa, meneekö tapahtuman eteenpäin aikataulun ja suunnitelman mukaisesti. Projektipäällikkö toimii myös päävastuullisena tapahtumassa. Hän päättää, miten edetään ongelmien ilmentyessä. On erityisen tärkeää tapahtuman onnistumisen kannalta, että yksi henkilö on päävastuullisena. Jos vastuuhenkilöä ei löydy, ei nopeita ja selkeitä vastauksia saada vikkellästi. Ilman selkää päättäjää voi henkilökunnan kesken myös syntyä konflikteja nopeita päätöksiä tehdessä. (Vallo & Häyrinen 2016, 198–202.)

Kun tapahtuma on saatu päätökseen, on edessä tapahtuman purkuvaihe. Päättämiseen kuuluu kaikkien tekijöiden ja vieraiden kiittäminen. Ohjelman loputtuakin tulee tapahtuman viedä loppuun asti täysillä ja hymyssä suin. Projektipäällikön tai vastuuhenkilön tehtävänä on huolehtia, että purkutyöt, siivoaminen ja tapahtumapaikan palauttaminen alkuperäiseen muotoonsa hoidetaan kunnolla. (Iiskola-Kesonen 2004, 12.) Tapahtuman toteutusvaiheessakin painottuu tarkan suunnittelun tärkeys. Kun pohjalla on perusteellinen suunnittelu, voidaan vieraille tarjota elämyksellinen tapahtuma (Vallo & Häyrinen 2016, 203).

### **3.3 Jälkimarkkinointi**

Itse tapahtuman jälkeen alkaa tapahtuman järjestämisen viimeinen vaihe, jälkimarkkinointivaihe. Jälkimarkkinoinnin tarkoitus on saada aikaan lisämyyntiä ja vahvistaa asiakastyytyväisyyttä. Jälkimarkkinointi on siis asiakkuuden hoi-

toa tilaisuuden ja ostotapahtuman jälkeen. Hyvin hoidetulla jälkimarkkinoinnilla pyritään saamaan asiakkaalle miellyttävä kuva tapahtumasta ja muistuttamaan häntä tapahtumasta, jolloin hän todennäköisemmin palaa uudelleen. Olemassa olevien asiakassuhteiden ylläpitäminen on taloudellisesti kannattavampaa kuin uusien asiakkaiden hankkiminen, tästäkin syystä jälkimarkkinointi tulee hoitaa kunnolla. (Asiakashaku s.a.) Yksinkertaisimmillaan jälkimarkkinointi voi olla materiaalien toimitusta, kiitoskorttien tai giweaway-lahjojen toimittamista osallistujille ja esimerkiksi sponsoreille. Näillä pienillä eleillä tapahtuman järjestäjä osoittaa arvostaneensa osallistujien mukana oloa tapahtumassa. (Vallo & Häyrinen 2014, 185.)

Jälkimarkkinointiin kuuluu aina myös palautteen kerääminen asiakkailta ja järjestäjiltä. Nämä palautteet ovat tapahtumanjärjestäjille todella arvokasta tietoa, sillä sen avulla tapahtumaa voidaan kehittää oikeaan suuntaan. Palautteen avulla arvioidaan, miten hyvin suunnitelmat ja tavoitteet toteutuivat. Palautteen avulla tapahtumanjärjestäjät pystyvät luomaan asiakkaasta ostoprofiilin ja käyttäytymään myynti- ja markkinointitilanteissa juuri, kuten asiakas toivoisi heidän käyttäytyvän. (Asiakashaku s.a.) Kerätyt tulokset ja yhteenveto tapahtumasta on tärkeä käydä läpi koko henkilökunnan yhteisessä palaverissa. Tässä samaisessa palaverissa voidaan keskustella tavoitteiden toteutumisesta ja jatkosuunnitelmista. Myös siitä, onko tapahtumaa kannattavaa järjestää seuraavana vuonna uudestaan. (Vallo & Häyrinen 2014.) Tapahtuman jälkeen tulee myös tehdä loppuraportti, jossa käy ilmi palautteet, onnistumiset ja ongelmat, sekä lyhyesti kuvaus siitä, kuinka itse tapahtuma meni. Loppuraportin tarkoituksena on, että saadaan omaan käyttöön kirjallinen dokumentti seuraavia vuosia ajatellen. Loppuraporttiin voi myös lisätä suunnitelman tapahtumasta. Tapahtuman päätteeksi on tärkeää myös antaa palautetta henkilökunnalle. Tapahtuman tekemiseen tarvitaan sitoutumista ja saumatonta yhteistyötä, siksi palautteen antamisen lomassa on myös muistettava kiittää koko henkilökuntaa, sekä yhteistyökumppaneita. (Happy Hour- vapaaehtoistoiminta 2015, 8. ; Vallo & Häyrinen 2014, 186.)

## 4 TUTKIMUSMENETELMÄ JA AINEISTON HANKINTA

Tässä pääluvussa käydään läpi opinnäytetyön tutkimuksessa käytettyjä menetelmiä sekä kuvataan aineistonkeruumenetelmät ja niiden analysoiminen. Tarkoituksena on antaa lukijalle pohjaa tutkimuksesta ja perusteista menetelmien valinnalle.

### 4.1 Laadullinen tutkimus

Tässä opinnäytetyössä käytettiin kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmenetelmää. Laadullisessa tutkimuksessa lähtökohtana on todellisen elämän kuvaaminen, ja tutkimuksen avulla pyritään löytämään ja paljastamaan tosiasioita. Tutkimuksessa tavoitteena on tutkia kohdetta mahdollisimman kokonaisvaltaisesti. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa aineisto kerätään luonnollisissa, todellisissa tilanteissa ja kerättyä aineistoa pyritään analysoimaan mahdollisimman yksityiskohtaisesti kokonaisuutena. Tiedonkeruun lähteenä suositetaan ihmistä ja kohdejoukko valitaan tarkoituksenmukaisesti. Laadullisen tutkimuksen yleisiä aineistonkeruumetodeja ovat muun muassa erilaiset haastattelut, osallistuva havainnointi sekä dokumenttien ja tekstien analyysit. (Hirsjärvi ym. 2010, 161, 164.)

Yksi laadullisen tutkimuksen aineistonkeruumetodeja on haastattelu. Tutkimushaastattelutavat on eroteltu sen mukaan, miten muodollinen ja strukturoitu haastattelutilanne on. Tutkimushaastattelut jaetaan kolmeen ryhmään: strukturoitu haastattelu eli lomakehaastattelu, teemahaastattelu ja avoin haastattelu. (Hirsjärvi ym. 2010, 208–209.) Haastattelun käyttäminen on kaikista yksinkertaisin ja helpoin tapa saada tietoa silloin, kun halutaan tietää henkilön mielipide jostain asiasta (Aarnos ym. 2018, osa 1). Tämän takia kvalitatiivisena aineistonkeruumetodina tässä opinnäytetyössä on käytetty teemahaastattelua. Haastattelu on valittu aineistonkeruumetodiksi, koska haastattelun avulla voidaan säädellä aineistokeruuta ja ohjata haastateltavia oikeaan suuntaan haluamalla tavalla. Haastattelussa haastateltava pystyy kertomaan vapaasti itseään koskevia asioita ja hänen vastauksiaan pystyy tulkitsemaan paremmin kuin esimerkiksi sähköisissä kyselyissä. (Hirsjärvi ym. 2010, 204–206.)

Opinnäytetyön aineistokeruuta tehdessä on käytetty teemahaastattelua. Teemahaastattelu on malliltaan täysin strukturoidun ja strukturoimattoman haastattelun väliltä. Teema-alueet ja tärkeimmät kysymykset on ennalta mietitty. Teemahaastattelussa ennalta määritellyt aihealueet tulee käydä läpi, mutta niiden järjestys ja laajuus voi vaihdella haastateltavien välillä. Eri asemissa olevat henkilöt voivat kiinnittää huomiota eri asioihin ja mielipiteitä kysyessä teemahaastattelu antaa kaikille vastaajille tilaa vastata juuri oman mielensä ja tuntemuksiensa mukaan. Tästä syystä teemahaastattelu on valittu aineistonkeruumetodiksi. (Aarnos ym. 2018, osa 1.) Haastattelutilanteessa haluttiin myös jättää tilaa lisäkysymyksille ja mahdollisuudelle vaihtaa kysymysten muotoa tilanteen mukaan.

Toinen hyvin yleinen laadullisen tutkimuksen aineistonkeruumenetelmä on havainnointi. Havaitsemme koko ajan maailmaa ympärillämme ja teemme siitä omat päätelmämme. Kaikki ihmisen havainnointi ei kuitenkaan kelpaa tieteellisen tutkimuksen havainnoinniksi. Tieteellisen tutkimuksen havainnointi tulee olla suunniteltua, luokiteltua ja johdonmukaista. Sen tulee myös olla selkeästi rajattua. Tällä tavalla pystytään keskittymään siihen, mitä tutkitaan ja tekemään tarkempia havaintoja kriittisellä otteella. (Aarnos ym. 2018, osa 1)

Havainnoinnin avulla tutkittava kohde nähdään oikeassa toiminnassaan, niin sanotusti oikeissa yhteyksissään. Havainnoinnilla voidaan selvittää tutkittavan kohteen käyttäytyminen paremmin kuin haastattelulla, kun taas haastattele-malla saadaan paremmin tietoon syyt käyttäytymiselle. Havainnoinnin eri muotoja on piilohavainnointi, havainnointi ilman osallistumista, osallistuva havainnointi ja osallistava havainnointi. Tässä opinnäytetyössä yhtenä aineistonkeruumetodina on käytetty osallistuvaa havainnointia. Osallistuvassa havainnoinnissa tutkija toimii aktiivisesti tutkittavan kohteen, esimerkiksi ryhmän kanssa. Vuorovaikutustilanteet ovat tärkeä osa tiedonhankintaa. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 3.2)

Havainnointia on käytetty aineistonkeruumetodina tässä opinnäytetyössä, koska sen avulla selvitetään toimintaa; tässä tilanteessa mitä tutkimuskoh-teessa tapahtuu. Havainnoinnin avulla pystyttiin tutkimaan tapahtuman tun-nelmaa ja näkemään omin silmin tapahtuman kulku sekä arvioimaan ympäris-töä ja mahdollisia häiriöitä. Havainnoinnin avulla päästiin itse kokemaan rekry-

tointimessut ja samalla arvioimaan messujen hyödyllisyys ja toimivuus opiskelijan näkökulmasta.

## **4.2 Aineiston hankinta ja analysointi**

Opinnäytetyössä haastateltiin kolmea eri henkilöä. Henkilöt valittiin heidän roolinsa perusteella rekrytointi- ja verkostoitumismessuilla. Haastattelukutsut lähetettiin sähköpostitse marraskuun 2018 aikana ja haastateltaviksi valikoitui Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun yritysysteistyö koordinaattori Heta Vilén, joka oli mukana järjestämässä rekrytointi messuja, Oma Sp:n esimiesharjoittelija Heidi Poikala, sekä Go-on yhtiön HR-asiantuntija Elina Haatainen. Kaikki haastateltavat olivat mukana rekrytointi- ja verkostoitumismessuilla eri rooleissa, minkä takia he valikoituivat haastatteluihin. Teemahaastatteluun haluttiin erityisesti mukaan HR-alan asiantuntija, sillä rekrytointi on hänen erikoisalaansa ja näin ollen haluttiin saada hänen ammatillinen mielipiteensä mukaan opinnäytetyöhön. Kaikilla haastateltavilla oli aiempaa kokemusta erilaisista tapahtumista ja messuista, mutta vain HR-asiantuntija Elina Haataisella oli kokemusta rekrytointi- ja verkostoitumismessuista.

Haastattelut toteutettiin yksilöhaastatteluina noin viikko messujen jälkeen aikavälillä 23.11–28.11. Kaksi haastatteluista käytiin henkilökohtaisesti paikan päällä ja yksi haastattelu tehtiin puhelimitse aikataulujen vuoksi. Kaikki haastattelut nauhoitettiin haastateltavien suostumuksella ja myöhemmin aineisto litteroitiin ja analysoitiin haastatteluja ohjanneiden teemojen mukaisesti. Pääteemat haastatteluissa olivat seuraavat: ennen tapahtumaa, tapahtuman aikana ja tapahtuman jälkeen. Haastatteluja ei ole esitelty kokonaisuudessaan tässä opinnäytetyössä, vaan aineistoa on käytetty lainauksittain. Haastatteluja analysoidessa ne on järjestelty teemojen alle, josta niitä on lähdetty purkamaan. Kaikissa haastatteluissa mainittiin tietyt asiat moneen otteeseen ja tätä on käytetty hyväkseen haastatteluja analysoidessa.

Havainnointi on toteutettu osallistumalla messuille normaalin opiskelijan tavoin. Samalla on tehty kenttämuistiinpanoja sekä havainnoitu tilannetta valmiiden aihealueiden perusteella. Tilanteesta on yritetty myös löytää asioita, joita ei ole ennalta osattu suunnitella.



## 5 TUTKIMUS TULOKSET

Tässä pääluvussa esitellään tutkimuksen tulokset. Haastatteluja analysoidessa käydään läpi messujen järjestäjän sekä yritysvieraiden mielipiteitä ja kokemuksia heidän omasta näkökulmistaan. Tässä luvussa esitellään myös havainnoinnin avulla kerätty tutkimusaineisto.

### 5.1 Ennen tapahtumaa

Haastateltavien odotuksia verrattaessa, käy ilmi, että kaikki haastateltavat ovat olleet samalla linjalla odotuksissa. Järjestäjät ja vierailevat yritykset ovat molemmat odottaneet näkevänsä messuilla paljon opiskelijoita ja verkostoitumista. Kaikissa haastatteluissa painotettiin opiskelijoiden työelämään hakeutumisen tärkeyttä ja uusien mahdollisten työntekijöiden saamista. Haastatteluista käy ilmi, että ammattikorkeakoulun opiskelijoihin tutustuminen ja verkostoituminen ovat yrityksille erityisen tärkeää, sillä tarve näille messuille oli tullut XAMK:in ulkopuolelta työelämän kumppaneilta.

*Messujen ajatus lähti työelämän tarpeesta ja toiveesta eli toivottiin, että XAMK järjestäisi tällaisen tapahtuman, missä yritykset ja opiskelijat kohtaisivat. Pyyntö tuli siis ulkopuolelta meidän työelämän kumppaneilta. Odotukset olivat sitä, että opiskelijat kävisivät ja hyvin paljon verkostoituisivat näiden yritysten kanssa ja että yritykset saisivat tästä hyvän kokemuksen, ja että tätä voitaisiin sitten jatkossa vuotuisasti järjestää.*

*Lähdimme hakemaan harjoittelijoita, kovasti tykätään, että meillä olisi harjoittelija ja tarjoamme myös opinnäytetöitä. Tulimme tutustumaan opiskelijoihin ja etsittiin harjoittelijaa, sekä potentiaalista kesätyöntekijää.*

*Odotuksia oli, että löydettäisiin sieltä mahdollisimman paljon uusia työnhakijoita meille. - -*

Haastatteluista käy ilmi, että tavoitteet messuille on ollut selkeät ja samankaltaiset kaikilla haastateltavilla. Opiskelijoiden ja samalla mahdollisten uusien

työntekijöiden ja harjoittelijoiden tapaaminen on ollut pääpointtina messuilla. Järjestäjän näkökulmasta tavoitteena on ollut juuri se, mitä yritykset ovat tapahtumalta odottaneetkin: opiskelijoiden tapaaminen ja verkostoituminen.

*Tärkeimmät tavoitteet olivat tietysti se, että työelämä löytää niitä tulevaisuuden työntekijöitä ja he verkostoituvat meidän opiskelijoiden kanssa ja tutustuvat korkeakouluun ja kokevat, että tämä tapahtuma on sellainen, että he haluavat tulla tänne uudelleenkin.*

Ennen messuja tapahtuneen viestinnän ja informaation toimivuuden ja riittävyyden haastateltavat kokivat eri tavoin. Toisen yrityksen edustaja on sitä mieltä, että informaatio toimi oikein hyvin heti alusta alkaen, kun taas toinen haastateltavista oli sitä mieltä, että kaikki tieto ei ollut tullut perille asti tarpeeksi ajoissa. Epäselvyytenä oli tapahtuman kaksipäiväisyys. Järjestäjän haastattelusta taas kävi ilmi, että ulkoinen viestintä olisi toiminut hienosti, kun taas sisäinen viestintä olisi jäänyt puolitiehen.

*Mitä yritysten puolesta tuli viestiä, että sitä tapahtumaa informoitiin tarpeeksi ajoissa ja sen tyyppistä, mutta sitten jäi esimerkiksi tämä sisäinen viestintä, että siinä olisi ollut kehitettävää.*

*--Minuun otettiin ennakoon yhteyttä ja kerrottiin, että minne ja kuka on vastuuhenkilönä ja keneltä voi kysyä. Sitten kun mentiin paikanpäälle niin siinä oli heti opiskelijat paikan päällä ja joku lähti heti näyttämään missä paikat on, sekä kokoajan oli sellainen selkeä informaatio.*

*En tiedä olinko itse lukenut väärin mutta luulin, että messut olisivat olleet vain torstaipäivän. Ennen messuille tuloa, en tajunnut, että sinne voi tulla myös perjantaina. Torstaipäivänä se sitten kuitenkin selvisi.*

Ennen tapahtumaa järjestäjien valmistautuminen oli haastateltavan mielestä aloitettu suhteellisen alussa, mutta vastuualueiden jakaminen ja selkeä projektipäällikkö tapahtumaa järjestettäessä puuttui. Järjestäjän mielestä tapahtu-

man koordinaatiossa olisi pystytty onnistumaan paremmin, juurikin vastuuta kohdistamalla enemmän yhdelle henkilölle.

*Me aloitimme järjestelyt jo keväällä tässä alkuvuodesta-- meillä ei ollut kenelläkään kuka tätä tapahtumaa järjesti sillä tavalla, että tämä olisi ainoana työnä vaan tämä oli osana omia tehtäviä. Niin olisi ehkä pitänyt raamittaa enemmän jollekin henkilölle kokonaisvastuuta ja sillä tavalla enemmän olisi pystytty valmistautumaan ja saada paremmin koordinaatio hoidettua. Aina voi parantaa.*

Järjestäjän mielestä järjestäjätiimi pysyi hyvin suunnitelmassa läpi tapahtuman, mutta muutamia seikkoja jäi miettimättä. Esimerkiksi se, että samaan aikaan ja samalla tiimillä oli hoidettavanaan myös kansainvälinen yrittäjyysviikko, mikä tällä kertaa oli osana myös rekrytointimessuja, oli hiukan liikaa. Nämä tapahtumat tulisi erottaa toisistaan ja molemmilla tulisi olla omat tiiminsä, jotka hoitavat niitä. Näitä asioita ei järjestäjän mielestä huomioitu suunnitteluvaiheessa.

*Suunnitteluvaiheessa ajan riittämättömyys oli ehkä ongelma, mutta aika hyvin pystyttiin suunnitelmassa. Tämä oli nyt osana kansainvälistä yrittäjyysviikkoa, mutta siinä oli ehkä liikaakin tälle tiimille, kun se ei ollut pelkästään rekry- ja verkostoitumistapahtuma vaan oli myös muukin tapahtuma mikä toi niitä haasteita. Suunnitteluvaiheessa voitaisiin huomioida ja suunnitella paremmin, että eri ryhmä sitten hoitaisi niitä muita tapahtumia ja tähän rekrytointi- ja verkostoitumistapahtumaan olisi oma tiiminsä. Mutta muuten aika hyvin pystyttiin suunnitelmassa kyllä.*

## 5.2 Tapahtuman aikana

Tapahtuman käytännönjärjestelyt saivat Kouvolan osalta hyvää palautetta. Tila oli haastateltavien mukaan hyvin käytetty, eikä tapahtuman kulussa esiintynyt ongelmia. Haastatteluissa mainittiin myös hyvä tunnelma messujen aikana. Järjestäjän mukaan järjestelyistä ja koko tapahtumalta puuttui selkeä projektipäällikkö eikä vastualueiden jakamisessa ole onnistuttu haluamalla tavalla. Järjestäjän mielestä esimerkiksi käytännönjärjestelyissä tulisi olla yksi

henkilö, joka valvoo kokonaisuutta ja erikseen rakennustiimit. Hän mainitsee myös aiemmin siitä, että jollakin henkilöllä tulisi olla kokonaisvastuu tapahtumasta eli tarvittaisiin projektipäällikkö läpi tapahtuman.

*Kouvolan osalta tilat olivat juuri sopivat siihen määrään mitä oli yrityksiä. Kouvolan kampuksella myynnin- ja markkinoinnin opiskelijat olivat ne, joilla oli kokonaisvastuu käytännönjärjestelyistä ja ne minusta sujuivat erittäin hyvin. Käytännönjärjestelyissä myös voisi olla vain yksi, joka katsoisi kokonaisuutta ja sitten olisi käytännönjärjestelyiden tiimit. Opiskelijoiden roolia kannattaa korostaa. Yrityksiltä tuli hyvää palautetta siitä, että oli vahvasti opiskelijat siinä mukana. Tapahtumassa oli minusta – ja saatiin palautetakin, että siellä oli hyvä tunnelma ja käytännönjärjestelyt sujui hyvin.*

Molemmat yritysten edustajat mainitsevat useampaan otteeseen haastatteluisaan oppilaiden vähäisen osallistumisen. Organisointi ja käytännönjärjestelyt olivat heidän mielestään onnistuneet moitteettomasti ja oppilaita tuotiin messuille jopa oppitunneilta, mutta silti oppilaiden osallistuminen oli heidän silmissä vähäistä. Haastatteluissa mainitaan myös siitä, että Kouvolan kampuksen opiskelija määrään verrattuna paikalla oli heikosti oppilaita, mikä selkeästi ihmetytti haastateltavia.

*Messut olivat hyvin pitkälti sellaiset mitä oli kerrottu. Aika vähän oli kuitenkin opiskelijoita paikalla vaikka se oli organisoitu tosi hyvin. Sieltä tuotiin oppitunneilta opiskelijoita paikanpäälle ja katsomaan, mutta silti tuntui, että aika vähänlaisesti heitä siellä liikkui.-- Järjestelyt Kouvolan päässä oli tosi hyvät.*

*Enemmän olisi voinut käydä opiskelijoita. Tuntui, että siihen opiskelija määrään verrattuna, mitä siellä koulussa on, niin aika vähän kävi oppilaita. Mutta ihan kohtalaisesti. Käytännönjärjestelyt olivat kyllä onnistuneet. Ehkä olisi voinut tiivistää messut yksipäiväiseksi. Oli ehkä liian pitkä se kaksi päiväinen.*

Messujen pituudesta haastateltavat olivat hyvinkin eri mieltä. Toisten mielestä kaksipäiväinen rekrytointimessu oli liian pitkä. Yritysten työntekijöiltä vaadittiin liian paljon aikaa, joten yksipäiväinen rekrytointimessu sai enemmän kannatusta haastateltavien kesken. Opiskelijoiden vähäinen osallistuminen luultavasti myös vaikutti tähän mielipiteeseen. Rekrytointimessun teemana oli yrittäjyys ja tästä on saatu palautetta yrityksiltä, että rekrytointimessut ja yrittäjyys eivät sovi pidettäviksi yhtä aikaa. Kahta eri asiaa on vaikeaa yhdistää, ja se voi sekoittaa perimmäisen tarkoituksen, mikä oli yritysten ja opiskelijoiden välinen verkostoituminen. Toivottiin siis, että yrittäjyys ja rekrytointimessut pidetään erillisinä.

*Se että nämä olivat kaksipäiväiset sekä Kotkassa, että Kouvolassa, oli auttamattomasti liian paljon. Pitäisi olla yhden päivän pituinen tapahtuma, ja se yksi päivä olisi pelkästään tätä rekrytointi- ja verkostointi tapahtumaa. Yritykset näkivät, että ei voi olla yrittäjyyteen liittyviä asioita samaan aikaan kun on rekrytointi- ja verkostoitumistapahtuma. Ne täytyy pitää erillisenä.*

Yksi haastateltavista koki kaksipäiväisyyden kuitenkin hyvänä asiana. Isolla kampuksella kaikki opiskelijat eivät liiku päivittäin koululla, joten kaksipäiväiset messut voisivat tässä tilanteessa helpottaa kaikkien halukkaiden opiskelijoiden osallistumista messuille. Hänen mielestään kaksi päivää ei myöskään ole liian pitkä aika irrottaa työntekijöitä omista töistään.

*Kaksipäiväinen oli oikeastaan aika hyvä, koska yhden päivän aikana ei välttämättä kampuksella liiku kaikki opiskelijat, että jos se olisi vain yhden päivän, niin sinne ei välttämättä pääsisi edes kaikki halukkaat osallistumaan. Se kaksi päivää on oikeastaan aika sopiva, että pystyy työpaikalta irrottamaan, esittelemään ja juttelemaan. Kahden päivän aikana kerkeävät sitten myös ne kaikki halukkaat opiskelijat käymään.*

### 5.3 Tapahtuman jälkeen

Kaikki haastateltavat olivat sitä mieltä, että rekrytointimessuista oli heille hyötyä eikä missään nimessä ollut kenellekään hukkareissu. Kaikille löytyi jotain

hyötyä messuista. Esille nousi yritysten ja opiskelijoiden kohtaaminen sekä yleinen näkyvyys ja tietoisuus Kouvolan alueen työpaikoista sekä mahdollisuuksista opiskelijoille. Haastatteluissa kerrottiin, että tällä tavalla voidaan edistää opiskelijoiden työllistymistä ja työpaikkoihin hakemista juurikin Kouvolan alueella. Yritysten edustajat olivat sitä mieltä, että messuista oli heille hyötyä siinä mielessä, että he ovat saaneet työ- ja harjoitteluhakemuksia. Potentiaalisia harjoittelijoita on jo haastateltu ja messuilta löydettiin mahdollisesti myös kesätyöntekijöitä.

*Ihan varmasti oli hyötyä Xamkin näkökulmasta, että me saatiin yrityksiä tänne ja yritysten ja opiskelijoiden kohtaaminen on tosi tärkeää, me toivotaan että meidän opiskelijat löytäisivät tältä alueelta työpaikkoja ja löytäisivät koulutuksia vastaavia työtehtäviä, sekä harjoittelu ja opinnäytetöitä. Xamk on opiskelijoita varten ennen kaikkea mutta myös elinkeinoelämää ja työelämää varten täällä niin tällaiset tapahtumat on todella tärkeitä. Yritysten puolelta on tullut hyvää palautetta. He löysivät ja saivat kohdata opiskelijoita ja opettajia. Toi myös näkyvyyttä, että opiskelijat tuntisivat niitä alueen toimijoita.*

*Messuista oli ihan selkeästi hyötyä. Sieltä löytyi oikeasti todella potentiaalisia hakijoita mitä voisi ajatella, että ottaisi ihan kesätöihinkin harjoittelun jälkeen. Tosi rohkeasti tultiin juttusille. Meillä oli kyltti pöydällä, että etsimme harjoittelijoita, sekä keräsimme yhteystietoja, että jäi kyllä tosi positiivinen mielikuva. --Tuli tosi mukavasti yhteydenottoja ja tällä viikolla olen jo haastatellut näitä potentiaalisia harjoittelijoita.*

*Olemme saaneet hakemuksia, mutta enemmänkin olisi voinut tulla. Oli ihan hyödylliset rekrytointimessut. Ei missään nimessä ollut hukkareissu.*

Haastatteluissa kysyttiin kiinnostusta osallistua samankaltaisille messuille seuraavanakin vuonna, ja vastaukset messuille osallistumisesta ja järjestämisestä olivat selkeät. Haastatteluista käy ilmi, että messut järjestetään varmuudella myös ensi vuonna, tosin muutamalla muutoksella. Messut ovat yksipäiväiset

ja ne järjestetään kaikilla Xamkin kampuksilla. Yritysten edustajat olivat myös sitä mieltä, että he voisivat osallistua uudestaan messuille, sillä harjoittelijat ja työnhakijat ovat aina tarpeellisia.

*Jos minä saisin päättää, niin messut järjestetään uudestaan ja olen monen muunkin tahon kanssa puhunut, että kyllä tulee tällainen tapahtuma. On myös puhuttu, että nyt jo tämän vuoden puolella laitettaisiin päivämäärät lukkoon. Nyt tulee yksipäiväisenä per kampus ja kaikilla kampuksilla. Kaivattiin sitä, että sama tapahtuma olisi ollut myös Mikkelin ja Savonlinnan kampuksilla.--*

*Kyllä on mielenkiintoa osallistua ensivuonnakin. Mikäli on tarvetta ja harjoittelijoitahan tarvitaan aina.*

#### **5.4 Onnistumiset ja epäonnistumiset**

Onnistumisiksi haastatteluissa nousi esille käytännönjärjestelyt, ja tapahtuman kokonaisuus koettiin toimivaksi. Onnistumisena koettiin myös pelkästään se, että tapahtuma saatiin järjestettyä ja yritykset saatiin liikkeelle. Yrityksiä saatiin tavoitellusti mukaan messuille, mikä koettiin onnistumisena. Hyvänä asiana pidettiin myös informointia ennen tapahtumaa, vaikkakin tuli kommenttia infon virheellisyydestä kaksipäiväisyyden takia. Aiemmin esitellyissä haastattelupätkissä, joissa on eritelty messujen hyötyjä (ks. 29) mainitaan se, että yritykset ovat saaneet työ- ja harjoitteluhakemuksia ja opiskelijoille on tuotu tietoisuuteen Kouvolan alueen työtarjontaa. Nämä asiat koetaan onnistumisina.

*Kokonaisuutena onnistumisia on se, että tapahtuma saatiin järjestettyä. Saatiin yrityksen lähtemään liikkeelle. Epäonnistumisia se, että meidän olisi pitänyt suunnitelmassakin jo miettiä se aikaresurssi, mitä vaaditaan yritykseltä, se ei saa olla niin pitkä. Se pitää olla yksipäiväinen. Yksipäiväisyydessäkin voitaisiin miettiä, että olisiko esimerkiksi aamusta iltapäivään. --Yritysten osallistuminen aika hyvin saavutettiin. Tavoiteltu määrä ei kauheasti jäänyt siitä mitä toivottiin.*

*Tämä tehtiin tällä tiimillä ja Xamkissa ensimmäistä kertaa, niin meillä on paljon kehitettävää. Kouvolan osalta tilat olivat juuri sopivat siihen määrään mitä oli yrityksiä. Opiskelijoiden ja henkilökunnan osallistuminen tähän tilaisuuteen varsinkin Kotkan puolella oli hiukan huonoa se että tuntuu että yritykset selkeästi sanoivat, että liian vähän on tavannut opiskelijoita ja henkilökuntaa. Enemmän toivonut kontaktoivan suoraan opiskelijoita, jotka olisivat olleet kiinnostuneita. Kouvolassa sama, mutta täällä pystyttiin petraamaan siinä, kun tapahtuma oli Kotkan jälkeen, niin pystyttiin aktiivisesti tapahtuma aikaanakin informoimaan ja kertomaan. Tämä on varmaan sellainen viestinnällinen asia. Tapahtumat pitäisi laittaa ihan lukujärjestyksiin ja se olisi ihan opiskelutehtävä kaikille. Sillä tavalla päästäisiin parempiin tuloksiin näkemykseni mukaan. Ja opiskelija oikeasti kävisivät.-- Tässä tapahtumassa meillä oli sellaisia haasteita, että samaan aikaan kun meillä oli tapahtuma, niin oli opiskelijaristeily, joka verotti aika paljon opiskelijamääriä.”*

*”Ennakkoinfo kaksipäiväisyydestä oli ehkä vähän sekava, mutta muuten ei mitään huonona. Tapahtuman olisi voinut tiivistää yhdelle päivälle. --Minun mielestä hyvää oli se, että sieltä tuli usein sähköposteja kun oltiin ilmoittauduttu, niin melkein viikoittain tuli jonkun näköinen info pläjäys joltakin.*

*Oli onnistunut kokonaisuus. Järjestelyt Kouvolan päässä oli tosi hyvät. --Ainoa mitä sitten voisi tehdä enemmän niin kertoa oppilaille, että sieltä ihan tosissaan etsitään jotakin ja sieltä myöskin opiskelijat saavat jotain.*

*Ehkä tuoda enemmän opiskelijoille tiedoksi, että siellä ihan oikeasti etsitään tai tarjotaan harjoittelupaikkoja tai etsitään kesätyöntekijöitä tai ihan työntekijöitä. Tuntui, että monella ei ollut selvää, että siellä ihan oikeasti haetaan jotakin, eikä vain esitellä sitä yritystä.*



Haastatteluissa nousi esille useaan otteeseen se, että kaksipäiväisyys oli liian pitkä aika messuille. Tämä koettiin epäonnistumisena ja asia nousi esille moneen otteeseen haastattelujen aikana. Toinen asia, joka koettiin epäonnistumisena ja mainittiin moneen otteeseen, oli opiskelijoiden heikko osallistujamäärä. Haastatteluista käy ilmi, että selkeästi odotettiin opiskelijoiden osallistuvan enemmän. Yrityksen edustajalle jäi myös kuva, että kaikki oppilaat eivät olleet selvillä siitä, että messuilta voi oikeasti saada työ- ja harjoittelupaikkoja, eikä vain esitellä yrityksiä. Järjestäjän nostaa esille viestinnällisen epäonnistumisen oppilaiden kanssa. Hänen mielestään tapahtuma olisi tullut olla merkittuna lukujärjestyksiin ja näin ollen oppivelvollisuus.

## 5.5 Havainnointi

Havainnointi messuilla toteutettiin osallistuvana havainnointina. Opinnäytetyön tekijä osallistui itse messuille muiden opiskelijoiden tavoin. Rekrytointi- ja verkostoitumismessuilta löytyi idea harjoittelupaikkaan, ja haastattelujen perusteella myös muut opiskelijat ovat löytäneet messuilta harjoittelupaikkoja. Havainnoinnin avulla tutkittiin tapahtuman toimivuutta käytännössä, sekä osallistujien käyttäytymistä kyseisessä tapahtumassa.

Taulukko 1. Havainnointitaulukko

Aikataulu	Paikka	Tilanne	Osallistujat	Toiminta
15–16.11.2018	Xamk, Kouvola-kampus, Pajan näyttelytila	ohjelman aikataulu ei pitävä	Reilusti yrityksiä mukana	Infoa ennen messuja ja messujen aikana reilusti
15.11 kello 9.00–15.00 16.11 kello 9.00–12.00	Tila erityisen hyvä kooltaan ja tunnelmallaan	Hyvä ja rento tunnelma läpi messujen	Opiskelijoita vähänlaisesti	Yrityksillä erilaisia aktiviteetteja
Mika D. Rubanovitchin luento kello 13.00–14.30			Samat ihmiset paikalla läpi päivän	Paikalla olleet opiskelijat ja opettajat lähestyivät yrityksiä rohkeasti

Ennen messuja tapahtumaa mainostettiin internetissä moneen otteeseen ja eri sosiaalisen median kanavissa. Jos opiskelija seuraa Xamkin kanavia sosi-

aalisessa mediassa, kuten Instagramissa tai Facebookissa, niin ei tapahtuman mainostukselta ole voinut välttyä. Tapahtuman järjestäjät infosivat messuista Kouvolan kampuksen omassa blogissa, josta löytyi esimerkiksi aikataulu ja tapahtumaan osallistuvat yritykset. Tietoa tuli usein ja tarpeeksi, minkä takia opiskelijoiden heikko osallistuminen messuille oli hämmentävää. Kaikille kampuksen opiskelijoille tuli myös sähköpostia muistutuksena tapahtumasta.

Rekrytointi- ja verkostoitumismessuille mentäessä heti ovien edessä oli ensimmäinen piste. Pöydällä oli Xamkin omia opettajia kertomassa tapahtumasta ja ottamassa vieraat vastaan. Sisään mentäessä oli siis selvää, että rakennuksessa oli jokin tapahtuma, ja se selkeästi erottui ravintolan normaalin toiminnan seasta. Tapahtumapaikka oli juuri sopivan kokoinen yritysten määrää kohden. Tila vaikutti siltä, että ihmisiä olisi ollut enemmän, mitä siellä todellisuudessa oli, koska tila oli täytetty infopisteillä ja aktiviteeteilla. Osallistujan silmin tilassa ja käytännönjärjestelyissä ei ollut mitään moitittavaa, vaan asiat näyttivät sujuvan mutkattomasti. Mutkattomuus näkyi ja tuntui myös tapahtuman tunnelmassa. Tunnelma oli rento ja positiivinen. Paikalla olleet opiskelijat verkostoituivat rohkeasti yritysten kanssa ja tilassa vallitsi iloinen puheensorina. Yhdellä yrityksen edustajalla oli mukanaan keppihevosta, joita sai kokeilla, mikä teki tapahtumasta vähemmän vakavan. Rennossa ympäristössä yrityksen edustajat eivät vaikuttaneet niin jännittyneiltä mitä voisi kuvitella.

Messuille oli tehty aikataulu ja ohjelma (kts. liite 2). Ohjelmassa oli muun muassa yritysesittelyitä. Paikalle mentäessä yritysesittelyjen aikataulut eivät kuitenkaan pitänyt paikkaansa. Aikataulussa oltiin, joko ajoissa tai sitten osa yritysesittelyistä jäi väliin. Paikan päällä ei kuitenkaan osallistujat vaikuttaneet ollenkaan hämmästyneiltä asian suhteen. Kyseessä oli siis aikatauluvirhe tai väärin tulkittu aikataulu. Osallistujia messuilla olisi voinut olla enemmän. Opiskelijat, jotka olivat paikan päällä, osallistuivat aktiivisesti tapahtumaan, ja vaikutti myös siltä, että tapahtuman tarkoitus oli heille selkeä. Myös yritykset olivat innoissaan mukana ja uusista työnhakumahdollisuuksista ja työpaikoista sai uutta tietoa. Muutama yritys rekrytoi myös opiskelijoita ihan paikan päällä etsien harjoittelijoita ja kesätyöntekijöitä. Tavoitteet ja tarkoitus oli siis selkeästi sisäistetty.

Yrityksiä oli saatu messuille mukaan mukava määrä ja tilaan nähden juuri sopivasti. Yritykset edustivat laajasti eri aloja, joten vaihtoehtoja oli paljon. Opiskelijoiden osallistuminen tapahtumaan oli kuitenkin aika heikkoa. Messujen aikana vaikutti siltä, että suurin osa opiskelijoista oli myynnin ja markkinoinnin opiskelijoita, jotka olivat mukana järjestämässä tapahtumaa. Heidät erotti Xamkin logoilla varustetuista paidoista. Tunnelmaa rekrytointi- ja verkostoitumismessuille loivat iloiset ja positiiviset yritystenedustajat. Osalla oli mukanaan erilaisia aktiviteetteja, jotka liittyivät jollakin tavalla kunkin yrityksen toimintaan. Paikalla oli esimerkiksi keppihevostia, Speden peleistä tuttu nopeustesti sekä minigolfia. Nämä aktiviteetit houkuttelivat opiskelijoita ja opettajia juurikin näille pisteille, jonka avulla keskustelu työelämästä kyseisessä yrityksessä lähti vaivatta liikkeelle. Kaiken kaikkiaan messut olivat onnistunut tapahtuma opiskelijan näkökulmasta, ja tunnelma oli läpi tapahtuman hyvä, mikä vaikuttaa hyvin paljon itse tapahtuman viihtyvyyteen ja muistoon, mikä tapahtumasta jää.

## 6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on esitellä rekrytointi- ja verkostoitumismessujen onnistumisien alueet ja epäonnistumisien alueet ja antaa kehitysehdotuksia seuraavaa vuotta varten. Opinnäytetyössä päästiin tavoitteisiin ja kehityskohtia pystyttiin nimeämään. Teoria tapahtuman järjestämisestä tukee tutkimusta sekä tutkimustulosten analysointia. Messut olivat rento ja positiivinen tapahtuma, joka toi näkyvyyttä niin Xamkille kuin messuille osallistuneille yrityksillekin.

Taulukko 2. Taulukko johtopäätöksistä

Onnistumiset	Epäonnistumiset	Kehitysehdotukset
Näkyvyyttä Xamk:ille ja yrityksille	Opiskelijoiden määrä	Konkreettisia työ- ja harjoittelupaikkoja
Käytännönjärjestely	Sisäinen viestintä	Opinnäytetyöaiheita valmiina
Tunnelma messujen aikana	Vastuualueiden jakaminen	Mitkä etenemismahdollisuudet yrityksessä?

Tapahtuman tavoitteet täyttyivät	Yritysten edustajilta vaadittu aika	Messut merkitty opiskelijoiden lukujärjestyksiin
Harjoittelu- ja työpaikka- ja löytyi	Tarkoituksen selkeys opiskelijoille	
Ulkoinen viestintä	Ajankohta (GEW-viikko, pikkujouluristeily)	
Kokonaisuudessaan onnistunut tapahtuma		

Rekrytointi- ja verkostoitumismessut järjestettiin ensimmäistä kertaa Xamkin toimesta, joten suunnittelussa ja ajankäytössä ilmeni ongelmia ja kehittämisen kohteita. Ongelmia ilmeni myös sisäisessä viestinnässä, mikä näkyi opiskelijoiden vähäisenä osallistumisena messuille. Onnistumisen alueista messuilta esille nousivat käytännönjärjestelyt sekä rento ja mukava tunnelma messujen aikana.

Ongelmana suunnittelussa oli se, että ei ollut huomioitu aikaa, joka yrityksiltä vaadittiin messuille osallistumiseen. Messut järjestettiin Kotkan ja Kouvolan kampuksilla, ja kummallakin kampuksella messut olivat kaksipäiväiset. Osa yrityksistä osallistui molempien kampuksien messuille, jolloin tapahtuma vei aikaa yritykseltä yhteensä neljä työpäivää. Kävi ilmi, että tämä on liian pitkä aika vaatia yritysten henkilökuntaa irtautumaan omista työtehtävistään. Ongelmana koettiin myös se, että tapahtumalla ei ollut selkeää projektipäällikköä, eikä vastuualueita jaettu tarkasti ja sopivaksi työmääräksi järjestäjien kesken. Suurin osa järjestävistä tahoista teki samalla muita töitä ja koordinoi molempien kampuksien tapahtumaa. Kiitosta kuitenkin saivat myynnin ja markkinoinnin opiskelijat, jotka olivat vastuussa käytännönjärjestelyistä.

Opiskelijat ja opettajat, jotka osallistuivat messuille, ottivat rohkeasti yhteyttä yrityksiin ja myös yritykset opiskelijoihin. Vaikka tapahtuman tavoitteisiin päästiin ja yritykset saivat messuilta potentiaalisia työnhakijoita ja harjoittelijoita, niin silti opiskelijoiden määrään petyttiin niin Xamkin, kuin yritystenkin puolesta. Osassa yrityksissä mietittiin myös sitä, että olivatko opiskelijat sisäistäneet sen, että tarkoituksena oli löytää tulevaisuuden työntekijöitä ja verkostoitua, eikä vain pitää yritysesittelyjä. Järjestäjän mielestä nämä seikat viittaavat

heikkoon sisäiseen viestintään, johon tulisi seuraavana vuonna kiinnittää enemmän huomiota. Opiskelijoiden määrään vaikutti myös samaan aikaan järjestetty loppuunmyyty opiskelijoiden pikkujouluristeily. Ulkoisesta viestinnästä ja yrityksien etukäteen informoinnista saatiin kuitenkin parempaa palautetta, ja se koettiin yhdeksi onnistumisen alueeksi.

Rekrytointi- ja verkostoitumismessut järjestettiin Global entrepreneurship week -tapahtuman yhteydessä, joka koettiin sekoittavan itse messujen tarkoitusta. Yrittäjyys ja rekrytointimessut eivät sopineet yhteen yritysten edustajien mielestä, vaan ne tulisi erottaa toisistaan erillisinä tapahtumina. Näiden kahden tapahtuman yhdistäminen tuotti päänsäivää myös järjestävien osalta, joten seuraavan vuonna nämä kaksi tapahtumaa tulisi pitää erillisinä.

Kehitettävää alueita messujen suunnittelussa löytyi muutamia. Seuraavia vuosia varten järjestäjien tulee tehdä selkeä työnjako sekä nimittää heti järjestelyjen alussa selkeä projektipäällikön. Ajankohta tulee myös valita niin, että silloin ei ole muita opiskelijatapahtumia. Samanaikaiset opiskelijatapahtumat verottavat osallistujamäärää messuilta, varsinkin jos kyseessä on opiskelijabileet. Ensi vuonna tapahtuma on haastattelujen mukaan kaikilla Xamkin kampuksilla ja vain yksipäiväisenä. Jotta tapahtumassa onnistuttaisiin, niin jo suunnitteluvaiheessa tulisi keskittyä sisäiseen viestintään ja siihen, kuinka saada opiskelijoita enemmän mukaan messuille. Opiskelijoille tulisi myös painottaa enemmän messujen tavoitetta ja tarkoitusta oikeiden työpaikkojen ja opinnäytetyön toimeksiantajien mahdollisesta löytämisestä. Messuilla yritykset voisivat tarjota opinnäytetyöaiheita ja hakea enemmän paikan päällä harjoittelijoita. Näin pystyttäisiin samaan vielä enemmän irti messuista. Yritykset voisivat myös esitellä etenemismahdollisuuksia heidän yrityksessään.

Onnistuneen tapahtuman järjestämiseen vaaditaan paljon aikaa ja suunnittelua. Tämän opinnäytetyön tietoperustasta, niin kuin myös järjestäjän haastattelusta käy ilmi, että perusteellinen suunnittelu sekä suunnitelmassa pysyminen on tapahtuman järjestämisen a ja o. Onnistuneessa tapahtumassa on myös mukana innostunut järjestäjätiimi sekä muut osanottajat. Pelkästään tunnelmalla pystytään luomaan kuva hyvästä tapahtumasta. Sen avulla voidaan jopa paikkailla pieniä epäkohtia järjestelyissä, jos sellaisia löytyy. Nämä rekrytointi- ja verkostoitumismessut järjestettiin ensimmäistä kertaa Xamkin

toimesta, joten oli odotettavissa, että kehityskohtia löytyy mutta niiden avulla seuraavana vuonna ollaan viisaampia. Kokonaisuudessaan messut olivat onnistunut kokonaisuus, josta löytyi opiskelijoille harjoittelu- ja työpaikkoja, sekä samalla yrityksille tulevaisuuden työntekijöitä. Tässä tapahtumassa tavoitteet saavutettiin.

## 7 POHDINTA

Tässä pääluvussa peilataan teemahaastatteluja sekä uusimpia artikkeleita ja tutkimuksia opinnäytetyön teoreettiseen viitekehykseen. Pohditaan myös, että saatiinko vastaukset työlle annettuihin tutkimusongelmiin sekä saavutettiin asetetut tavoitteet. Lopuksi arvioidaan tutkimuksen luotettavuutta sekä opinnäytetyön aikana tapahtunutta omaa oppimista.

Teemahaastatteluissa kävi ilmi, että tapahtumaa järjestettäessä tärkeintä on suunnitella tapahtuma tarkasti. Opinnäytetyön tietoperustassa painotetaan samaa asiaa: suunnittelun tärkeyttä. Ilman perusteellista suunnittelua tapahtuman lankoja on vaikea pitää käsisään ja onnistua luomaan selkeä ja tunnelmallinen tilaisuus. Tapahtuman järjestämisessä täytyy ottaa huomioon monia asioita. Kaikki yksityiskohdat tulee miettiä tarkkaan, sillä pieneltäkin tuntuva asia voi vaikuttaa tapahtumien kulkuun merkittäväällä tavalla. Tässä tutkimuksessa kävi ilmi, että ajankohtaa päätettäessä ei ollut huomioitu opiskelijaristeilyn ajankohtaa, joka mahdollisesti vaikutti opiskelijoiden osallistumisen määrään messuilla. Tietoperustassa painotetaan suuresti projektipäällikön roolia sekä vastualueiden jakamista. Tutkimuksen perusteella näiltä messuilta puuttui selkeä projektipäällikkö, mutta silti järjestelyt ja itse tapahtuma saatiin hoidettua hienosti, mikä riitelee tietoperustan kanssa.

Rekrytointi- ja verkostoitumismessuilla kohderyhmä oli hyvin selkeä. Tapahtuma oli suunniteltu juuri kohdeyleisölle, jotka olivat opiskelijat, opettajat sekä tulevaisuuden ammattilaisia etsivät yritykset. Kohderyhmän asettaminen on opinnäytetyön teoriapohjassakin käsitelty aihe, ja näillä messuilla kohderyhmälle sopivan tapahtuman suunnitteleminen on teoriapohjan kanssa samalla linjalla. Kokonaisuudessaan tämän tutkimuksen perusteella saatujen tietojen mukaan tapahtuman järjestäminen ei poikennut kovinkaan paljon teoriapohjasta. Tapahtuman järjestämisen osalta ei juurikaan ole lähiaikoina tullut uusia

mullistavia tekijöitä, joten useimmilla onnistuneilla tapahtumilla on samankaltaiset mallit, joilla tapahtumaa lähdetään suunnittelemaan ja jonka mukaan edetään.

Opinnäytetyön tavoitteena oli saada aikaan tuotos, johon voidaan palata seuraavina vuosina rekrytointi- ja verkostoitumismessuja järjestäessä ja poimia edeltävän vuoden epäonnistumiset sekä onnistumiset ja oppia niistä. Tavoitteena oli myös antaa teemahaastattelujen perusteella kehitysehdotuksia parantaakseen messuja seuraavina vuosina. Tavoitteet saavutettiin kohtuullisesti. Kehitysideoita olisi voinut löytyä enemmänkin ja ne olisi voinut olla hiukan yllätyksellisempiä. Epäkohtia messuista löytyi myös, mutta ne olivat aikalailla sellaisia, mitä tutkimuksen toimeksiantaja oli osannut odottaakin. Opinnäytetyö kattaa kuitenkin asetetut tavoitteet, sillä siinä kerrotaan, kuinka messut onnistuivat muutaman eri osallistujan näkökulmasta, ja siihen on helppo palata ja saada tietoa messuista. Tutkimuskysymykset opinnäytetyössä olivat seuraavat:

- Kuinka järjestää toimiva ja onnistunut tapahtuma?
- Mitä epäkohtia tapahtuman aikana ja järjestelyistä löytyi?
- Kuinka rekrytointi- ja verkostoitumistapahtumaa voidaan parantaa?

Tutkimuksen ja teoriapohjan avulla vastataan näihin kaikkiin kysymyksiin, jotta voidaan sanoa, että tutkimus toteutti asetetut tavoitteet.

Espanjalaisen digitaalisen markkinointitoimiston perustaja ja konsultti Carlos Guerra Terollin blogikirjoituksen mukaan tapahtuman suunnittelu on kaikista tärkeintä. Guerra Terollin sanoo blogissaan (s.a) *”Riippumatta siitä, kuinka paljon rahaa investoit juhlaa varten, jos et tee hyvää suunnittelua ja organisoitua, et koskaan saa aikasiksi tapahtumaa, joka on merkityksellinen”* Hänen blogikirjoituksensa tukee opinnäytetyön teoriapohjaa, jossa suunnittelun merkitystä korostetaan ja kerrotaan, että ilman suunnittelua tapahtumaa on lähes mahdotonta järjestää. Tapahtuman järjestäminen on samanlaista siis ympäri maailmaa, joten tämä opinnäytetyö on relevantti myös muissa maissa.

## 7.1 Tutkimuksen luotettavuus ja pätevyys

Kaikessa tutkimustoiminnoissa pyritään välttämään virheitä, joten yksittäisissä tutkimuksissa on tarkasteltava tehdyn tutkimuksen luotettavuutta eli reliabili-

teettia. Reliabiliteetilla tarkoitetaan mittatulosten toistettavuutta, toisin sanoen se tarkoittaa tutkimuksen kykyä tuottaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. Tutkimuksen arvioimisessa toinen oleellinen käsite on validius eli pätevyys. Validius tarkoittaa tutkimusmenetelmän kykyä mitata juuri haluttua kohdetta oikealla tavalla. Validius merkitsee kuvauksen, selitysten ja tulkintojen yhteensopivuutta. (Hirsjärvi ym. 2010, 231–232.)

Tämän tutkimuksen jokainen vaihe ja toteutus pyrittiin kuvaamaan mahdollisimman tarkasti ja totuudenmukaisesti. Tuomi ja Sarajärvi (2018, 6.3) teoksen mukaan tutkimuksen luotettavuutta arvioidessa täytyy eritellä muun muassa seuraavat asiat: kohde ja tarkoitus, aineiston keruu, tutkimuksen tiedonantajat, tutkimuksen kesto, tutkimuksen analyysi sekä oma sitoutumisensa. Tämän tutkimuksen osalta nämä asiat ovat eritelty ja kuvailtu, joten se antaa vahvan pohjan reliabiliteetille. Luotettavuutta tutkimuksessa lisäävät suorat otteet teemahaastatteluista. Aineistoa kerätessä olisi kuitenkin voinut haastatella useampaa henkilöä sekä esittää useampia tarkentavia kysymyksiä. Tutkimuksessa on käytetty kahta tutkimusmenetelmää, haastattelua sekä havainnointia. Tämä lisää tutkimuksen pätevyyttä. Aikaa tutkimuksen tekemiseen on käytetty reilusti, mutta järkevässä ajassa niin, että itse tapahtumasta ei ole paria kuukautta pidempi aika tutkimuksen valmistuessa. Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys valmistui ennen messuja, jolloin oleellinen tieto tapahtuman järjestämisestä ja sen arvioimisesta oli omaksuttu. Tällä tavoin pystyttiin kiinnittämään oikeisiin asioihin huomiota havainnoinnissa sekä kysymään oleelliset asiat teemahaastatteluissa. Teoreettinen viitekehys on suunniteltu tukemaan tutkimusta ja sen aiheita.

## **7.2 Tutkimuksen hyöty toimeksiantajalle**

Opinnäytetyöllä on konkreettinen hyöty toimeksiantajalle, sillä se sisältää kehitysehdotuksia rekrytointi- ja verkostoitumismessuja varten sekä osoittaa messujen onnistumisen ja epäonnistumisen alueet. Tämän opinnäytetyön avulla toimeksiantaja pystyy tarkistamaan kehitettävät alueet seuraavaa vuotta varten, kun rekrytointi- ja verkostoitumismessuja järjestetään. Työhön pystytään palaamaan muistin virkistämiseksi ja saamaan tietoa osallistuneiden yritysten mielipiteistä tapahtuman tarpeellisuudesta, toimivuudesta sekä epäkohdista. Opinnäytetyön avulla saadaan myös kokonaiskuvaa messuista monesta eri



näkökulmasta: järjestäjän, osallistuneiden yritysten ja osallistuneen opiskelijan näkökulmasta. Tähän opinnäytetyöhön voidaan myös palata, jos seuraavina vuosina mukaan tulee uusia henkilöitä järjestäjien tiimiin, jolloin saadaan teoriapohjaa tapahtumanjärjestämiselle sekä mallia edeltävän vuoden messuista.

Tässä opinnäytetyössä tutkimus keskittyy rekrytointi- ja verkostoitumismessuun, mutta tietopohjaa voidaan käyttää hyödykseen missä tahansa tapahtuman järjestämisessä. Kuka tahansa tapahtuman järjestämisestä kiinnostunut ihminen voi saada hyötyä tästä oppinäytetyöstä.

### **7.3 Oman oppimisen arviointi**

Opinnäytetyön aiheeksi haluttiin valita johdon assistentti ja kielten koulutukseen liittyvä aihe, jossa voidaan käyttää hyödyksi jo valmiiksi opittua aineistoa. Rekrytointi- ja verkostoitumismessujen kehittäminen tuntui sopivalta ja myöskin ajankohtaiselta aiheelta pian valmistuvalle opiskelijalle ja messuista pystyi opinnäytetyön lisäksi oppimaan ja samaan tietoa mahdollisista työpaikoista Kouvolan alueelta valmistumisen jälkeen. Olisin osallistunut messuille ilman tätä opinnäytetyötäkin, joten aihe oli hyvin ajankohtainen sekä kiinnostava. Erilaisten tapahtumien parissa työskentely tulevaisuudessa kiinnostaa, mikä antoi lisä motivaatiota tutkia aihetta.

Opinnäytetyöprosessin aikana olen vahvistanut ajanhallinta- ja organisointikykyjäni sekä stressinsietokykyjäni. Olen myös saanut paljon uutta ja tarpeellista tietoa tapahtumien järjestämisestä ja olen opinnäytetyöprosessin aikana oppinut olemaan lähdekriittisempi. Motivaationi tutkimustani kohtaan väheni loppua kohden, sillä opinnäytetyön kirjoittaminen on ollut pitkä ja puuduttava prosessi mutta uskon, että tutkimuksen tekemisestä on ollut minulle hyötyä, niin tieteellisesti kuin henkisesti.

## LÄHTEET

10 Actionable Tips For Planning Your Event. s.a. Billetto. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://billetto.co.uk//how-to-plan-an-event> [viitattu 6.11.2018].

Aarnos, E., Eskola, J., Hakala, J., Heikkinen, H. & Kiviniemi, K. 2018. Ikkunoi-  
ta tutkimusmetodeihin 1. E-kirja. 5. uudistettu painos. Jyväskylä. PS-  
kustannus. Saatavissa: <https://www.ellibslibrary.com/reader/9789524515160>  
[viitattu 10.12.2018].

Asiakashaku. s.a. Jälkimarkkinointi. WWW-dokumentti. Saatavissa:  
<https://asiakashaku.fi/jalkimarkkinointi/> [viitattu 9.11.2018].

Catani, J. 2017. Onnistunut yritystapahtuma järjestäjän käsikirja. Liettua:  
BALTO print.

Colston, K. 2018. How To Create Your Event Budget. WWW-dokumentti. Saa-  
tavissa: <https://helloendless.com/how-to-create-your-event-budget/> [viitattu  
6.11.2018].

Etelä-Pohjanmaan liito. s.a. Tapahtumajärjestäjän opas. Pdf-tiedosto. Saata-  
vissa: [https://www.epliitto.fi/images/C\\_57\\_Tapahtumajarjestajan\\_opas.pdf](https://www.epliitto.fi/images/C_57_Tapahtumajarjestajan_opas.pdf) [vii-  
tattu 10.11.2018].

Guerra Teroll, C. s.a. Cómo organizar un evento exitoso para tu empresa.  
Blogi. Saatavissa: [https://carlosguerraterol.com/como-organizar-evento-  
exitoso-empresa/](https://carlosguerraterol.com/como-organizar-evento-exitoso-empresa/) [viitattu 8.1.2019].

Happy Hour- vapaaehtoistoiminta. 2015. Tapahtumanjärjestäjän opas. pdf-  
tiedosto. Saatavissa: [https://www.vahvike.fi/sites/default/files/perussivu-  
pdf/tapahtumajarjestajan\\_opas.pdf](https://www.vahvike.fi/sites/default/files/perussivu-pdf/tapahtumajarjestajan_opas.pdf) [viitattu 9.11.2018].

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2010. Tutki ja kirjoita. Hämeenlinna.  
Kariston Kirjapaino Oy.

Iiskola-Kesonen, H. 2004. Mitä, miksi, kuinka? Käsikirja tapahtumajärjestäjille. Suomen Liikunta ja Urheilu ry.

Isaac, L. The event director. WWW-dokumentti. Saatavissa: <http://www.leoisaac.com/evt/top082.htm> [viitattu 17.10.2018].

Kallunki, E. 2016. Uravalmentajan vinkit verkostoitumiseen – "Kukaan ei enää pärjää työelämässä täysin ilman niitä". WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-8749701> [viitattu 20.10.2018].

Menetelmäblogi. s.a. Onnistumisen mittaaminen. Blogi. Saatavissa: <https://kpamk.wordpress.com/testi-1/my-metrics/> [viitattu 8.11.2018]

Opintokeskus. s.a. Ulkoinen viestintä. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://www.tjs-opintokeskus.fi/opas-yhdistyksille/viestinta/ulkoinen-viestinta> viitattu [10.11.2018].

Paasonen, J. 2013. Yleisötilaisuuksien turvallisuus. Tallinna: Raamatutrukiko-da.

Poliisi. 2016. Mitä tulee ottaa huomioon yleisötilaisuuden järjestämisessä. Word- tiedosto. Saatavissa: [https://www.poliisi.fi/luvat/ilmoitus\\_yleisotilaisuudesta](https://www.poliisi.fi/luvat/ilmoitus_yleisotilaisuudesta) [viitattu 9.11.2018].

Shone, A. & Parry, B. 2004. Successful event management. 2.painos. Croatia. Continuum.

Silvers, J. 2012. Professional event coordination. 2. painos. United States of America.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällön analyysin. E-kirja. uudistettu painos. Helsinki. Tammi. Saatavissa: <https://www.ellibslibrary.com/reader/9789520400118> [viitattu 3.1.2019].

Vallo, H. & Häyrynen, E. 2016. Tapahtuma on tilaisuus. 5. uudistettu painos. Helsinki: Tietosanoma Oy.

Viitaniemi, O. 2016. Verkostoituminen on jokaisen opiskelijan tärkein tehtävä. Blogi. Saatavissa: <https://www.trol.fi/blogit/verkostoituminen-on-jokaisen-opiskelijan-tarkein-tehtava-networking-is-the-most-important-part-of-bba-studies/> [viitattu 20.10.2018].

Väänänen, A. 2018. Tapahtuman järjestäjän muistilista – näin syntyy onnistunut tilaisuus. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://blog.venuu.fi/tapahtuman-jarjestajan-muistilista/> [viitattu 15.10.2018].

**KUVALUETTELO**

Kuva 1. Strategisen kolmion kysymykset (mukailtu Vallo & Häyrinen 2016)

Kuva 2. Operatiivisen kolmion kysymykset (mukailtu Vallo & Häyrinen 2016)

Taulukko 1. Havoinnointitaulukko

Taulukko 2. Taulukko johtopäätöksistä

**Haastattelukysymykset Heta Vilén**

1. Mitä ovat työtehtäväsi ja kuinka pitkää olet ollut töissä Xamkilla?
2. Onko sinulla aiempaa kokemusta tapahtuman järjestämisestä? Mil-laista?
3. Minkälaisia odotuksia sinulla oli messuja varten?
4. Vastasivatko messut odotuksiasi?
5. Olitteko mielestäsi valmistautuneet ja suunnitelleet tarpeeksi tätä tapahtumaa?
6. Oliko suunnittelun aikana mitään ongelmia ja pysyttiinkö suunnitel-massa?
7. Miten käytännönjärjestelyt mielestäsi onnistuivat?
8. Mitkä olivat tärkeimmät tavoitteet messuilla ja saavutettiinkö nämä tavoitteet?
9. Mitkä asiat onnistuivat tosi hyvin? Mitkä asiat menivät huonosti?
10. Oliko messuista mielestäsi hyötyä Xamkille ja yrityksille?
11. Järjestetäänkö messut ensi vuonna?

**Haastattelukysymykset yritykset**

1. Minkälainen on työnkuvasi ja kuinka pitkään olet ollut kyseisessä työssä?
2. Onko sinulla aiempaa kokemusta tällaisista messuista?
3. Minkälaisia odotuksia sinulla oli tälle tapahtumalle? Vastasivatko messut odotuksiasi?
4. Oletteko saaneet työhakemuksia tai yhteydenottoja?
5. Oliko messut sellaiset teille oli kerrottu ja mainostettu?
6. Kuinka käytännönjärjestelyissä mielestäsi onnistuttiin?
7. Mikä oli ensivaikutelmasi messuille tullessa?
8. Oliko messuista teille hyötyä?
9. Mitkä asiat eivät mielestäsi onnistuneet? Mitä pitäisi parantaa?
10. Mitä mieltä olette siitä, että messut olivat kaksi päiväiset?
11. Onko teillä kiinnostusta osallistua ensi vuonna vastaavaan tapah-tumaan?

## Tapahtuman aikataulu

15.11. Torstai		
KELLO		TILA
7.00-9.00	Osastojen rakentaminen	Pajan näyttelytila
9.00-9.15	Rekry- ja verkostoitumistapahtuman avaus, koulutusjohtaja Seija Aalto	Pajan näyttelytila
9.20-9.30	Yritysesittely: Lumon Oy	Pajan näyttelytila
9.40-9.50	Yritysesittely: Protem Oy	Pajan näyttelytila
10.00-10.10	Yritysesittely: Staria Oy	Pajan näyttelytila
10.20-10.30	Yritysesittely: Strix Marketing Oy	Pajan näyttelytila
10.40-10.50	Yritysesittely: Kymen kattokeskus Oy	Pajan näyttelytila
lounastauko		
11.50-12.20	XAMK Duuni / Tiitus	Pajan näyttelytila
12.10-12.20	XAMK Luova yritysgeneraattori, projektipäällikkö Riku Happonen	Pajan näyttelytila
12.30-12.40	Yritysesittely: Kela	Pajan näyttelytila
12.50-13.00	Yritysesittely: Tapiola	Pajan näyttelytila
13.10-13.20	Yritysesittely: Go On	Pajan näyttelytila
13.30-13.40	Yritysesittely: Adecco Finland Oy	Pajan näyttelytila
13.50-14.05	XAMK Ruuti-hanke, Hannele Lappalainen	Pajan näyttelytila
14.30-14.40		Pajan näyttelytila
14.50-15.00	XAMK Duuni / Tiitus	Pajan näyttelytila
16.00-18.00	Illatilaisuus	Pajan näyttelytila

<div>16.11.</div> <div>Perjantai</div>		
KELLO		TILA
		Pajan näyttelytila
9.00-9.15	2. päivän avaus	Pajan näyttelytila
9.20-9.40	XAMK Luova yritysgeneraattori, projektipäällikkö Riku Happonen	Pajan näyttelytila
9.40-9.50	XAMK Duuni / Tiitus	Pajan näyttelytila
10.00-10.10	Ruuti-hanke, Anne Vuorivirta	Pajan näyttelytila
10.20-10.30	Yritysesittelyt	Pajan näyttelytila
10.40-10.50	Yritysesittelyt	Pajan näyttelytila
lounastauko		
11.50-12.00	Xamk Duuni / Tiitus	Pajan näyttelytila
12.10-12.20		Pajan näyttelytila
12.30-12.40		Pajan näyttelytila
13.00-14.30	Rubanovitsch: "Ostovallankumouksesta myyntikapinaan, oletko valmis?"	Amica-auditorio
15.00-16.00	Osastojen purku	