



# Kuvaus oppilaitosyhteistyöstä: Case Laurea loves Nenäpäivä

Juha Keränen

2019 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

## **Kuvaus oppilaitosyhteistyöstä: Case Laurea loves Nenäpäivä**

Juha Keränen  
Matkailu- ja palveluliiketoiminta  
Opinnäytetyö  
Toukokuu, 2019

Juha Keränen

**Kuvaus oppilaitosyhteistyöstä: Case Kuvaus oppilaitosyhteistyöstä: Case Laurea loves  
Nenäpäivä**

Vuosi 2019

Sivumäärä 339

---

Tämän työn tavoitteena oli kuvata Laurean ja Nenäpäiväsäätiön oppilaitosyhteistyö ja esittää siihen kehitysehdotuksia. Työn tarkoituksena oli syventää jatkossa yhteistyötä Laurean ja Nenäpäiväsäätiön välillä. Opinnäytetyö toimii lisäksi pilottina AMK-yhteistyöstä, jota Nenäpäiväsäätiö voi hyödyntää oppilaitosyhteistyön jalkauttamisessa muihin ammattikorkeakouluihin.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa määritellään ensin tapahtuman käsite ja kerrotaan, miten tapahtumia ja tapahtuma-alaa voidaan luokitella. Tämän jälkeen käydään läpi tapahtuman järjestämisen lähtökohtia, kuten tapahtumatyypit ja tapahtumien luokittelu, sidosryhmien tunnistaminen ja priorisointi, tapahtuman tavoite ja viesti, budjetti ja tapahtumasponsorointi sekä kohderyhmä. Teoriaosuuden lopuksi kuvataan tapahtumaprosessi suunnittelusta jälkimarkkinointiin.

Työn aineistonkeruumenetelmänä käytettiin teemahaastatteluja. Työssä haastateltiin Nenäpäiväsäätiön edustajaa, tapahtuman tuottaminen ja johtaminen -opintojakson kahta opettajaa, sekä viittä opintojaksolle osallistunutta opiskelijaa. Tulokset kirjoitettiin auki haastatteluteemoittain. Ensin käsiteltiin tulokset opettajien haastattelusta, seuraavaksi Nenäpäiväsäätiön edustajan haastattelusta ja lopuksi opiskelijoiden haastatteluista.

Työn tuloksena on yhteenvetokuvaus Laurean ja Nenäpäiväsäätiön yhteistyöstä sekä kehitysehdotuksia yhteistyön syventämiseksi, parantamiseksi ja sen jalkauttamiseksi muihin ammattikorkeakouluihin. Työn tuloksista on hyötyä tapahtuman tuottaminen ja johtaminen -opintojakson toteuttamisessa jatkossa. Sitä voidaan käyttää myös mallina opiskelun ja hyväntekeväisyyden yhdistämisestä sekä toimivasta oppilaitosyhteistyöstä muille ammattikorkeakouluille.

Asiasanat: Hyväntekeväisyys, oppilaitosyhteistyö, tapahtuman tuottaminen, varainkeruu

Juha Keränen

Description of Institutional Collaboration: Case Laurea loves Nenäpäivä

| Year | 2019 | Pages | 339 |
|------|------|-------|-----|
|------|------|-------|-----|

---

The objective of this thesis was to describe the collaboration between Laurea and the Nenäpäivä foundation and to propose development proposals for it. The purpose of the work was to deepen the collaboration in the future. This thesis also works as a pilot project of cooperation between a charitable foundation and an institution of learning. The Nenäpäivä foundation can use it to implement this method of collaboration with other universities of applied sciences.

The theoretical framework of this thesis begins with the definition of event and with classification of events and event industry. Then the baselines of organizing events are reviewed. In the end of the theoretical framework, the event process is described from planning the event to after sales marketing.

The research method used in this thesis was theme interviews. One interviewee was a representative of the Nenäpäivä foundation, two were lecturers of event production and management study unit and five were students who attended the study unit. The results were written along the interview themes. At first the results from the interviews with the teachers were analysed, then from the interviews with the representative of the Nenäpäivä foundation and last from the interviews with the students.

The outcome of this thesis is a summary of the collaboration between Laurea and the Nenäpäivä foundation and development proposals to deepen and improve the collaboration as well as to suggest how the Nenäpäivä foundation can implement the collaboration method with other universities of applied sciences. The results are useful when the event production and management study unit is executed the next time. It can also be used as a model of integrating studies and charity.

Keywords: Charity, educational cooperation, event production, fund-raising,

## Sisällys

|       |   |    |
|-------|---|----|
| 1     | Johdanto .....  | 6  |
| 2     | Toimintaympäristön kuvaus .....                             | 7  |
| 3     | Tapahtuma ja tapahtuma-ala .....                            | 8  |
| 3.1   | Kolmas sektori ja non-profit organisaatio .....             | 10 |
| 4     | Tapahtuman järjestämisen lähtökohdat .....                  | 12 |
| 4.1   | Tapahtuman tavoite ja viesti .....                          | 12 |
| 4.2   | Kohderyhmä.....   | 12 |
| 4.3   | Tapahtuman riskikartoitus ja riskienhallinta.....           | 13 |
| 4.4   | Sidosryhmien tunnistaminen ja priorisointi .....            | 14 |
| 4.5   | Sponsorointi.....   | 14 |
| 4.6   | Tapahtuman järjestämisen työnjako ja vastuuhenkilöt.....    | 15 |
| 4.7   | Työvoiman ja vapaaehtoisten rekrytointi ja johtaminen ..... | 16 |
| 5     | Tapahtumaprosessi.....                                      | 18 |
| 5.1   | Suunnitteluvaihe .....                                      | 18 |
| 5.2   | Toteutusvaihe .....   | 19 |
| 5.3   | Jälkimarkkinointivaihe .....                                | 20 |
| 6     | Haastattelut.....   | 21 |
| 6.1   | Haastattelu ja teemahaastattelu .....                       | 21 |
| 6.1.1 | Litterointi ja aineiston analysointi teemoittain .....      | 22 |
| 6.2   | Haastattelujen toteutus .....                               | 22 |
| 6.3   | Haastattelujen tulokset.....                                | 23 |
| 6.3.1 | Opettajien haastattelu.....                                 | 24 |
| 6.3.2 | Nenäpäiväsäätiön edustajan haastattelu .....                | 26 |
| 6.3.3 | Opiskelijoiden haastattelut .....                           | 27 |
| 6.4   | Yhteenveto ja kehitysehdotukset .....                       | 29 |
| 7     | Johtopäätökset .....  | 31 |

## 1 Johdanto

Nenäpäiväsäätiö on non-profit organisaatio, joka auttaa heikoimmassa asemassa ja suurimassa avuntarpeessa olevia lapsia. Kaikki mahdollinen apu tulee tarpeeseen, jotta kampanjan tuotot saadaan maksimoitua ja tärkeä asia saatettua ihmisten tietoisuuteen. Tämä on oiva paikka yhteistyölle erilaisten oppilaitosten kanssa, sillä yhteistyöstä saatava hyöty on molempuolista. Nenäpäivätempauksen järjestäminen voidaan liittää moneen erilaiseen opintojaksoon ja opiskelijat voivat oppia paljon monelta eri alueelta tehden samalla hyväntekeväisyttä.

Vuonna 2018 Laurea osallistui Nenäpäiväkeräykseen opiskelijoiden toteuttamilla neljällä Nenäpäivätempauksella eri kauppakeskuksissa Espoossa, Helsingissä ja Vantaalla. Tempaukset järjestettiin osana tapahtuman tuottaminen ja johtaminen -opintojaksoa. Lisäksi tempausten markkinointi toteutettiin osana tapahtuman markkinointi -opintojaksoa.

Tässä opinnäytetyössä tuodaan esiin Laurean tämänhetkinen oppilaitosyhteistyö Nenäpäiväsäätiön kanssa ja selvitetään mitä hyötyjä opiskelijat siitä saavat. Työn tavoitteena on tuottaa kuvaus Nenäpäiväsäätiön ja Laurea-ammattikorkeakoulun yhteistyöstä ja esittää siihen kehitysehdotuksia. Työn tarkoituksena on syventää jatkossa yhteistyötä Laurean ja Nenäpäiväsäätiön välillä. Opinnäytetyö toimii myös pilottina AMK-yhteistyöstä, jota Nenäpäiväsäätiö voi hyödyntää oppilaitosyhteistyön jalkauttamisessa muihin ammattikorkeakouluihin.

Työn alussa toimintaympäristön kuvauksessa kerrotaan Nenäpäivästä ja Nenäpäivä-säätiöstä. Tämän jälkeen on vuorossa tapahtuman määrittely ja luokittelu sekä tapahtuma-alan ja kolmannen sektorin. Seuraavaksi kerrotaan ensin tapahtuman järjestämisen lähtökohdista ja sen jälkeen käydään läpi tapahtumaprosessi vaiheittain. Teoriaosuuden jälkeen esitellään työssä käytetyt tiedonkeruumenetelmät. Tämän jälkeen esitellään selvityksen tulokset. Lopuksi johdopäätöksissä arvioidaan opinnäytetyön onnistumista.

## 2 Toimintaympäristön kuvaus

Nenäpäivä on varainkeruukampanja, jonka tarkoituksena on edistää ihmisarvoisen elämän toteutumista maailman lapsille. Kampanja järjestetään kerran vuodessa loka-marraskuun aikana. Nenäpäivä auttaa kaikista heikoimmassa asemassa olevia lapsia keräämällä varoja pitkäkestoiseen kehitysyhteistyöhön sekä edistämällä globaalia oikeudenmukaisuutta yhteisen kansanliikkeen ja viihteen voimalla. Varoja hankitaan yhdeksän järjestön kehitysyhteistyöhankkeisiin Afrikassa, Aasiassa sekä Etelä-Amerikassa. Nenäpäivän keräämät varat kohdennetaan neljään aihealueeseen, jotka ovat terveys, turva, koulutus sekä ravinto. (Nenäpäivä 2018.)

Ohjaamalla varat hyvin suunniteltuun hanketyöhön, saadaan joka vuosi aikaan pysyviä muutoksia tuhansien lasten elämässä. Tavoitteena on auttaa lapsia heidän kotimaassaan niin, että heidän elämänsä siellä olisi turvallista. Ruohonjuuritason auttamisen lisäksi Nenäpäivä tukee vaikuttamistyötä, jonka avulla jaetaan kehitysmaihin tietoa ja taitoja sekä pyritään muuttamaan lakeja, asenteita ja rakenteita. Tällainen työ on pitkäjänteistä ja avun tarve siksi jatkuvaa. Nenäpäivän visiossa jokainen suomalainen edistää maailmaa, jossa toteutuu lasten ihmisarvoinen elämä. (Nenäpäivä 2018.)

Nenäpäiväsäätiö kerää varoja monin tavoin. Nenäpäivän nettisivuilla olevan linkin (<https://donation.securycast.com/nenapaiva>) kautta kuka tahansa voi tehdä kertalahjoituksen. Erilaiset yritykset, yhteisöt ja oppilaitokset voivat tilata lahjoituslaskun toivomalleen summalle tai vaihtoehtoisesti tehdä lahjoituksen verkkopankin kautta. Lisäksi kuka tahansa yksityishenkilö tai mikä tahansa yhteisö tai yritys voi järjestää omanlaisensa nenäpäivätempauksen varojen keräämiseksi. Nenäpäiväsäätiöltä voi tilata tempauksen tueksi maksuttoman materiaalipaketin, joka sisältää esitteitä, tarroja sekä ilmapalloja. (Nenäpäivä 2018.)

Tempaisemisen ja lahjoittamisen lisäksi hyvän tekemiseen voi osallistua tukemalla muiden tempauksia ja levittämällä tietoa Nenäpäivästä somessa. Kampanjaan on osallistunut vuosien mittaan useita eri julkisuuden henkilöitä levittämällä sanaa ja järjestämällä erilaisia tempauksia. Esimerkiksi vuonna 2018 YleX Aamun Ville ”Viki” Eerikkilä ja Juuso ”Köpi” Kallio juonsivat 40-tunnin pituisen suoran ”Naurumaraton”-lähetyksen, jossa kerättiin kahden päivän aikana yli 100 000€. Nenäpäivä-kampanja huipentuu Nenäpäivä-show’hun, Suomen suurimpaan hyväntekeväisyyslähetykseen, joka lähetetään Yle TV2:lla. (Nenäpäivä 2018.)

Laurea-ammattikorkeakoulu (Laurea) on osallistunut Nenäpäiväkeräykseen useana vuonna opiskelijoiden toteuttamalla erilaisilla tempauksilla. Laurea järjesti tempauksia aiemmin itsenäisesti, mutta vuonna 2016 Laurea teki virallisen yhteistyösopimuksen Nenäpäiväsäätiön kanssa, jolloin Nenäpäiväsäätiö tuli vahvemmin mukaan yhteistyöhön ja yhteistyöstä tuli tiiviimpää. Koska Laureassa on pidetty Nenäpäivästä ja järjestetyt projektit ovat olleet

mieluisia opiskelijoille, on keskusteltu pitkäjänteisestä ja pitkäkestoisesta yhteistyöstä.

Vuonna 2018 Laurea ja Nenäpäiväsäätiö tekivät kaksivuotisen sopimuksen yhteistyöstä, jossa Laurean opiskelijat tuottavat varainhankinnallisia tempauksia pääkaupunkiseudun kauppakeskuksissa. (Nenäpäiväsäätiön edustaja 2018.)

Yleisradio tukee Nenäpäiväkampanjaa ohjelmatoiminnallaan ilman veloitusta. Ylen lisäksi Nenäpäivään osallistui vuonna 2017 suuri määrä yrityksiä toteuttamalla monenlaisia näkyviä henkilöstö-, myynti- ja markkinointikampanjoita sekä osallistumalla paikallisten Nenäpäivätempausten järjestelyihin vapaaehtoisten rinnalla. Yrityskumppaneiden määrä nousi selvästi verrattuna aiempiin vuosiin. Kampanja oli näkyvästi esillä julkisessa tilassa sekä kauppakeskuksissa tuhansilla mainospaikoilla ja digitaalisilla pinnoilla, jotka oli saatu käyttöön veloituksetta. Kampanjan näkyvyyttä paransi merkittävästi useiden yritysten tarjoama ilmainen markkinointi. Lisäksi Lions clubit sekä sadat koulut, päiväkodit ja oppilaitokset osallistuivat Nenäpäivään järjestämällä lipaskeräyksiä, kauppakeskustapahtumia, myyjäisiä, arpajaisia ja konsertteja ympäri Suomea. (Nenäpäiväsäätiön vuosikertomus 2017, 24.)

### 3 Tapahtuma ja tapahtuma-ala

Tapahtumalle on monenlaisia määritelmiä. Määrittely riippuu määritelmän tekijän näkökulmasta. Tapahtuma-alan ammattilaisten puhuessa tapahtumista, he eivät tarkoita luonnonilmiöitä tai muita sattumuksia, vaan suunniteltuja ihmisten kokoontumisia. Tällaiseen suunniteltuun tapahtumaan kokoontuva ihmisryhmä voi koostua tapauksesta riippuen esimerkiksi perheestä ja ystäväpiiristä, kollegoista ja työkontakteista tai toisilleen täysin tuntemattomista henkilöistä. Tapahtumat ovat näiden ihmisten normaaleista päivärutiineista poikkeavia tilaisuuksia, joilla on henkilökohtaisia, organisationaalisia, kulttuurillisia tai vapaa-ajan viettoon liittyviä tavoitteita. Tapahtuma voi olla, ja usein on, jonkin kulttuurillisen rituaalin esitys, kuten esimerkiksi häät, hautajaiset, rippijuhlat, valmistujaiset tai sadonkorjuujuhlat. Suunnitellulla tapahtumalla on määriteltävissä oleva alku ja loppu sekä jonkinlainen ohjelma. Vaikka tapahtumilla voi joskus olla huomattavia samankaltaisuuksia, ei yksikään tapahtuma ole toisen täydellinen toisinto vaan tapahtumat ovat aina ainutkertaisia. Tapahtumalle tyypillisiä ominaisuuksia ovat siis väliaikaisuus, ainutkertaisuus ja ihmisten kohtaaminen. (Bladen, Kennell, Abson & Wilde 2012, 3-8; Downson & Bassett 2018, 1-2; Getz 2012, 37; Shone & Parry 2013, 6.)

Tapahtumia voidaan luokitella monin eri tavoin. Shone ja Parry (2013, 7-8) aloittavat luokittelun jakamalla tapahtumat neljään kategoriaan niiden tavoitteiden perusteella. Nämä kategoriat ovat virkistystapahtumat, kulttuuritapahtumat, organisationaaliset tapahtumat sekä henkilökohtaiset tapahtumat. He kuitenkin huomauttavat, että jaottelu näihin tai muihinkaan luokkiin ei ole lainkaan yksioikoista ja että useasti tapahtumat voivat sopia useaan eri kategoriaan. Esimerkkinä tapahtumasta, joka sopii useampaan mainituista kategorioista, he antavat opiskelijan valmistujaisjuhlat. Kyseessä on opiskelijan ja hänen perheensä henkilökohtainen



tapahtuma, mutta samalla myös oppilaitoksen organisaationaalinen tapahtuma. Koska tapahtumat vaihtelevat huomattavasti kokonsa ja monimutkaisuutensa osalta, Shone ja Parry (2013, 8-9) tyypittelevät tapahtumat myös niiden organisaationaalisen monimutkaisuuden ja ennalta-arvaamattomuuden mukaan. Organisaationaalisen monimutkaisuuden määrittelyksi he ovat jakaneet tapahtumat tyypeihin, jotka vaihtelevat henkilökohtaisten tapahtumien ja kansainvälisten tapahtumien välillä. Organisaatiollisella ennalta-arvaamattomuudella he puolestaan tarkoittavat sitä, kuinka hankalaa alkuvaiheessa on arvioida tapahtuman vaatimia teknisiä edellytyksiä ja aikataulua sekä sen aiheuttamia kuluja. He huomauttavat, että vaikka tapahtuma muuten olisi vaatimuksiltaan melko yksinkertainen, voi osallistujien määrä tehdä siitä merkittävästi monimutkaisemman. Tämä rajallisuus tulee ottaa huomioon kyseisenlaista tyypittelyä käytettäessä. Pelkkä tapahtuman koko saattaa olla ratkaiseva tekijä siinä, pystyykö perheenjäsen tai harrastelija järjestämään tapahtuman vai tarvitseeko työhön palkata ammattimainen tapahtumanjärjestäjä.

Yksi yleinen tapa luokitella tapahtumia on niiden koon ja vaikutuksen mukaan. Tiedyt tapahtumat houkuttelevat suunnattomia yleisöjä niin paikanpäälle kuin television välityksellä ja saavat valtavaa huomiota sosiaalisessa mediassa, kun taas joidenkin tapahtumien osallistujamäärät jäävät selvästi pienemmiksi. Jotkut tapahtumat jäävät ihmisten mieliin ikimuistoisina ja vaikuttavat heidän elämäänsä, kun taas toisten tapahtumien vaikutus jää suhteellisen pieneksi. Paikallistapahtumat (Local events) eivät todennäköisesti vedä puoleensa suurta yleisöä tai laajaa mediahuomiota. Niiden järjestämiseen vaadittava aika ja resurssit ovat suhteellisen pieniä ja paikallisyhteisön jäsenet sekä paikalliset yritykset ovat todennäköisesti osallisena niiden järjestämisessä. Tyypillisiä paikallistapahtumia ovat esimerkiksi kyläjuhlat tai sukuseuran kokous. Suurtapahtumiksi (Major events) puolestaan voidaan laskea tapahtumat, jotka houkuttelevat seudulle runsaasti vierailijoita lähialueen ulkopuolelta. Suurtapahtumien järjestämisen tärkein syy on kasvattaa lähialueen ulkopuolelta tulevaa kassavirtaa paikallisissa yrityksissä. Suurtapahtumat saavat helposti huomiota mediassa ja houkuttelevat näin lisää vierailijoita seudulle. Suurtapahtumia ovat esimerkiksi taide- ja kulttuurifestivaalit. Merkkitapahtumiksi (Hallmark events) kutsutaan sellaisia tapahtumia, jotka samaistetaan niin vahvasti paikkaan, jossa tapahtuma järjestetään, että niistä tulee lähes synonyymejä paikannimelle. Hyvä kotimainen esimerkki merkkitapahtumasta on Ilosaarirock. Ilosaarirock pidettiin nimensä mukaisesti ennen Joensuun Ilosaareen, mutta nykyisin tapahtuma on siirtynyt Laulurinteelle. Kuitenkin, jos joku sanoo menevänsä Ilosaareen, olettavat ihmiset heti hänen menevän Ilosaarirock-festivaaleille. Kuten jo nimestä voi päätellä, kooltaan ja vaikutukseltaan suurin kategoria tapahtumille on Megatapahtumat (Mega-events). Kansainvälinen turismin tieteellisten asiantuntijoiden järjestö (AIEST) ehdotti vuonna 1987, että megatapahtuman määritelmä tulisi perustua miljoonaan vierailijaan, nykyrahassa n.750 miljoonan euron pääomakuluihin sekä maineeseen tapahtumana, joka on pakko nähdä. Joka tapauksessa Megatapahtumat ovat tapahtumia, joilla on pitkäaikaisia vaikutuksia järjestävälle kaupungille. Ehkä paras esimerkki

megatapahtumasta on joka neljäs vuosi järjestettävät Olympialaiset, jotka houkuttelevat paikalle urheilijoita sekä katsojia ympäri maailman ja jota jopa miljardit ihmiset seuraavat television välityksellä. Olympialaisilla on potentiaalia tuottaa huomattavia taloudellisia hyötyjä isäntäkaupungilleen, mutta isännöimisen aiheuttamat kulut voivat myös tarkoittaa jättimäisiä velkoja, jollei järjestämistä hallinnoida huolellisesti. (Downson & Bassett 2018, 4-5; Quinn 2013, 15-16.)

Tapahtuma-alan markkinoita voidaan jaotella erilaisiin luokkiin niiden koon, tavoitteen tai organisaationaalisen monimutkaisuuden ja ennalta-arvaamattomuuden mukaan. Vielä eräs tapa jaotella tapahtuma-alaa on jakaa se sektoreittain julkiseen, yksityiseen ja vapaaehtois-, eli kolmanteen sektoriin. Tapahtuman määrittelyt alan kirjallisuudessa pohjautuvat usein näkökulmaan, jossa tavoitellaan taloudellisen voiton tekemistä. Kuitenkin, toisin kuin puhtaasti kaupallisilla toimialoilla, tapahtumia ei järjestetä pelkästään rahan tuottamiseksi. Esimerkkejä henkilökohtaisista tapahtumista, julkisen sektorin tuottamista tapahtumista, vapaaehtoistapahtumista ja hyväntekeväisyystapahtumista löytyy paljon sekä maailmanlaajuisesti että pienissä yhteisöissä järjestettävien tapahtumien joukosta. Vaikka näitäkin tapahtumia järjestetään usein isolla budjetilla ja vakavaraisten organisaatioiden toimesta, ne eivät aina sisällä samoja hallinnollisia ja suunnittelullisia piirteitä, kuin tuottoa tavoittelevan sektorin vastineet. Julkinen sektori pitää sisällään organisaatiot, jotka ovat joko suorassa valtiovallan alaisuudessa tai saavat pääasiallisen rahoituksensa julkisista lähteistä. Julkinen sektori eroaa yksityisestä siten, että se on vastuullinen kansalaisille ja äänestäjille, eikä osakkaille ja sijoittajille. Tämä vaikuttaa siihen, miten tapahtumia ja niiden järjestämisessä mukana olemista arvioidaan. Julkisen sektorin tapahtumien voidaan ajatella eroavan sisällöltään ja muotoilultaan yksityisen sektorin tapahtumista, mutta lähiaikoina tapahtuneen julkisen sektorin yksityistäminen ja ulkoistaminen on hämähäyttänyt eroja. (Tum ym. 2006, 11; Bladen ym. 2012, 277-278.)

### 3.1 Kolmas sektori ja non-profit organisaatio

Yksityisen ja julkisen sektorin välissä, usein myös yhdistämässä näitä, on kolmas sektori, joka tunnetaan myös nimillä vapaaehtoissektori, hyväntekeväisyyssektori ja järjestökenttä. Tapahtumien tuottamisen puolella nykyaikaiset kolmannen sektorin organisaatiot sisältävät usein yhä vahvan vapaaehtois- tai hyväntekeväisyys-elementin, mutta saattavat kuitenkin toimia voittoa tavoittelevan yrityksen tapaan. Tällöin ne toimivat sosiaalisen yrityksen tavoin, tavoittelemalla taloudellisen kannattavuuden ohella yleistä yhteiskunnallista hyötyä. Kolmannen sektorin organisaatiot järjestävät tapahtumia verkostoitumis- ja koulutustarkoituksissa sekä kerätäkseen varoja ja saadakseen julkisuutta edistämälleen asialle. Kolmas sektori on erittäin moninainen käsittäen kaikkea erilaisista kansalaisjärjestöistä pieniin paikallisiin kampanjaryhmiin. Johtuen tästä moninaisuudesta myös kolmannella sektorilla järjestettyjen tapahtumien skaala on laaja sisältäen kulttuurillisia tapahtumia, verkostoitumistapahtumia, konferensseja,

yhteisöjen juhlia sekä varainkeruutapahtumia. Monet erityyppiset varainkeruutapahtumat ovat erittäin yleisiä kolmannen sektorin tapahtumia. Tyypillisiä varainkeruutapahtumia ovat gaalaillliset, konsertit, viihde-esitykset, huutokaupat, julkkisten urheilutapahtumat sekä sponsoroidut kestävyysurheilukisat. Näitä tapahtumia voidaan järjestää eri syistä, kuten esimerkiksi tietoisuuden kasvattamiseksi, uusien tukijoiden hankkimiseksi tai olemassa olevien tukijoiden palkitsemiseksi heidän sitoutumisensa säilyttämiseksi. Varainkeruutapahtumat eivät välttämättä ole kovin tehokkaita tekemään rahallista tuottoa, mutta ne voidaan nähdä strategisena lähestymistapana varainkeruuseen. Varainkeruutapahtumien avulla voidaan luoda suhteita ja lisätä tietoisuutta hyväntekeväisyyden kohteena olevasta asiasta. (Bladen ym. 2012, 288, 291-292.)

Non-profit organisaatiolla tarkoitetaan organisaatiota, jonka ensisijaisena pyrkimyksenä ei ole voiton tuottaminen, vaan sille tärkeää on se, minkä vuoksi ja mitä kohderyhmää varten toimintaa harjoitetaan. Non-profit organisaatiolla on siis organisaatioittain vaihtuva missio ja sen toteuttamiseen vaaditaan panostuksia organisaatiossa monilta sidosryhmiltä. Tarvittavia panostuksia voivat olla esimerkiksi henkilöstön työpanos, tukijoiden lahjoitukset ja yhteistyökumppaneiden panokset. Panostusten synnyttämiseksi, ylläpitämiseksi ja kasvattamiseksi tarvitaan myös työtä. (Vuokko 2003, 14.)

Vaikka non-profit organisaation ensisijaiset tavoitteet eivät ole taloudellisia, se ei tarkoita, etteikö sillä olisi myös taloudellisia tavoitteita. Organisaatio voi pyrkiä kattamaan taikka minimoimaan toiminnan kulut, minimoimaan alijäämän tai saavuttamaan myös jonkinlaisen rahallisen ylijäämän. Taloudellisten tavoitteiden saavuttamiseksi voi esimerkiksi järjestö kerätä jäsenmaksuja tai pääsymaksuja erilaisiin tilaisuuksiin tai kerätä rahaa erilaisten tempausten avulla. Non-profit organisaation mahdollisesti tuottamaa ylijäämää ei jaeta omistajille, vaan se käytetään ja sitä kerätään, jotta organisaatio voisi toteuttaa missiotaan entistä paremmin. (Vuokko 2003, 20.)

Myös non-profit organisaatiot tarvitsevat rahaa toimintaansa. Toiminnasta syntyy yleensä kustannuksia, vaikkei palkattuja työntekijöitä olisikaan ja koko toiminta perustuisi vapaaehtoistyöhön. Mitä tehokkaammin ja taloudellisemmin organisaatio toimii, sitä enemmän resursseja jää mission toteuttamiseen. Hyväntekeväisyysjärjestöt eivät usein saa kohderyhmältään rahaa tai muuta panosta. Tässä tapauksessa niiden toiminta rahoitetaan julkisella tuella sekä yksityisten kansalaisten ja yritysten lahjoituksilla. Hädänalaisten auttamisesta vastineeksi saadaan yleensä hyvää mieltä. Yritykset voivat lahjoittamalla myös osoittaa sosiaalista vastuuta sekä saada positiivista julkisuutta ja sponsorointisuhteen ollessa kyseessä myös selviä liiketoimintaetuja. (Vuokko 2003, 20-23.)

#### 4 Tapahtuman järjestämisen lähtökohdat

Tässä kappaleessa esitellään asioita, jotka on syytä ottaa huomioon ennen kuin tapahtumaa aletaan järjestää. Kappaleessa keskityttiin erityisesti tapahtuman tuottaminen ja johtaminen -opintojaksolla läpikäytyihin ja hyväntekeväisyystapahtumaa järjestettäessä huomioitaviin asioihin. Kappaleessa kerrotaan tapahtuman tavoitteesta ja viestistä, kohderyhmästä, tapahtuman riskien kartoittamisesta ja hallinnasta, sidosryhmien tunnistamisesta ja priorisoinnista, sponsoroinnista sekä työvoiman ja vapaaehtoisten rekrytoinnista ja johtamisesta.

##### 4.1 Tapahtuman tavoite ja viesti

Jokaisella tapahtumalla on tavoite ja tapahtuman järjestäjän tulisi tietää ja ymmärtää se. Tavoitteena voi olla esimerkiksi yrityksen myynnin lisääminen, sen työntekijöiden tai yhteistyökumppaneiden palkitseminen, kouluttaminen ja motivointi, taikka varojen keruu tai julkisuuden hankkiminen asialle, jota järjestäjä pitää tärkeänä. Tapahtumaa suunniteltaessa tulisi itse tapahtuman osa-alueiden suunnittelemisen lisäksi ottaa huomioon haluttu konkreettinen muutos, joka tapahtumalla saadaan aikaan. Näin tapahtuman onnistumista voidaan helpommin ja paremmin mitata jälkeenpäin. (Vallo & Häyrynen 2014, 110-115.)

Tapahtuman järjestämisen syiden miettimisen lisäksi organisaation kannattaa pohtia ja tiedostaa, mitä tapahtumalla ja tapahtumassa halutaan viestiä. Organisaation arvoista kertoo se, millaisia tapahtumia se järjestää tai minkälaisiin tilaisuuksiin se sidosryhmiään kutsuu. Ennen tapahtumaa tapahtumanjärjestäjän tulee selvittää itselleen tapahtumalla viestittävät asiat. Tämä auttaa löytämään eri elementit, joiden avulla viestien välittämistä tapahtumassa voidaan tehostaa. (Vallo & Häyrynen 2014, 116.)

Yksi merkittävä lähtökohta onnistuneelle tapahtumalle on kaikkien niiden elementtien hallinta, jotka itsessään jo viestivät jotain organisaation omien tavoitteiden lisäksi. Tällaisia tapahtuman viestiin vaikuttavia elementtejä ovat esimerkiksi tapahtumapaikka, tapahtuman ohjelma, ajankohta, tarjoilu ja teema sekä isännät ja heidän käyttäytymisensä. Jotta kaikki tapahtuman järjestelyihin osallistuvat voivat toimia yhdessä halutun viestin välittämiseksi ja yhteisen tavoitteen suuntaisesti, tulee tapahtuman haluttu tavoite ja viestit tehdä heille selviksi. (Vallo & Häyrynen 2014, 116-118.)

##### 4.2 Kohderyhmä

Tapahtuman kohderyhmällä tarkoitetaan ihmisiä, jotka tulevat osallistumaan tapahtumaan. Tapahtuman kohderyhmä voi muodostua suuresta yleisöstä, rajatusta kutsuvierasjoukosta tai avoimesta kutsuvierasjoukosta. Joissain tapauksissa, kuten esimerkiksi urheilukilpailuissa, kohderyhmä saattaa seurata tapahtumaa viihdemielessä ja joskus vain television tai

internetin välityksellä. Samalla tapahtumalla voi olla monta eri kohderyhmää. (Shone & Parry 2013, 197.)

Jotta osataan tehdä oikeankokoinen ja -näköinen tapahtuma, tulee kohderyhmä tuntee riittävästi hyvin. Kohderyhmä ja sen koko yhdessä tapahtuman tavoitteen kanssa määrittävät usein jo valmiiksi sen, millaista tapahtumaa ollaan järjestämässä. Joka tapauksessa erityisen tärkeää on muistaa, ettei tapahtumaa olla järjestämässä itselle, joten omat mieltymykset tulee sivuuttaa ja suunnitella tapahtuma kohderyhmä huomioiden. (Vallo & Häyrinen 2014, 121, 124.)

Esittämällä erilaisia demografisiin tekijöihin, siviilisäättyyn ja mieltymyksiin liittyviä kysymyksiä kohderyhmästä, voidaan helpottaa päätöksiä jatkosuunnitelmista. Kuitenkin, mitä suurempi tapahtuma on, sitä todennäköisemmin osallistujat edustavat erilaisia ihmisryhmiä ja omaavat erilaisia mieltymyksiä. Tällaisessa tapauksessa tarkempi kohderyhmän segmenttien tutkimus saattaa tulla tarpeeseen. (Shone & Parry 2013, 197; Vallo & Häyrinen 2014, 123.)

#### 4.3 Tapahtuman riskikartoitus ja riskienhallinta

Tapahtuman riskienhallinta on sitä, että tiedostetaan asiat, joilla tapahtuessaan voisi olla epäsuotuisia seurauksia, ja tehdään suunnitelmat niiden ehkäisemiseksi. Aluksi riskit kartoitetaan ja niiden luonne määritellään. Sen jälkeen niiden todennäköisyys sekä merkittävyys arvioidaan. Riskien kartoittamisen ja arvioimisen jälkeen tehdään suunnitelmat ja päätökset riskien tai niiden seurauksien minimoimiseksi tai eliminoimiseksi. Riskeistä ja niiden ehkäisemiseksi tehdyistä suunnitelmista tulee myös kommunikoida ja varmistaa, että kaikki tapahtuman työntekijät ja alihankkijat ovat niistä tietoisia. (Tum, Norton & Wright 2006, 149-150; Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 54.)

Turvallisuus on erittäin tärkeä kysymys tapahtuman onnistumiselle. Puutteilla tapahtuman turvallisuudessa voi olla negatiivisia vaikutuksia tapahtumalle ja ne voivat joissain tapauksissa johtaa vakaviin vahinkoihin, oikeusjuttuihin ja jopa rikossyytteisiin. Siksi tärkeä osa tapahtuman suunnittelua on tapahtuman rakennus ja purkuvaiheissa sekä itse tapahtuma-aikana olemassa olevien terveys- ja turvallisuusriskien tunnistaminen. Tämän vuoksi tapahtuman järjestäjän tulisi tehdä tapahtumalle turvallisuussuunnitelma. (Fenich 2014, 94.)

Tapahtuman riskit eivät liity ainoastaan turvallisuuteen ja myös muilla, kuin turvallisuuteen liittyvillä riskeillä voi olla kohtalokkaita vaikutuksia. Siksi riskit tulisi kartoittaa kokonaisvaltaisesti. Esimerkiksi tapahtuman pääsiintyjä saattaa estyä pääsemästä paikalle tai jokin alihankkijoista voi mennä konkurssiin juuri ennen tapahtumaa. Katastrofin välttämiseksi myös tällaisten riskien toteutumisen varalta täytyy olla varatoimintasuunnitelmia. Joidenkin riskien seuraukset voivat olla myös osittain positiivisia. Ulkoilmatapahtumaan voi ilmaantua

odotettua enemmän väkeä, mikä voi joskus olla hyvä asia, mutta tällöin vessoja ja roskakoreja tarvitaankin suunniteltua enemmän. (Tum ym. 2006, 150-151.)

#### 4.4 Sidosryhmien tunnistaminen ja priorisointi

Sidosryhmillä tarkoitetaan kaikkia sellaisia ryhmiä ja henkilöitä, joilla on vaikutuksia organisaation toimintaan, tai joihin organisaation toiminta vaikuttaa. Johtuen alan luonteesta, tapahtumat ovat usein vahvasti riippuvaisia monista erilaisista sidosryhmistä, joita voivat olla esimerkiksi erilaiset järjestöt, tavarantoimittajat, kilpailijat, partneriyhtykset, viranomaiset, tapahtuman työntekijät, paikalliset asukkaat sekä tapahtumavieraat. On tärkeää, että tapahtumanjärjestäjä miettii mitä kukin sidosryhmä tapahtumalta odottaa ja haluaa sen avulla saavuttaa. Tärkeimmillä sidosryhmillä on suuri vaikutus tapahtuman onnistumiseen ja tämän vuoksi on oleellista hallita sidosryhmäsuhteita huolellisesti ja tehokkaasti, sekä varmistaa, että kaikki tärkeät sidosryhmät ovat halukkaita työskentelemään yhdessä tapahtuman onnistumisen eteen. (Quinn 2013, 139-140; Downson & Bassett 2018, 35-36.)

Eri asiat ovat merkitseviä eri sidosryhmille, eikä ole erityisen epätavanomaista, että nämä asiat menevät ristiin. Rahoituslaitokset ja tavarantoimittajat ovat yleensä kiinnostuneita vain sijoituksensa taloudellisesta turvallisuudesta, kun taas tapahtumapaikan lähistöllä asuvat ihmiset saattavat olla huolissaan metelistä, roskaamisesta tai tapahtuman aiheuttamasta ruuhkasta. Tapahtumanjärjestäjälle ei aina ole helppoa tai edes mahdollista pitää kaikkia sidosryhmiä tyytyväisinä. Onnistuneen tapahtuman järjestämiseksi järjestäjän täytyy asettaa sidosryhmät tärkeysjärjestykseen ja varmistaa, ettei ketään tärkeää jätetä huomiotta tai pahastuteta. Sidosryhmäperspektiiviä, jossa keskitytään tapahtumaprojektin avainsidosryhmien tunnistamiseen ja niiden keskinäisten suhteiden hallintaan, käytetään laajalti tapahtumalalla. (Bladen ym. 2012, 27; Downson & Bassett 2018, 36; Tum ym. 2006, 64.)

Kätevä työkalu sidosryhmien tärkeysjärjestykseen asettamisessa on valta-kiinnostus-taulukko, jossa sidosryhmät jaetaan neljään eri luokkaan perustuen niiden valtaan ja kiinnostukseen tapahtumaa kohtaan. Malli esittelee jokaiselle sidosryhmäluokalle lähestymistavan kommunikoinnille niiden kanssa. Sidosryhmiä, joiden valta ja kiinnostus ovat vähäisiä, tulisi ainoastaan tarkkailla uhraamatta niille liikaa vaivannäköä. Sidosryhmät, joilla on vain vähän valtaa, mutta suuri kiinnostus tapahtumaa kohtaan, on syytä pitää informoituna. Ryhmät, joilla on paljon valtaa, mutta vähäinen kiinnostus, tulee pitää tyytyväisenä. Huomionarvoisin sidosryhmäluokka on sellaiset, joilla on paljon valtaa ja suuri kiinnostus. Tämä ryhmä on pidettävä informoituna ja sitä tulisi hallinnoida sekä pitää silmällä tarkasti. (Downson & Bassett 2018, 36-37.)

#### 4.5 Sponsorointi

Sponsorointi toimii yrityksille keinona viestiä omista kiinnostuksen kohteistaan, pyrkimyksistään tai tuotteistaan ja palveluistaan liittämällä ne johonkin kohteeseen, joka sisältää tavoiteltavia merkityksiä. Sponsoroidessaan yritys siis vuokraa jonkun yksilön, ryhmän, tilaisuuden tai toiminnan imagoa ja käyttää sitä hyväkseen markkinointiviestinnän tarkoituksiin. Sponsoroinnin avulla yritys tavoittelee positiivista näkyvyyttä, tunnettuutta sekä mielikuvalisää. Sponsorointi on siis yritykselle yksi sen markkinointikeinoista ja osa markkinointiviestintää. (Vuokko 2003, 217.)

Sponsoroinnin kohteen saama hyöty on usein toiminnan mahdollistavaa rahallista tukea, mutta sponsorointisuhteesta voidaan saada muitakin etuja. Tällaisia etuja voivat olla esimerkiksi nimekkäiden sponsoreiden tuoma positiivinen julkisuus toiminnalle, uuden osaamisen ja asiantuntemuksen saaminen organisaatioon taikka mahdollisuus sellaisten tuotteiden tai palveluiden tarjoamiseen, joita sponsoroinnin kohde ei muuten pystyisi tarjoamaan yleisölleen. (Vuokko 2003, 220.)

Sponsorointi eroaa hyväntekeväisyydestä siten, että toisin kuin hyväntekeväisyydessä, yritys pyrkii saavuttamaan olennaista hyötyä sponsoroinnistaan, sponsoroinnille on asetettu selkeät markkinointitavoitteet ja julkisuus on keskeinen osa sponsorointia. Sponsoreiden saamiseksi tulisi pystyä tarjoamaan jotain sponsorin haluamaa ja osoittamaan se. Sponsorille tulisi olla kykenevä tarjoamaan mahdollisuuksia hyödyntää sponsorointikohdetta markkinoinnissa ja olla tarpeen vaatiessa valmis muuttamaan omaa toimintaa sponsorin tarpeiden tyydyttämiseksi. Sponsoroinnin kohteen tulee lisäksi suvaita julkisuus ja hoitaa oma osansa sen tuomista vaatimuksista. (Vuokko 2003, 222-223.)

Jos osapuolet päätyvät muodostamaan sponsorointisuhteen ja yhteistyöstä tulee vähänkin isompaa, on asiasta syytä tehdä kirjallinen sopimus. Sopimukseen tulisi kirjata mitä sponsoroidaan, mitkä ovat sopimuksen osapuolet ja sopimuksen voimassaoloaika, mitkä ovat osapuolten suhteesta saamat hyödyt ja koska ne realisoituvat sekä mitkä ovat toiminnan vastuualueet, oikeudet, rajoitteet ja periaatteet. (Vuokko 2003, 224.)

#### 4.6 Tapahtuman järjestämisen työnjako ja vastuuhenkilöt

Tapahtuman järjestäminen on tyypillinen vaiheittain etenevä projektityö, jolla on selvät tavoitteet ja oma aikataulunsa. Tapahtumalla on budjetti ja sitä varten on yleensä perustettu organisaatio, jolla on selkeät johtosuhteet. (Iiskola-Kesonen 2004, 8)

Keskeisin rooli koko tapahtumaprojektissa on projektipäälliköllä. Hänen vastuullaan on koko projektin johtaminen. Projektipäällikkö vastaa suunnitelman syntymisestä, budjetoinnista, alihankkijoista ja tapahtuman tuotannosta, toteutuksesta sekä seurannasta. Tämän vuoksi

projektipäällikön tulee olla täysin sitoutunut tehtäväänsä ja hänellä täytyy olla valtuus tehdä tapahtumaan liittyviä päätöksiä. (Vallo & Häyrinen 2014, 228.)

Hyvän projektipäällikön tulee osata johtaa, raportoida ja delegoida työtehtäviä sekä tehdä päätöksiä projektiin liittyvistä asioista. Hän kannustaa ja innostaa muita sekä luo järjestelmän, jonka avulla hän tietää jatkuvasti projektin tilanteen. Projektipäälliköllä täytyy olla selkeä kuva eli visio siitä, millainen ja minkä näköinen tapahtumasta tulee. Tämä visio hänen tulisi myös pystyä viestimään projektitiimille pontevasti ja siten, että tiimi sisäistää sen oikein. (Vallo & Häyrinen 2014, 228, 230-231.)

Oleellinen osa menestyksestä projektinhallintaa on työtiimi, joka kykenee suoriutumaan annetuista tehtävistä ajallaan. Lisäksi on välttämätöntä, että tiimin jäsenet ja eri tiimit pysyvät työskentelemään tehokkaasti keskenään. Tapahtuman työtiimi voidaan joskus pilkkoa pienemmiksi ryhmiksi tuottavuuden tehostamiseksi. Tapahtuma-alan toiminnallisesta ja labiilista luonteesta johtuen työtiimit ovatkin siis joskus pilkottuja ja usein muuttuvia. Tämän vuoksi on tärkeää, että tapahtuman projektipäällikkö tiedostaa ryhmän yhteenkuuluvuuden tunteen tärkeyden. Tapahtumaorganisaation rakennetta ja rooleja voidaan visualisoida käyttämällä työnositus-menetelmää (englanniksi Work Breakdown Structure, WBS). Siitä ilmenee yhtäläisyydet, joita tapahtumaorganisaatiolla on projektinhallinnan kanssa. Työnositusmenetelmässä visualisoidaan eri työtiimien tai työntekijöiden tehtävät ja roolit, jotka heidän tulee projektin tavoitteen saavuttamiseksi toteuttaa. (Pielichaty, Els, Reed & Mawer 2017, 59-60, 62.)

Kriittisellä polulla tarkoitetaan sarjaa sellaisia tehtäviä, jotka tulee toteuttaa tietyssä järjestyksessä ja aikataulussa, jotta projekti saadaan toteutettua menestyksekkäästi ajallaan. Määrittelemällä jokaisen tehtävän suorittamiselle aikaraja, voidaan tehokkaasti laskea, kauanko projektin ja sen osien suorittamiseen kuluu. Tämä on arvokasta tietoa, jonka avulla voidaan viestiä sidosryhmille projektin edistymisestä ja pitää tapahtuman parissa työskentelevät aikataulussa. Joidenkin tehtävien suorittamisessa kuluu enemmän aikaa kuin toisten, ja siksi tehtävien suorittamiselle määriteltävät aloitus- ja lopetusajat sekä kestot vaihtelevat. Suoritettavien tehtävien polku, jonka toteuttamiseen kuluu kuiten aikaa, on kriittinen polku. (Pielichaty ym. 2017, 89-90.)

#### 4.7 Työvoiman ja vapaaehtoisten rekrytointi ja johtaminen

Henkilöstöhallinnan tehtävät, kuten työntekijöiden rekrytointi, valinta, perehdytys ja suorituksen hallinta ovat tärkeitä osia jokaisen tapahtumajärjestäjän työtä. Tapahtuma-alalla palvelun laatu ja organisaation sisäinen tehokkuus riippuu vahvasti henkilöstöstä ja heidän suorituksestaan. Ihmiset ovat kenties tärkein resurssi tapahtumaa järjestettäessä. Jotta tapahtuman järjestämiseen osallistuvista ihmisistä saataisiin mahdollisimman paljon irti, tarvitaan



kykyä ja osaamista työstä suoriutumiseen, työn tekemiseen tarvittavat materiaalit ja välineet sekä ennen kaikkea motivaatiota työn tekemiseen. Työntekijöitä voidaan kouluttaa ja materiaaleja ja välineitä voidaan hankkia lisää, mutta motivaation puute tekee tilanteesta huomattavasti haastavamman. Jos tapahtumassa työskentely on raskasta esimerkiksi layoutista johtuen, työturvallisuus ei ole taattu tai työ sisältää paljon tarpeettomia vaiheita, ei tapahtuman henkilökunta todennäköisesti ole kovin motivoitunutta ja pyri ylittämään itseään. Jos fyysiset työolosuhteet eivät ole kunnossa, suuri osa henkilökunnan energiasta kuluu olosuhteisiin sopeutumiseen. (Tum ym. 2006, 165-166.)

On monia erilaisia tapahtumia, joissa työskentelee paljon vapaaehtoisia. Usein he ovat innostuneita itse tapahtumasta ja moni heistä haluaa pitää hauskaa tapahtumassa. Siksi he monesti toivovat vain lyhytkestoisia vastuita erityisesti tapahtuman aikana. Heillä ei myöskään välttämättä ole kokemusta tapahtumien järjestämisestä ja vaikka he saattavat tarkoittaa hyvää, he myös saattavat jättää asiat sattuman varaan tai odottaa muiden tekevän työt. Nämä ovat kuitenkin vain yleistyksiä, jotka eivät päde kaikkiin, vaan vapaaehtoistyöntekijöiden joukossa on myös hyvin motivoituneita ja osaavia henkilöitä. (Tum ym. 2006, 172-173.)

Etsittäessä vapaaehtoisia työntekijöitä tapahtumaan, kannattaa selvittää, minkälaista osaamista heiltä löytyy. Näin heistä saadaan mahdollisimman paljon hyötyä organisaatiolle ja tapahtumalle. Selvityksen kohteena voi olla esimerkiksi kandidaattien aiemmat kokemukset tapahtumien järjestämiseen liittyen, harrastukset ja vapaa-ajanvietto, se mitä he tekevät työkseen, ovatko he joskus olleet samankaltaisessa tapahtumassa vieraana tai töissä ja kaikista tärkeimpänä se, mitä he olisivat kiinnostuneita tapahtumassa vapaaehtoistyöntekijänä tekemään. Osaamisen ja kiinnostuksen selvittämisen jälkeen valikoidaan kuhunkin työtehtävään sopivin vapaaehtoinen. (Shone & Parry 2013, 290.)

Vapaaehtoisia motivoi erilaiset asiat. Jotkut haluavat oppia ja saada kokemusta uusista asioista, kun toiset tarjoutuvat vapaaehtoiseksi rikastuttaakseen elämäänsä ja auttaakseen toisia. Joskus ihmiset ilmoittautuvat vapaaehtoiseksi vain kokeakseen tapahtuman ainutlaatuisen tunnelman ja ollakseen osallisena upean ja menestyksekkään tapahtuman järjestämistä. Vapaaehtoisena toimimisesta voi hyötyä myös verkostoitumisen ja parantuneiden ammatillisten tulevaisuudennäkymien muodossa. (Tum ym. 2006, 173; Van Der Wagen 2014, 68, 71.)

Vapaaehtoisten ja palkatun henkilökunnan motivoinnilla on merkittävä ero henkilöstön johtamisen kannalta. Vapaaehtoiset ovat yleisesti selvästi vähemmän sitoutuneita työhönsä ja suurissa tapahtumissa ei välttämättä edes huomata, jos he lähtevät ennen kuin heille määrätty työvuoro on päättynyt. Työvoiman säilyttäminen onkin henkilöstöjohtajille tärkeä huomioon otettava asia, joka tulee huomioida kaikissa vaiheissa niin rekrytoidessa kuin kouluttaessa vapaaehtoisia. (Van Der Wagen 2014, 73-74.)

## 5 Tapahtumaprosessi

Kun alkuvaiheen suunnittelut on tehty ja tapahtuma on päätetty järjestää, alkaa itse tapahtuman toteuttamisen prosessi. Vallo ja Häyrinen (2014, 161) jakavat tapahtumaprosessin kolmeen vaiheeseen, jotka ovat suunnitteluvaihe, toteutusvaihe sekä jälkimarkkinointivaihe. Heidän mukaansa minimiaika onnistuneen tapahtumaprosessin läpikäymiseen suunnittelusta jälkimarkkinointiin on vähintään pari kuukautta ja tällaisessa tapauksessa kaiken tulee sujua täysin ongelmitta. Mitä vähemmän aikaa tapahtumaprosessin läpiviemiselle on, sitä todennäköisemmin joudutaan tinkimään toteutuksesta ja sen laadusta.

### 5.1 Suunnitteluvaihe

Suunnitteluvaihe on tapahtumaprosessin selvästi eniten aikaa vievin vaihe. Tapahtuman suunnittelu tulee aloittaa riittävän ajoissa ja suunnitteluun kannattaa jo alkuvaiheessa ottaa mukaan kaikki toteutukseen osallistuvat osapuolet. Tämä parantaa tapahtuman onnistumisen todennäköisyyttä, sillä näin saadaan kaikki tapahtumaa järjestävät sitoutettua tapahtuman tavoitteisiin sekä nostettua esiin erilaisia näkökulmia ja ideoita. Myös kohderyhmän ottaminen mukaan suunnitteluun on hyvä ajatus, sillä näin saadaan esille kohderyhmälle osuvia ideoita ja lisätään yhteisöllisyyttä jo suunnitteluvaiheessa. (Vallo & Häyrinen 2014, 162-163.)

Suunnitellessa tapahtumaa täytyy tapahtuman kulku pystyä kuvittelemaan alusta loppuun siten kuin sen on tarkoitus toteutua myös tapahtumapäivänä. Tällä tavoin voidaan havaita mahdolliset poikkeamat, unohduksen paikat ja muut pikku seikat, jotka voisivat tapahtuman aikana aiheuttaa vaikeuksia. Hyvin suunniteltu ja aikataulutettu tapahtuma todennäköisesti sujuu paremmin. (Vallo & Häyrinen 2014, 162, 167.)

Tapahtuman suunnittelussa tulee aina pitää mielessä visio, missio tai tarkoitus. Kaikilla tapahtuman sidosryhmillä on omat etunsa, joita he ajavat. Siksi tapahtuman järjestäjällä tulee olla selkeä ja tarkoituksenomainen suunta, joka pidetään mielessä ja johon keskitytään pyrkimään. Yhtä lailla paljon kuin on erilaisia tapahtumatyyppejä, on myös erilaisia tarkoituksia ja tavoitteita tapahtumille. Joidenkin tapahtumien selvä motiivi on tuoton tekeminen, kun taas toisten tapahtumien tavoitteet ovat sosiaalisia. Useat paikallistapahtumat haluavat säilyttää autenttisuutensa ja välttää kaupallistumista viimeiseen asti. Tapahtuman tarkoitus ohjaa päätöksentekoa, kuten rahoituksen hankkimista, ohjelman suunnittelua, markkinointistrategioita ja henkilöstöpolitiikkaa, johon osana liittyy myös vapaaehtoisten käyttö. (Van Der Wagen 2014, 28-29.)

Tapahtuman sisältöä suunnitellessa on tärkeää ottaa kohderyhmä sekä tapahtuman tavoite huomioon ja sovittaa teema haluttuihin viesteihin. Määrittelemällä tarkkaan, keitä tapahtuman osallistujiksi odotetaan ja millaisesta tapahtuman sisällöstä he ovat kiinnostuneita, luo

vankan perustan sisällöstä päättämiseksi. Tärkeintä on miettiä tarkkaan, että valittu sisältö on merkityksellistä tapahtuman osanottajille. (Vallo & Häyrinen 2014, 197; Fenich 2014, 90.)

Aiemmin järjestetyistä vastaavista tapahtumista kannattaa ottaa oppia. Jos toimeksiantaja järjestää samankaltaisia tapahtumia vuosittain, löytyy heiltä tapahtuman järjestäjälle tärkeää tietoa mm. kohderyhmän profiilista ja siitä mikä on ollut onnistunutta ja missä on menty vikaan. Tämän tiedon avulla on helpompaa luoda haluttu ilmapiiri tapahtumaan, kartoittaa tapahtuman mahdolliset riskit sekä päättää tapahtuman teemasta ja välttää tekemästä täysin samanlaista tapahtumaa kuin aiempina vuonna. Tietoa kannattaa lähteä etsimään aiemmista tapahtumista tehdyistä raporteista. (Fenich 2014, 93.)

## 5.2 Toteutusvaihe

Tapahtuman toteutusvaiheessa suunnitelmat realisoituvat ja tapahtuma alkaa, kuin suuri näytelmä. Onnistumiseen vaaditaan saumatonta yhteistyötä kaikilta tapahtuman toteutukseen osallistuvilta. Kun tapahtuma on alkanut, se jatkaa vääjäämättä kulkuaan mahdollisista vaikeuksista huolimatta. Usein pitkän suunnitteluvaiheen jälkeen itse tapahtuma tuntuu menevän ohi hetkessä. (Vallo & Häyrinen 2014, 168.)

Toteutusvaihe voidaan jakaa kolmeen osaan, jotka ovat rakennusvaihe, itse tapahtuma sekä purkuvaihe. Tapahtuma saattaa olla tunnin, iltapäivän, illan, päivän tai parin päivän kestoinen. Rakentaminen on yleensä selvästi enemmän aikaa vievä vaihe kuin purku. (Vallo & Häyrinen 2014, 168-169.)

Jos kyseessä on vähänkin suurempi tapahtuma, jossa on useita esiintyjiä ja erityyppisiä esityksiä, on suositeltavaa järjestää ohjelman kenraaliharjoitukset, joissa käydään koko tapahtumaohjelma läpi. Hyvä ajankohta kenraaliharjoituksille on, kun koko tapahtuma on saatu rakennettua lähes valmiiksi. Kaikkien esiintyjien ja mahdollisten juontajien olisi suotavaa osallistua harjoituksiin. Kenraali-harjoituksissa saadaan varmistettua esimerkiksi tarvittava tekniikka ja sen toimivuus, kunkin esiintyjän tarvitsema somistus tai esiintymisrekvisiitti sekä esiintymisjärjestys ja esiintulot. Harjoituksissa puhujat myös saavat harjoitella puhettansa ja esiintymistensä etukäteen. (Vallo & Häyrinen 2014, 169-170.)

Tapahtuman aloituksen tulisi olla vahva ja lopetuksen selkeä. Tapahtuman ohjelmaan etukäteen kelloitetun aikataulun mukaan, johon vaikuttaa mm. tapahtuman luonne. Tapahtumissa, joissa tarkoituksena on antaa vieraiden verkostoitua ja seurustella, aikataulu ei saa olla yhtä kireä kuin tapahtumissa, joiden on tarkoitus olla tiiviitä ja informatiivisia. Tauot tulisi rytmittää ja niiden pituus suunnitella ottaen huomioon osallistujamäärä, ilmanvaihto, vessojen lukumäärä, tarjoilut sekä tapahtuman kokonaiskesto ja sujuvuus. (Vallo & Häyrinen 2014, 170-172.)

Tapahtuman aikana tapahtuu paljon muutakin, kuin mitä vieraat näkevät. Tapahtumakäsikirjoitus on projektipäällikön etukäteen laatima työkalu, jonka avulla kaikki tapahtuman vastuhenkilöt voivat tarkistaa mitä, missä ja milloin tapahtuu. Näin he osaavat toimia oikealla tavalla oikeaan aikaan. Yksi henkilö, yleensä projektipäällikkö, on päävastuussa tapahtuman läpiviemisestä ja hän myös tekee lopulliset päätökset mahdollisista muutoksista käsikirjoitukseen. Usein tapahtuma ei menekään aivan kuten on suunniteltu. Vieraat eivät kuitenkaan tiedä suunnitelmaa, eivätkä siten tiedä, jos jokin suunniteltu elementti ei toteudukaan tarkoitetulla tavalla. Tällaisia poikkeamisia käsikirjoituksesta ei tule alkaa selittelemään tai muutoinkaan paljastaa vieraille. (Vallo & Häyrinen 2014, 165-166.)

### 5.3 Jälkimarkkinointivaihe

Tapahtuman toteutuksen jälkeen on vuorossa jälkimarkkinointi. Tapahtumaan osallistuneille voidaan antaa giveaway-lahja tai toimittaa kiitoskortti taikka materiaalia tapahtumasta ja osoittaa näin, että järjestäjät arvostavat heidän osallistumistaan tapahtumaan. Hyvien tapojen mukaista on muistaa kiittää myös kaikkia tapahtuman suunnitteluun ja toteutukseen osallistuneita. Heihin lukeutuvat mm. yhteistyökumppanit, alihankkijat, isännät, projektiryhmä ja rakentajat, sekä esiintyjät, puhujat ja juontajat. (Vallo & Häyrinen 2014, 185-186.)

Jälkimarkkinointiin kuuluu myös palautteen kerääminen osallistujilta sekä omasta organisaatiosta. On erittäin tarpeellista selvittää, toteutuiko tapahtuman tavoite ja miten osallistujat tapahtuman kokivat, eli mikä oli osallistujien mielestä parasta tapahtumassa ja mitä taasen olisi voitu tehdä paremmin. Omalta organisaatiolta saadusta palautteesta puolestaan selviää miten isännät ja tapahtuman tekijät kokivat tapahtuman; mitkä asiat sujuivat hyvin ja mitkä eivät. (Vallo & Häyrinen 2014, 185, 188, 191.)

Tapahtumasta kerätty palaute on tärkeää tietoa tapahtumanjärjestäjälle, sillä sitä analysoimalla voi oppia paljon. Hankittua palautetta täytyy tarkastella suhteessa tapahtumalle asetettuihin tavoitteisiin. Tapahtumaprosessi onkin organisaatiolle jatkuva oppimisprosessi, jonka avulla voidaan hankkia suunnaton määrä hiljaista tietoa ja osaamispääomaa. Seuraavan tapahtuman suunnittelu on helpompaa aloittaa edellisen tapahtuman havaintojen ja oppien pohjalta. (Vallo & Häyrinen 2014, 185, 188.)

Saatu osallistuja- ja isäntäpalaute käydään läpi organisaation yhteisessä palautepalaverissa. Palaveri kannattaa järjestää pian tapahtuman jälkeen, kun mielenkiinto tapahtumaan on yhä olemassa ja kaikki on vielä hyvässä muistissa. Eniten opitaan tehdyistä virheistä. Palaverissa asiat käsitellään kunnolla läpi, niin ettei kenellekään myöskään jää mitään hampaankoloon. Tapahtumasta on hyvä tehdä yhteenveto myös kirjallisesti, sillä tämä dokumentti toimii jatkossa työkaluna, joka helpottaa seuraavien tapahtumien suunnittelua ja järjestämistä. (Vallo & Häyrinen 2014, 192-193.)

## 6 Haastattelut

Työn toteutuksessa tiedonkeruumenetelmänä käytettiin haastatteluja. Haastattelun kohteina olivat Nenäpäiväsäätiön edustaja, Laurean ”tapahtuman tuottaminen ja johtaminen” -opintojakson opettajat sekä viisi opintojaksolle osallistunutta opiskelijaa. Haastatellut viisi opiskelijaa edustivat kolmea eri tiimiä. Tässä kappaleessa kerrotaan aluksi haastattelusta ja teemahaastattelusta. Sen jälkeen kerrotaan haastattelujen toteutuksesta. Tämän jälkeen on vuorossa haastattelujen tulokset. Lopussa tehdään yhteenveto tuloksista ja esitellään tulosten pohjalta nousseet kehitysehdotukset.

### 6.1 Haastattelu ja teemahaastattelu

Haastattelu on yksi käytetyimmistä tiedonkeruumuodoista. Haastattelu on erittäin joustava menetelmä ja siksi se sopii useisiin erilaisiin tutkimustarkoituksiin. Suora kielellinen vuorovaikutus tutkittavan kanssa haastattelutilanteessa mahdollistaa tiedonhankinnan suuntaamisen ja vastausten taustalla olevien motiivien esiin tuomisen esimerkiksi pyytämällä perusteluja esitetyille mielipiteille. Haastatteluaiheiden järjestystä on myös mahdollista säädellä, mikä lisää menetelmän joustavuutta. (Hirsjärvi & Hurme 2014, 34.)

Haastattelu ei kuitenkaan ole tiedonkeruutapana täysin ongelmaton, vaan monet haastattelun hyvinä puolina pidetyt seikat sisältävät myös ongelmia. Haastattelu vaatii tutkijalta taitoa ja kokemusta. Haastattelun katsotaan myös sisältävän monia mahdollisia virhelähteitä, jotka aiheutuvat niin haastattelijasta kuin haastateltavastakin. Haastattelun luotettavuus saattaa kärsiä esimerkiksi haastateltavan taipumuksesta antaa sosiaalisesti suotavia vastauksia tai miellyttää haastattelijaa. Lisäksi vapaamuotoisen haastattelun avulla saatavan aineiston analysointi, tulkinta ja raportointi on usein ongelmallista johtuen valmiiden mallien puuttumisesta. (Hirsjärvi & Hurme 2014, 35.)

Tutkimushaastattelun lajit eroavat toisistaan lähinnä strukturointiasteen perusteella, eli riippuen siitä, miten kiinteästi kysymykset on muotoiltu ja kuinka paljon haastattelijalla on tilannetta. Tutkijoiden käyttämiä haastattelunimikkeitä on paljon ja täysin erilaisistakin menetelmistä saatetaan puhua jopa samoilla nimillä ja samantapaisista menetelmistä käyttää eri nimityksiä. Käytettyjä nimityksiä tarkasteltaessa voidaan muodostaa kaksi luokkaa, joista toisen muodostaa strukturoitu, standardoitu lomakehaastattelu, ja toisen kaikki muut haastattelun lajit. Muita haastattelun lajeja ovat esimerkiksi strukturoimaton haastattelu, puolistrukturoitu haastattelu, teemahaastattelu, syvähaastattelu sekä kvalitatiivinen haastattelu. (Hirsjärvi & Hurme 2014, 43-44.)

Hirsjärvi ja Hurme (2014, 47-48) nimittävät väitöskirjatutkimuksissaan käyttämäänsä puolistrukturoitua haastattelumenetelmää teemahaastatteluksi. Tässä menetelmässä, joka on

lähempänä strukturoimatonta kuin strukturoitua haastattelua, haastattelu kohdennetaan tiettyihin teemoihin, joista keskustellaan. Haastattelun aihepiirit ovat kaikille samat, mutta kysymykset, niiden muoto tai järjestys välttämättä eivät. Tämä auttaa vapauttamaan haastattelun tutkijan näkökulmasta ja nostaa tutkittavien näkökulmat paremmin esille.

#### 6.1.1 Litterointi ja aineiston analysointi teemoittain

Haastattelujen laajuus sekä haastateltavien lukumäärä vaihtelee paljon ja se vaikuttaa luonnollisesti myös kerätyn aineiston käsittelyyn. Aineiston tallentamisen jälkeen tutkija voi joko tehdä päätelmiä suoraan tallennetusta aineistosta tai kirjoittaa tallenteen puhtaaksi tekstimuotoon, eli litteroida sen. Teemahaastattelut ja avoimet haastattelut on hyvä äänittää ja litteroida. Litterointi voidaan tehdä kirjoittamalla koko haastattelu sanatarkasti puhtaaksi, tai sisällöstä voidaan valikoida esimerkiksi vain teema-alueet tai vain haastateltavan puhe. Se, kuinka tarkkaan litterointi on syytä tehdä, riippuu tutkimustehtävästä ja tutkimusteesta. Kirjoittaminen sanasta sanaan on hidasta ja työlästä, eikä tarkkaan puhtaaksi kirjoitukseen ole usein mahdollisuuksiakaan, kun haastateltavia on paljon. (Hirsjärvi & Hurme 2014, 138-140; Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 110.)

Analysoinnin aluksi litteroitu aineisto luetaan useaan kertaan, jonka jälkeen se pyritään luokittelemaan. Tyypillinen tapa purkaa aineisto, on tehdä se teema-alueittain. Aineiston luokittelu on kuitenkin vasta välivaihe analyysin rakentamisessa. Sen jälkeen aineistosta esiin nousevia säännönmukaisuuksia ja luokkia tarkastellaan suhteessa toisiinsa. Tätä kutsutaan yhteyksien tarkasteluksi ja sen tekemiseen on monia tapoja. Tyypittelyssä ilmiöiden analyysillä pyritään asioiden ryhmittelyyn joidenkin yhteisten piirteiden perusteella. Kaikki haastateltavat halutaan sijoittaa kahteen tai useampaan tyyppiin tehtävän kannalta tärkeiden tosiasioiden mukaan. (Hirsjärvi & Hurme 2014, 149, 173; Ojasalo ym. 2014, 110.)

#### 6.2 Haastattelujen toteutus

Opinnäytetyön aineistonkeruumuodoksi valittiin teemahaastattelu. Teemahaastattelu sopi parhaiten tämän tutkimuksen tarkoituksiin, koska se nostaa tutkittavien näkökulmat paremmin esille ja jättää mahdollisuuden tiedon syventämiseen lisäkysymysten avulla. Lisäkysymyksiä heräsikin sitä mukaa, kun tietoa opintojakson toteutuksesta ja Laurean ja Nenäpäiväsäätiön yhteistyöstä alkoi karttua.

Ensimmäisenä haastateltiin tapahtuman tuottaminen ja johtaminen -opintojakson kahta opettajaa. Opettajille tehty haastattelu rakentui neljän teeman ympärille. Teemat olivat opintojakson toteutus ja sen koettu hyödyllisyys, tempauksille annetut lähtökohdat ja reunaehdot, opettajien näkemys tempausten onnistumisesta sekä Laurean ja Nenäpäiväsäätiön yhteistyö. Opettajat päätettiin haastatella yhtäaikaaisesti, jotta he voisivat täydentää toistensa vastauksia omista näkökulmistaan. Haastatteleamalla opettajia pyrittiin tuottamaan tietoa siitä, mitä

asioita opintojaksolla käsitellään ja opitaan, kuinka hyvin opiskelijoiden koettiin onnistuneen sekä mitä yhteistyö pitää sisällään ja miten se on alkanut. Haastattelu toteutettiin Laurean Leppävaaran kampuksella.

Seuraavaksi haastateltiin Nenäpäiväsäätiön edustajaa. Haastattelun teemat olivat Nenäpäiväsäätiön osallistuminen tempausten järjestämiseen, tempausten onnistuminen Nenäpäiväsäätiön näkökulmasta sekä Laurean ja Nenäpäiväsäätiön yhteistyön alkaminen ja nykytilanne. Haastattelu tapahtui Nenäpäiväsäätiön toimitiloissa Pasilassa. Nenäpäiväsäätiön edustajan haastattelun tavoitteena oli selvittää Nenäpäiväsäätiön rooli tempausten järjestämisessä ja yhteistyön hyödyt Nenäpäiväsäätiön näkökulmasta.

Viimeisenä haastateltavina olivat opiskelijat. Opiskelijoille tehdyt teemahaastattelut sisälsivät myös kolme teemaa, jotka olivat tapahtumaprojektin toteutus, tapahtuman koettu onnistuminen sekä opintojakson koettu hyödyllisyys. Aluksi haastattelut päätettiin kohdentaa projektipäällikköinä toimineisiin opiskelijoihin. Ajatuksena oli tehdä ryhmähaastattelu, jossa haastatellaan jokaisen neljän tiimin projektipäällikköä. Heiltä ei kuitenkaan löytynyt aikaa haastattelulle työ- ja harrastuskiireiden vuoksi. Tämän jälkeen haastattelukysymykset lähetettiin heille sähköpostitse, mutta lopulta vain kaksi projektipäällikköä vastasi kysymyksiin. Jotta mukaan saataisiin useampia näkökulmia, haastateltiin projektipäälliköiden lisäksi kolme muuta opintojaksolle osallistunutta opiskelijaa. Yksi opiskelija haastateltiin erikseen ja kaksi opiskelijaa parina. Opiskelijoiden haastatteluiden tavoitteena oli selvittää lisää opintojaksolla läpi käytyjä asioita ja opiskelijoiden kokemusta niiden hyödyllisyydestä sekä tempausten onnistumisesta.

Kaikki kasvokkain tehdyt haastattelut äänitettiin, jotta haastattelijan ei tarvitse tehdä muistutuksia haastattelutilanteessa ja jotta vastauksissa käytetyistä äänensävyistä voidaan tehdä tarvittaessa tulkintoja myöhemmin. Äänitteet litteroitiin kirjoittamalla oleelliset asiat yleiskielellä. Sanatarkkaan litterointiin ei nähty tarvetta. Jokaisen haastattelun aineisto luokiteltiin ensin vastaajakohtaisesti teemoittain ja tämän jälkeen samaa teemaa koskevat asiat koottiin yhteen. Aineiston yhteyksiä pyrittiin vielä tarkastelemaan tyypittelemällä, mutta tämä osoittautui melko hedelmättömäksi. Lopulta aineistosta pyrittiin lähinnä tiivistämään tuloksiksi työn tarkoituksen kannalta kiinnostavat asiat.

### 6.3 Haastattelujen tulokset

Tässä kappaleessa esitellään haastattelujen tulokset haastatteluteemoittain. Ensin on vuorossa tapahtuman tuottaminen ja johtaminen -opintojakson opettajien haastattelu. Tämän jälkeen esitetään Nenäpäiväsäätiön edustajan haastattelun tulokset. Viimeisenä on vuorossa tapahtuman tuottaminen ja johtaminen -opintojakson opiskelijoiden haastattelujen tulokset.

### 6.3.1 Opettajien haastattelu

Tapahtuman tuottaminen ja johtaminen -opintojakson toteutuksen ja sen koetun hyödyllisyyden osalta haastatellut opettajat kertoivat, että opintojakso oli suunnattu MaRaTa -alan opiskelijoille, mutta se soveltui kenelle tahansa. Heidän kokemuksensa mukaan opintojaksolle on yleensä osallistunut melko paljon liiketalouden, business managementin ja turva-alan opiskelijoita. Opettajien mukaan opintojakson laajuus oli kymmenen opintopistettä ja sillä tehtävän työn arvioitu määrä oli 270 työtuntia opiskelijaa kohden. Opintojakson toteutukseen kului käytännössä koko syyslukukausi. Opettajat kertoivat, että opintojaksolla käytiin läpi kaikki tapahtuman tuottamisen perusasiat, kuten tapahtumatyypit ja -genret, budjetointi, suunnitteluprosessi, riskienhallinta, prosessin- ja projektinhallinta sekä markkinointi ja viestintä tapahtuma-alaan sovellettuna. Kurssilla käytiin siis läpi teoriaa kaikilta osa-alueilta tapahtuman alkusuunnittelusta prosessin loppuun saattamiseen. Koska varsinaisen tapahtuman toteuttaminen vie runsaasti aikaa, ei teorian osuus kurssista ollut kovin suuri. Opettajat kertoivat, että opiskelijat saivat itse muodostaa työryhmät ja jakaa työtehtävät ryhmien sisällä haluamallaan tavalla. Opiskelijat saivat jakaa työtehtävät ja vastualueet itse, jotta he oppisivat, että tapahtumaa tehdessä jokaisen on hoidettava luvatut osa-alueet projekti onnistumiseksi. Opettajien mukaan Nenäpäiväsäätiön edustajat eivät osallistuneet tempausten toteuttamiseen muuten, kuin käymällä tarkkailemassa tapahtumien sujumista sekä toimittamalla paikalle riittävästi materiaaleja, kuten ilmapalloja sekä nenäpuvun. Opettajat kokivat opintojakson erittäin hyödylliseksi opiskelijoiden kannalta. Heistä oli hienoa olla mukana Nenäpäivän kaltaisessa isossa, opiskelijoiden ja sidosryhmien parissa tunnetussa tapahtumassa, jolla on jatkumoa sekä selkeä viesti. Oppimisen kannalta erityisen hyvänä asiana opettajat pitivät sitä, että opiskelijoille pystyttiin antamaan melko vapaat kädet tapahtumien toteuttamiseen. Heidän mukaansa Nenäpäiväsäätiö on antanut vapaat kädet toiminnalle, kunhan pysytään hyvän maun rajoissa. Opettajat kokivat, että opiskelijat oppivat paljon saadessaan tehdä toteutuksen itse haluamallaan tavalla.

Kysyttäessä tempauksille annetuista lähtökohdista ja reunaehdoista, haastatellut opettajat sanoivat, että opiskelijat saivat itse päättää yritykset, joille he ehdottivat yhteistyötä. Sääntöä oli kuitenkin, että tiimit eivät saaneet lähestyä samoja yrityksiä useaan kertaan. Opettajat kertoivat, että samojen yritysten kontaktoimisen välttämiseksi tehtiin lista, johon opiskelijoiden tuli kirjata ylös kontaktoitu yritys, yhteyshenkilö sekä yhteydenoton tulos. Jos eri tiimeillä oli yhteisiä tavoitteita jonkun saman mahdollisen kumppanin suhteen, tuli heidän tehdä yhteinen sponsorikirje. Opettajien mukaan lähtökohtana oli, että opiskelijatiimien tehtävänä oli järjestää Nenäpäivätempaus kauppakeskuksessa. He kertoivat, että kauppakeskuskontaktit saatiin Nenäpäiväsäätiön kautta, jonka lisäksi yksi kauppakeskus saatiin mukaan yhden opiskelijan oman kontaktin kautta. Tapahtumapäivät oli määrätty etukäteen, mutta ohjelmalle tai esiintyjille ei ollut asetettu muita ehtoja, kuin että niiden tuli olla Nenäpäiväsäätiön arvojen mukaisia.



Tapahtumien onnistumisen kohdalta opettajat vastasivat kokeneensa järjestetyt tempaukset laadultaan vaihteleviksi. Heidän mukaansa tapahtumissa oli eri määrä ohjelmallisia aktiviteetteja ja toteutusten laatu vaihteli. Myös kerätyissä rahasummissa oli vaihtelua. Opettajat kertoivat, että toteutusten arvioinnit sijoittuivat tyydyttävän ja erittäin hyvän välille. Heidän mukaansa opiskelijoiden itselleen kurssin lopussa järjestetyssä palautekeskustelussa antamat arviot vastasivat hyvin opettajien arvioita ja opiskelijat osoittivat oppimisensa hyvin sekä toivat rehellisesti esille tekemänsä virheet. Opettajat kertoivat, että yhden tiimin rahallinen tuotto oli suuri, mutta heidän prosessissaan tapahtui jotain, josta he itsekin ymmärsivät, että olisi pitänyt tehdä toisin. Toisella tiimillä kävi toisinpäin, eli suunnittelu meni loistavasti ja kaikki elementit toimivat, mutta rahallinen tuotto jäi pieneksi. Muiden ryhmien tulokset olivat näiden kahden välimuotoja. Opettajille jäi mielikuva, että myös Nenäpäiväsäätiön edustajat olivat tyytyväisiä tempauksiin. Heidän mukaansa Nenäpäiväsäätiön edustajien antama palaute opiskelijoiden loppuesityksissä sisälsi ylistäviä kommentteja monien ryhmien ja opiskelijoiden kohdalla. Opettajat totesivat, ettei tapahtumien onnistumisen mittaamiseen ollut käytössä muuta mittaria, kuin rahallinen tuotto, eikä onnistumista mitattu systemaattisesti. He jatkoivat, että yhtenä mittarina voitiin pitää saatujen yhteistyökumppaneiden määrää sekä laatua. Opiskelijoiden hankkimia yhteistyökumppaneita oli paljon ja niitä pidettiin monipuolisinä sekä mielenkiintoisina. Opettajien mukaan ryhmät keräsivät asiakaspalautetta hieman eri tavoin. He kertoivat, että strukturoituja kyselylomakkeita ei käytetty, mutta tapahtumien osallistujilta kerättiin spontaaneja tuntemuksia tapahtumien aikana. Lisäksi Nenäpäiväsäätiön kanssa käytiin monitasoista palautekeskustelua.

Laurean ja Nenäpäiväsäätiön yhteistyön kohdalta opettajat muistelivat, että vuonna 2018 Laurea oli kuudetta kertaa mukana Nenäpäiväkampanjassa. Heidän mukaansa Laurea ei ollut Nenäpäivässä mukana vahvasti ensimmäisenä vuotena, vaan projektia koordinoitiin muualta, mutta toisesta vuodesta eteenpäin Nenäpäivä on ollut tiiviisti mukana tapahtuman tuottamisen opintojaksolla. Opettajat kertoivat, että vuonna 2017 Laurea piti väli vuoden Nenäpäivästä, mutta heti alkuvuodesta 2018 Nenäpäiväsäätiöstä tuli yhteydenotto, jonka seurauksena tehtiin sopimus yhteistyöstä jatkossa. Opettajien mukaan yhteistyötä tehdään Laureassa ainakin osana tapahtuman tuottamisen ja johtamisen opintojaksoa, mutta siihen voidaan liittää muitakin opintojaksoja. Haastattelusta ilmeni, että vuonna 2018 myös tapahtumamarkkinoinnin opintojaksolla tehtiin Nenäpäivään liittyviä töitä. Opettajat kertoivat, että yhteistyötä Nenäpäiväsäätiön kanssa aiotaan ehdottomasti jatkaa. Vielä ei ole suunnitelmissa kokonaan uudenlaisten opintojaksojen liittämistä Nenäpäivään, mutta opettajien mukaan tämä voisi tulla kyseeseen esimerkiksi sosionomien opinto-ohjelmassa. Opettajilla ei tällä hetkellä ole ideoita yhteistyön kehittämiseen jatkossa. He ovat tyytyväisiä yhteistyön mutkattomuuteen ja kommunikaation toimivuuteen Nenäpäiväsäätiön kanssa. He pitivät yhteistyökumppania hyvänä ja helppona.

### 6.3.2 Nenäpäiväsäätiön edustajan haastattelu

Nenäpäiväsäätiön (säätiö) osallistumisesta tempausten toteutukseen haastateltu säätiön edustaja kertoi, että säätiön rooli tempausten järjestämisessä oli toimia toimeksiantajana. Säätiön edustajat keskustelivat opintojakson opettajien kanssa etukäteen siitä, millainen toimeksianto opiskelijoille voitaisiin antaa. Säätiön edustajan mukaan Laurean puolelta toiveena oli, että ei opiskelijoille ei anneta valmiita ideoita. Jotta opiskelijat saisivat käyttää omaa luovuuttaan, annettiin heidän suunnitella tempausten toteutus erittäin vapaasti. Säätiön edustajat kävivät opintojakson alussa antamassa toimeksiannon, kertomassa perustietoa Nenäpäivästä ja huomioon otettavista asioista, sekä ohjeistamassa mitä varainhankinnassa saa tehdä ja mitä ei. Toimeksiannon antamisen lisäksi edustajat kävivät tutustumassa opiskelijoiden ideoihin yhdessä seurantatapaamisessa sekä antamassa palautetta tempauksista lopputapaamisessa opintojakson lopussa. Haastateltu Nenäpäiväsäätiön edustaja toimi myös yhteystyönä, jolle sai tarvittaessa esittää kysymyksiä. Nenäpäiväsäätiön kontaktien kautta oli mukaan saatu kolme kauppakeskusta. Koska opintojaksolle tuli paljon opiskelijoita, jotka olivat innokkaita lähtemään mukaan projektiin, päätettiin toimeksiantoon liittää vaihtoehtoisena valintana yhden uuden kauppakeskuksen hankkiminen mukaan. Yksi ryhmä hankki mukaan kauppakeskus Kaaren. Tämän ansiosta ryhmäkoosta saatiin pienempi ja opiskelijoille riitti enemmän tekemistä. Opiskelijat hankkivat itse muut kauppakeskusten lisäksi mukana olleet yhteistyökumppanit. Nenäpäiväsäätiö toimitti tapahtumiin nenäpäiväbrändätyjä esitteitä ja ilmapalloja sekä nenäpäiväneniä.

Säätiön tempauksille asettamista reunaehdoista haastateltu kertoi, että toimeksiannossa annetut lähtökohdat olivat, että tempausten tuli olla pääkaupunkiseudun kauppakeskuksissa järjestettäviä varainkeruutapahtumia, joiden järjestäminen ei saanut maksaa mitään. Tekeminen ei saanut olla pelkkää hauskanpitoa, vaan siihen tuli muistaa liittää varainkeruu keräyslippaiden tai korttikoneen avulla, ja kuten varainkeruussa yleensä, lahjoittaminen ei saanut olla vastikkeellista. Tapahtumien järjestämispäivämäärät oli määritelty sen mukaan, miten kauppakeskuksille sopi. Tapahtumien kellonajat opiskelijat saivat päättää vapaasti kauppakeskusten aukioloaikojen puitteissa. Opiskelijoita ohjeistettiin miettimään tapahtuman järjestämisaikaa sekä järjestämään ohjelma ja aktiviteetit kohderyhmä huomioon ottaen.

Nenäpäiväsäätiön kokemasta tyytyväisyydestä tempauksiin säätiön edustaja kertoi kokeneensa, että tempaukset olivat onnistuneita, ja että Nenäpäivä sai hyvää näkyvyyttä niiden avulla. Hän sanoi, että vaikka säätiöllä itsellään ei ole resursseja tällaisien tempauksien järjestämiseen, vaan he joutuvat keskittämään resurssit varainhankinnallisesti merkittävämpiin asioihin, on heille tärkeää, että Nenäpäivä näkyy ja kuuluu Nenäpäiväaikana. Säätiön edustaja kertoi, että kerätty kokonaissumma oli 3144,79€. Hän myös piti yllättävänä sitä, että yksi ryhmistä pääsi melkein tavoitteeseen, sillä hänen mukaansa tavoite oli asetettu kunnianhimoisen korkeaksi. Nenäpäiväsäätiön edustajan mukaan toteutusten onnistumisessa ei ollut suurta

hajontaa, vaan kaikki olivat todella onnistuneita tapahtumia. Hän kertoi, että ehkä eniten esille nousi kauppakeskus Kaaressa järjestetty tempaus, jossa oli erittäin vilkasta. Säätiön edustaja mainitsi myös pitäneensä todella hyvänä sitä, että kauppakeskus Kaaren ryhmä oli saaneet mukaan yhteistyökumppaniksi Stadin ammattiopiston, jonka opiskelijat tekivät tempauksessa pikakampauksia vierailijoille. Nenäpäiväsäätiön edustajan mukaan tempausten sisältö vastasi Nenäpäiväsäätiön arvoja ja kaikki kumppanit olivat todella hyviä. Hän kertoi, että he toivat jo toimeksiannossa ilmi sellaiset toimialat, joiden kanssa Nenäpäiväsäätiö ei tee yhteistyötä näissä merkeissä, eikä opiskelijoita tarvinnut ohjata säätiön arvoihin liittyen sen enempää.

Nenäpäiväsäätiön ja Laurean yhteistyön kohdalta säätiön edustaja kertoi säätiön olleen tällä kertaa aloitteellinen yhteistyön aloittamisessa. Hän sanoi, että jatkossa tehtävästä yhteistyöstä oli keskusteltu jo silloin, kun Laureasta kerrottiin oppilaitoksen pitävän vuoden tauon yhteistyössä restokilpailujen takia. Nenäpäiväsäätiön edustajan tiedossa oleva yhteistyö vuodesta 2016, jolloin tehtiin ensimmäinen virallinen yhteistyösopimus, on aina liittynyt jotenkin Nenäpäivätapahtumien järjestämiseen. Hän kertoi Keskon olleen vuonna 2016 iso yhteistyökumppani. Tällöin opiskelijat suunnittelivat ja toteuttivat ruoat Nenäpäiväshown Pirkka-loungeen Tampereella. Laureassa on järjestetty myös myyjäisiä ja muita tapahtumia ja tempauksia, joissa säätiö ei ole ollut aktiivisesti mukana. Vuonna 2018 Laurea ja Nenäpäiväsäätiö tekivät kaksivuotisen sopimuksen opiskelijoiden toteuttamista varainhankinnallisista tempauksista pääkaupunkiseudun kauppakeskuksissa. Säätiön edustajan mukaan yhteistyötä kauppakeskustapahtumien muodossa aiotaan jatkaa. Hän kertoo, että Nenäpäiväsäätiö on käynyt Laurean kanssa keskustelua pitkäjänteisestä ja pitkäkestoisesta yhteistyöstä. Nenäpäiväsäätiön edustajan mukaan säätiössä on myös mietitty, millä uusilla tavoilla ammattikorkeakoulujen kanssa voitaisiin tehdä yhteistyötä niin, että toteutus toimisi osana opintoja. Lisäksi he ovat hänen mukaansa hahmotelleet erilaisia tapoja, joilla eri alojen opiskelijat voisivat tehdä yhteistyötä. Hän sanoo, että ajatuksena on ollut sellaisia yhteistyömuotoja, joissa ammattikorkeakoulujen projektina olisi uusien yhteistyökumppaneiden hankinta. Säätiön edustaja kertoi, että he haluavat tehdä yhteistyön mahdollisimman helpoksi oppilaitokselle, ja että heillä on tehty oppilaitoksille ohjeistus prosessista ja siitä, mitä kaikkea siinä tulisi huomioida. Nenäpäiväsäätiössä toivotaan, että Nenäpäivä olisi valtakunnallinen kansanliike, johon kaikki osallistuvat jollain tavalla, ja että oppilaitokset keräisivät yhteen erilaisia ryhmiä ideoimaan tempauksia ja auttamaan varainkeruussa. Säätiön edustajan mainitsemia ryhmiä olivat mm. paikalliset seurakunnat, harrastusporukat, urheiluseurat, yritykset ja ammattiliittojen paikallisosastot tai -jaostot.

### 6.3.3 Opiskelijoiden haastattelut

Tapahtumaprojektin toteutuksesta kyseltäessä opiskelijat kertoivat, että työt jakautuivat melko tasaisesti. Opiskelijat kertoivat, että tehtävät jaettiin sitä mukaa, kuin niitä tuli

vastaan, ja että kaikki tiiminjäsenet osallistuivat kaikkeen tekemiseen projektin kaikissa vaiheissa. Haastateltavat kertoivat, että välillä kommunikaatio petti ja eri henkilöt tekivät samaa tehtävää toisistaan tietämättä. He olivat sitä mieltä, että projektin huolellisempi koordinaatio olisi selkeyttänyt työnjakoa. Haastateltavat kertoivat, että yhteistyökumppaneita tempauksille etsittiin pääasiassa sähköpostin ja puhelimen välityksellä. Joitakin kumppaneita saatiin mukaan opiskelijoiden omien kontaktien kautta. Yhdellä ryhmällä sattui tapaus, jossa joku ryhmän jäsenistä oli kirjoittanut somessa yhden esiintyjän raideriin liittyen negatiiviseen sävyyn. Raideria pidettiin vuodatuksessa liian vaativana. Vuotaja jäi tuntemattomaksi. Asia saatiin kuitenkin sovittua keskustelemalla rakentavasti tapahtumapalvelun kanssa. Opiskelijat selvittivät tapahtumien kohderyhmät käymällä havainnoimassa kauppakeskuksissa ja suunnittelivat tapahtumien ohjelmat kohderyhmien mukaan. Haastateltavat kertoivat, että tapahtumapäivinä asiat eivät olleet menneet aivan suunnitelmien mukaan. Joitain tarvikkeita ei sovittusta poiketen saatukaan paikalle, ja kahdessa tapahtumassa kävi niin, että yksi esiintyjistä ei saapunut paikalle. Lisäksi haastateltavat kertoivat mm. pienistä teknisistä ongelmista, mutta kaikki heistä totesivat ryhmänsä tapahtuman sujuneen lopulta hyvin. Haastateltavat kertoivat, että tehdyissä riskikartoituksissa tunnistetut riskit olivat lähinnä turvallisuuden ja tekniisiin ongelmiin liittyviä riskejä, eikä esimerkiksi esiintyjien saapumatta jättämistä ollut otettu huomioon. Yksi kauppakeskus palkkasi ylimääräisen järjestyksenvalvojan tapahtumaan turvallisuuden varmistamiseksi. Tapahtumassa auttaneiden toisten tiimien opiskelijoiden osaamista kartoitettiin, mutta mitään erityistaitoja ei tullut ilmi. Haastateltavat kertoivat, että he perehdyttivät nämä vapaaehtoistyöntekijät ennakkoon lähetetyllä ohjeistuksella sekä paikan päällä suullisesti annettulla ohjeistuksella. He kuvailivat vapaaehtoisia oma-aloitteisiksi, ahkeriksi ja motivoituneiksi erityisesti tapahtuma-alueella olleissa töissä. Haastatteluista kävi kuitenkin ilmi, että vapaaehtoiset eivät kierrelleet kauppakeskuksissa tapahtuma-alueiden ulkopuolella aivan niin aktiivisesti, kuin toivottiin. Haastateltavat kokivat projektin työläimmäksi ja aikaa vievimmäksi tehtäväksi yhteistyökumppaneiden hankkimisen. He kertoivat kiittäneensä yhteistyökumppaneita tapahtuman jälkeen sähköpostilla lähetetyillä kiitosviesteillä. Tapahtumassa esiintyneitä oli kiitetty myös paikan päällä ja heille oli annettu pieniä lahjoja sekä tarjottu pientä syötävää.

Haastateltujen opiskelijoiden kokemus tapahtumien onnistumisesta oli, että vaikka tapahtumien rahallinen tuotto ei yltänytkaan tavoitteisiin, olivat tapahtumat muuten onnistuneita. He kertoivat, että tapahtumat olivat keränneet heidän mielestään mukavasti yleisöä, ja että yleisö vaikutti pitävän tapahtumien ohjelmista. Haastateltavat kokivat ryhmänsä työskentelyn sujuneen hyvin ja järjestelyiden olleen melko onnistuneita, vaikka jotain parannettavaakin järjestelyistä löydettiin. He kuitenkin totesivat, ettei tapahtumien onnistumista mitattu muilla tavoin, kuin tuotollisesti. Haastateltavat kertoivat, että tapahtumasta jäi jälkeen hyvä lopputunne. Kun haastateltavilta kysyttiin mitä he tekisivät toisin, vastauksista nousi esiin varainkeruun tehostaminen. Lisäksi haastateltavat mainitsivat työnjaon selkeyttämisen,

tarkemman ajolistan tekemisen, kävijäpalautteen keräämisen sekä varasuunnitelman tekemisen esiintyjien paikalle saapumatta jättämisen varalle.

Opintojakson koetun hyödyllisyyden kohdalta haastatellut opiskelijat sanoivat kokeneensa sen erittäin hyödylliseksi. Osa haastatelluista kertoi, ettei heillä ollut minkäänlaista kokemusta tapahtuman järjestämisestä. Yksi haastatelluista kertoi työskentelevänsä tapahtumatuotannon parissa. Opintojakso koettiin mielekkääksi, koska työskentely oli käytännönläheistä ja tehdyn työn tulos oli niin konkreettinen. Haastatellut kertoivat oppineensa mitä kaikkea tulee ottaa huomioon tapahtumaan järjestettäessä. He totesivat, etteivät osanneet kuvitella mitä kaikkea se pitää sisällään. Opintojaksolla käydyn teorian määrää pidettiin sopivana. Opiskelijoiden mukaansa opintojakson toteutustapa, jossa päivän alussa käytiin läpi projektin vaiheeseen liittyvää teoriaa ja sen jälkeen työskenneltiin projektin parissa, oli toimiva. He kertoivat myös olleensa tyytyväisiä opetukseen ja yhteistyöhön Nenäpäiväsäätiön edustajien kanssa. Opiskelijat eivät keksineet mitään suoranaista kehitettävää tapahtuman tuottaminen ja johtaminen -opintojaksossa. He kuitenkin nostivat esille, että heidän mielestään tapahtumamarkkinoinnin opintojaksoa ei tulisi yhdistää siihen, sillä heidän mielestään se aiheutti turhaa sekaannusta.

#### 6.4 Tulosten pohjalta tehty yhteenveto ja kehitysehdotukset

Laurea on osallistunut Nenäpäiväkampanjaan jo useana vuonna järjestämällä erilaisia Nenäpäivä tapahtumia ja tempauksia. Esimerkiksi vuonna 2016 Laurean opiskelijat suunnittelivat ja toteuttivat ruokatarjoilun Nenäpäiväshown Pirkka-loungeen Tampereella. Alussa yhteistyö oli väljempää, mutta jo toisesta vuodesta eteenpäin Nenäpäivä on kuulunut tiiviisti tapahtuman tuottamisen opintojaksoon. Yhteistyö on mahdollista liittää myös muihin opintojaksoihin. Esimerkiksi vuonna 2018 Nenäpäivä liitettiin Laureassa myös tapahtumamarkkinoinnin opintojaksoon. Vuonna 2018 Laurea ja Nenäpäiväsäätiö tekivät kaksivuotisen yhteistyösopimuksen. Sopimukseen kuuluu opiskelijoiden pääkaupunkiseudun kauppakeskuksissa toteuttamat tempaukset, joilla kerätään varoja Nenäpäivälle. Yhteistyötä ollaan aikeissa jatkaa myös tämän jälkeen ja Laurea ja Nenäpäiväsäätiö ovatkin käyneet keskustelua pitkäjänteisestä ja pitkäkestoisesta yhteistyöstä. Nenäpäiväsäätiön toiveena olisi saada kampanjaan mukaan Laurean lisäksi myös muita oppilaitoksia. Uusia yhteistyömuotoja, joissa hyväntekeväisyys ja opiskelu saataisiin yhdistettyä, mietitään. Haastatellut opettajat olivat tyytyväisiä yhteistyön mutkattomuuteen ja kommunikaation toimivuuteen Nenäpäiväsäätiön kanssa. He pitivät yhteistyökumppania todella hyvänä ja helppona. Nenäpäiväsäätiön edustajan mukaan heidän näkökulmastaan yhteistyö oli kaikin puolin todella onnistunutta ja opintojakson opettajien sekä opiskelijoiden kanssa oli todella mukava tehdä yhteistyötä.

Tapahtuman tuottaminen ja johtaminen -opintojakso, jolla tempaukset tuotettiin, soveltuu kaikkien alojen opiskelijoille. Opintojakso oli laajuudeltaan kymmenen opintopistettä. Opintojaksolla käytiin läpi kaikki tapahtuman tuottamisen perusasiat alkusuunnittelusta prosessin

loppuun saattamiseen. Kurssi oli erittäin käytännönläheinen ja sen lopputuotoksena ryhmät toteuttivat todellisia tapahtumia. Opiskelijoille annettiin melko vapaat kädet oman näköisensä tapahtuman toteuttamiseen. Annetut lähtökohdat pitivät sisällään tapahtumapaikan ja järjestämispäivämäärän. Ohjelman, esiintyjät ja muut yhteistyökumppanit opiskelijat saivat päättää itse. Lukuun ottamatta yhtä erään opiskelijan omien kontaktien kautta mukaan saatua kauppakeskusta tulivat kauppakeskuskontaktit Nenäpäiväsäätiön kautta. Nenäpäiväsäätiön rooli tapahtumien tuottamisessa oli lähinnä toimeksiantajana toimiminen ja säätiöltä tulevien materiaalien toimittaminen.

Sekä opintojakson opettajat että haastatellut opiskelijat pitivät opintojaksoa erittäin hyödyllisenä oppimisen kannalta. Opettajat pitivät oppimisen kannalta erityisen hyvänä asiana sitä, että opiskelijoille pystyttiin antamaan melko vapaat kädet tapahtumien toteuttamiseen. Opettajat kokivat, että opiskelijat oppivat paljon saadessaan tehdä toteutuksen itse halumallaan tavalla. Opiskelijat kokivat opintojakson mielekkääksi työskentelyn käytännönläheisyyden ja tulosten konkreettisuuden vuoksi. Kaikki haastatellut opiskelijat kertoivat oppineensa paljon uutta, vaikka heidän aiemman kokemuksensa määrä tapahtuman järjestämisestä vaihteli huomattavasti. Opiskelijat kokivat, että opintojaksolla läpi käyty teoria tuki käytäntöä ja sen määrä oli tasapainossa käytännön toteutuksen kanssa. Heidän mielestään myös opintojakson toteutustapa, jossa päivän alussa käytiin läpi projektin vaiheeseen liittyvää teoriaa ja sen jälkeen työskenneltiin projektin parissa, oli toimiva.

Opettajat arvioivat järjestetyt tapahtumat laadultaan vaihteleviksi. Vaihtelua oli ohjelmallisten aktiviteettien määrässä, kerätyissä rahasummissa sekä toteutusten laadussa. Arvostelut vaihtelivat tyydyttävän ja erittäin hyvän välillä. Prosessin ja tapahtuman muu onnistuminen ei kaikkien ryhmien kohdalla korreloinut saadun rahallisen tuoton kanssa. Tapahtumien onnistumista ei mitattu systemaattisesti. Opettajien mukaan yhtenä mittarina voitiin kuitenkin pitää saatujen yhteistyökumppanien määrää ja laatua. Opiskelijat saivat hankittua paljon yhteistyökumppaneita ja niitä pidettiin monipuolisina sekä mielenkiintoisina. Haastatellut opiskelijat kokivat järjestämänsä tapahtumat onnistuneiksi, vaikka niiden rahallinen tuotto ei yltänytkään tavoitteisiin. Haastateltavat kokivat ryhmänsä työskentelyn sujuneen hyvin ja järjestelyiden olleen melko onnistuneita, vaikka parannettavaakin löydettiin. Opettajien mukaan opiskelijoiden tekemät itsearviointit vastasivat hyvin opettajien arvioita ja opiskelijat osoittivat oppimisensa sekä toivat rehellisesti esille tekemänsä virheet. Nenäpäiväsäätiön edustaja koki kaikki järjestetyt tapahtumat todella onnistuneiksi. Hän kertoi, että näkyvyys on tärkeää Nenäpäiväsäätiölle, ja totesi säätiön saaneen todella hyvää näkyvyyttä tapahtumien avulla. Hän kertoi myös, että tempausten sisältö vastasi hyvin Nenäpäiväsäätiön arvoja, ja että saadut yhteistyökumppanit olivat hänen mielestään erittäin hyviä.

Vaikka yhteistyö koettiin mielekkääksi, toteutetut tapahtumat onnistuneiksi sekä opintojakso hyödylliseksi, syntyi myös kehitysehdotuksia. Opiskelijat kokivat

tapahtumamarkkinoinnin opintojakson liittämisen tempauksiin sekavaksi. Ensi kerralla tempausten markkinointi voitaisiinkin toteuttaa osana samaa tapahtuman tuottamisen ja johtamisen opintojaksoa, jolla tapahtumat toteutetaan. Jos markkinointi kuitenkin päätetään toteuttaa tapahtumamarkkinoinnin opintojaksolla, kannattaa näiden opintojaksojen työryhmien välistä yhteistyötä ja kommunikaatiota tiivistää. Opiskelijat keräsivät palautetta lähinnä spontaanisti kyselemällä tuntemuksia tapahtumien vierailijoilta. Jotta tapahtumien onnistumista voitaisiin paremmin arvioida, voitaisiin ensi kerralla pyrkiä keräämään palautetta kävijöiltä systemaattisemmin. Koska aiemmin järjestetyistä tapahtumista kannattaa oppia, voitaisiin seuraavalla kerralla muistuttaa korrektista some käytöksestä. Yhteistyökumppanien tulisi saada positiivista eikä negatiivista näkyvyyttä. Lopuksi, koska Nenäpäivä tekee tärkeää työtä auttaen kaikista heikoimmassa asemassa olevia lapsia, voitaisiin asian edistämiseksi ensi syksynä haastaa mukaan varainkeruuseen myös muita opettajia Laureasta sekä muista ammattikorkeakouluista. Haaste olisi hyvä heittää ajoissa ja näkyvästi. Haasteen voisi julkaista kaikissa Laurean sosiaalisen median kanavissa ja siitä voisi myös pitää ääntä kaikissa mahdollisissa tapahtumissa, joihin osallistuu paljon opiskelijoita miltä tahansa aloilta.

## 7 Johtopäätökset

Työn tavoitteena oli ymmärtää ja kuvata Laurean ja Nenäpäiväsäätiön yhteistyö sekä sen tuottamat hyödyt ja tehdä kehitysehdotuksia. Lisäksi työn tarkoituksena oli auttaa entisestään vahvistamaan toimijoiden välistä yhteistyötä sekä toimia pilottina, joka auttaa Nenäpäiväsäätiötä laajentamaan yhteistyötä koskemaan myös muita ammattikorkeakouluja.

Haastattelujen pohjalta nousi päällimmäisenä esille, että molemmat osapuolet kokivat yhteistyön erittäin hyödylliseksi. Sekä opettajat, että opiskelijat kokivat opintojakson, jolla yhteistyön tuloksena syntyneet tapahtumat tuotettiin, erittäin hyödylliseksi. Opiskelijat saivat toteuttaa tapahtumat melko vapaasti omalla tavallaan, ja tämän ansiosta he oppivat käytännön avulla mitä kaikkea tapahtuman järjestäminen pitää sisällään. Toimeksiantajan opiskelijoille antaman taiteellisen vapauden johdosta tapahtumista muodostui hyvin erinäköisiä sekä monipuolisia. Nenäpäiväsäätiö koki saaneensa tapahtumien avulla runsaasti lisänäkyvyyttä ja positiivista julkisuutta.

Haastatellut Laurean sekä Nenäpäiväsäätiön edustajat kokivat vastapuolen helpoksi yhteistyökumppaniksi, jonka kanssa toimiminen koettiin miellyttäväksi. Koska yhteistyö koettiin helpoksi ja hedelmälliseksi, tahtovat molemmat osapuolet jatkaa sitä myös tulevaisuudessa. Nenäpäiväsäätiön toiveena on, että Nenäpäivästä muodostuisi valtakunnallinen kansanliike, johon kaikki voisivat osallistua jollain tavalla. Säätiön tavoitteena on laajentaa yhteistyötä koskemaan myös muita ammattikorkeakouluja, niin että oppilaitokset keräisivät yhteen erilaisia ryhmiä ideoimaan tempauksia sekä auttamaan varainkeruussa.

Työn tavoitteet täyttyivät melko hyvin. Haastattelujen pohjalta saatiin muodostettua kuva yhteistyöstä sekä sen tuomista hyödyistä. Suurimpia haasteita työtä tehdessä olivat vastaajien löytäminen sekä kerätyn aineiston analyysi ja tulkinta. Aluksi haasteellista oli sopivien opiskelijoiden löytäminen ja vastausten saaminen kohtuullisessa ajassa. Opiskelijoilla ei tuntunut olevan aikaa vastata haastattelukysymyksiin edes sähköpostitse. Lopulta aineistoa kerääntyi kuitenkin paljon, joka teki sen analysoinnista työlästä. Haastattelujen toteutus ja aineiston analyysi olisikin voitu suunnitella ja aikatauluttaa huolellisemmin. Työ koettiin kuitenkin onnistuneeksi. Tuloksista ilmenee, miten oppilaitosyhteistyö toteutuu ja mitä hyötyjä sillä on. Lisäksi syntyi kehitysehdotuksia, joita voidaan hyödyntää niin ensi kerralla tapahtuman tuottaminen ja johtaminen -opintojaksoa toteutettaessa, kuin Nenäpäiväsäätiön oppilaitosyhteistyön laajentamisyrittämissä.



Lähteet

Painetut

Bladen, C., Kennell, J., Abson, E. & Wilde, N. 2012. Events management. An introduction. New York: Routledge

Downson, R. & Bassett, D. 2018. Event planning and management. Principles, planning and practice. Second edition. Lontoo: Kogan Page

Fenich, G. 2014. Planning and management of meetings, expositions, events, and conventions. Boston: Pearson

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2014. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus

Iiskola-Kesonen, H. 2004. Mitä, miksi, kuinka? Käsikirja tapahtumajärjestäjille. Iisalmi: Suomen liikunta ja urheilu

Kauhanen, J., Juurakko, A. & Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. Porvoo: WSOY

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2014. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: Sanoma Pro

Pielichaty, H., Els, G., Reed, I. & Mawer, V. 2017. Events project management. New York: Routledge

Shone, A. & Parry, B. 2013. Successful event management. A practical handbook. Fourth edition. Hampshire: Cengage learning EMEA

Tum, J., Norton, P. & Wright, J. 2006. Management of Event Operations. Oxford: Butterworth-Heinemann

Vallo, H. & Häyrynen, E. 2014. Tapahtuma on tilaisuus. Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Helsinki: Tietosanoma

Van Der Wagen, L. & White, L. 2015. Human resource management for the event industry. New York: Routledge

Vuokko, P. 2004. Non-profit organisaatioiden markkinointi. Porvoo: Bookwell

Quinn, B. 2013. Key Concepts in Event Management. London: Sage

## Sähköiset

Nenäpäivä. Usein kysyttyä. Mikä Nenäpäivä? 2018. [Viitattu 20.11.2018]. Saatavilla:  
<https://www.nenapaiva.fi/UKK>

Nenäpäiväsäätiön vuosikertomus 2017. [Viitattu 9.1.2019]. Saatavilla:  
<https://www.nenapaiva.fi/sites/nenapaiva.fi/files/2018/Vuosikertomus/Nena%CC%88pa%CC%88iva%CC%88n%20vuosikertomus%202017.pdf>

## Liitteet

|   |    |
|---|----|
| Liite 1: Haastattelurunko, opettajat .....                | 36 |
| Liite 2: Haastattelurunko, Nenäpäiväsäätiön edustaja..... | 37 |
| Liite 3: Haastattelurunko, opiskelijat .....              | 38 |

Liite 1: Haastattelurunko, opettajat

**Opintojakson toteutus ja sen koettu hyödyllisyys:**

*Minkä alojen opiskelijoille "tapahtuman tuottaminen ja johtaminen" -opintojakso soveltui ja oli suunnattu?*

*Osallistuiko opintojaksolle opiskelijoita kaikilta näiltä aloilta tälläkin kertaa?*

*Monenko opintopisteen kurssi oli kyseessä?*

*Entä kauanko opintojakso kesti?*

*Käytiinkö kurssilla läpi teoriaa paljon yhdessä?*

*Millaista teoriaa kurssilla pääasiassa käytiin?*

*Mihin tämä läpikäyty teoria sitten keskittyi, eli keskittyikö se enemmän tapahtuman suunniteluosaan vai itse toteutukseen?*

*Miten työryhmät opintojaksolla muodostettiin ja miten työnjako tapahtui?*

*Kuinka hyödylliseksi opiskelijoiden kannalta koitte tämän oppijakson?*

*Eli opintojakson oppimistavoitteet täyttyivät siinä?*

*Miten ja missä määrin Nenäpäiväsäätiön edustajat osallistui tempausten toteuttamiseen?*

**Tempauksille annetut lähtökohdat ja reunaehdot:**

*Oliko sponsorit ja yhteistyökumppanit opiskelijoiden vapaasti valittavissa vai olivatko niille annettu jotain reunaehtoja?*

*Pitikö näitä yhteistyökumppaneita tai sponsoreita hyväksyttää Nenäpäiväsäätiöllä?*

*Ne kaikki kuitenkin sopi tämän Nenäpäiväsäätiön arvoihin?*

*Oliko tempaukset pakko järjestää kauppakeskuksissa?*

*Valitsivatko opiskelijat itse näistä kauppakeskuksista?*

*Eli päivätkin oli annettu jo etukäteen?*

*Oliko ohjelmalle tai esiintyjille sitten määritelty jotain ehtoja?*

*Oliko jotain muita rajoja tai reunaehtoja, joiden sisällä piti pysyä tässä tempauksen toteuttamisessa?*

**Opettajien kokemus tapahtumien onnistumisesta:**

*Olivatko oppilaiden järjestämät tapahtumat mielestänne onnistuneita?*

*Entä vaikuttiko oppilaat itse tyytyväisiltä näihin järjestämiinsä tempauksiin?*

*Entä vaikuttivatko Nenäpäiväsäätiön edustajat tyytyväisiltä?*

*Mitattiinko tapahtuman onnistumista jotenkin muuten, kuin kerätyn rahan määrällä? (Nenäpäivätapahtumat)*

**Laurean ja Nenäpäiväsäätiön yhteistyö:**

*Ilmeisesti yhteistyötä on ollut myös aiempina vuosina, eli tämä ei ollut ensimmäinen?*

*Oliko Nenäpäiväsäätiö tässä aloitteellinen?*

*Koskeeko yhteistyö aina tätä tapahtuman tuottamisen ja johtamisen opintojaksoa, vai onko muitakin?*

*Oliko tänä vuonna mitään muita opintojaksoja, jotka liittyivät tähän Nenäpäivään?*

*Kuulin jotain jostain tapahtumamarkkinoinnista?*

*Aiotaanko yhteistyötä Nenäpäiväsäätiön kanssa jatkaa?*

*Onko suunnitelmissa tai harkinnassa mitään kokonaan uudenlaisten opintojaksojen järjestämistä tähän?*

*Onko mitään muita ideoita yhteistyön kehittämiseen jatkossa?*

Liite 2: Haastattelurunko, Nenäpäiväsäätiön edustaja

**Nenäpäiväsäätiön osallistuminen tempausten toteutukseen:**

*Missä määrin ja miten nenäpäiväsäätiö osallistui tempausten järjestämiseen?*

*Sanoit, että olitte löytäneet valmiiksi kolme kauppakeskusta opiskelijoille. Oliko näitä neljä tapahtumaa?*

*Oliko kaikki sponsorit opiskelijoiden hankkimia, vai tuliko joitain Nenäpäiväsäätiön kautta?*

**Nenäpäiväsäätiön asettamat reunaehdot tempauksille:**

*Mitkä olivat Nenäpäiväsäätiön puolelta asetetut reunaehdot tapahtumalle?*

*Olivatko tapahtumapäivämäärät määritelty etukäteen?*

*Entä saivatko opiskelijat itse päättää tapahtumien kellonajat vapaasti?*

**Nenäpäiväsäätiön kokema tyytyväisyys opiskelijoiden toteuttamiin tempauksiin:**

*Koittako opiskelijoiden järjestämät tempaukset onnistuneiksi?*

*Oliko toteutusten välillä suuria eroja onnistumisessa?*

*Vastasiko tempausten sisältö Nenäpäiväsäätiön arvoja?*

*Eli ei tarvinnut ohjata opiskelijoita arvoihin liittyen sen enempää, kuin mitä alussa annoitte ohjeistusta?*

**Nenäpäiväsäätiön ja Laurean yhteistyö:**

*Oliko Nenäpäiväsäätiö aloitteellinen yhteistyön aloittamisessa?*

*Oli puhetta, että yhteistyö Laurean kanssa on jatkunut jo vuosia. Onko Laurea ja Nenäpäiväsäätiö tehnyt yhteistyötä jossain muussa muodossa kuin näillä Nenäpäivätempauksilla?*

*Mitä kaikkia yhteistyömuotoja tai toteutustapoja on ollut?*

*Ehdotitteko yhteistyötä myös muille AMKeille tänä vuonna? Entä aiempina vuosina?*

*Onko teillä muita ideoita uusista tavoista tehdä yhteistyötä AMKien kanssa niin, että toteutus toimisi osana opintoja?*

Liite 3: Haastattelurunko, opiskelijat

**Tapahtumaprojektin toteutus:**

*Miten tiiminvetäjä tiimiinne valittiin? Olitko itse halukas/innokas heti tähän pestiin?*

*Millainen oli ryhmänne työnjako muuten? Jakautuivatko työt ryhmässänne mielestänne tasaisesti ja reilusti? Oliko kaikilla yhtä paljon tekemistä? Koitteko, että projektinvetäjä joutui tekemään muita isomman työmäärän?*

*Miten tiimissänne sovittiin töiden tekemisestä? Määrättiinkö jotain sanktioita töiden tekemisestä myöhässä tai tekemättä jättämisestä?*

*Käyttittekö projektissänne jotain projektinhallinnan työkaluja? (Työnositus, kriittinen polku tms.?)*

*Oliko tiiminvetäjän vastuulla tehdä ajolista?*

*Miten tiimiinne haki yhteistyökumppaneita tempaukseen?*

*Kävikö niin, että jokin toinen tiimi oli kontaktoinut jo jotain ajattelemanne yhteistyökumppania?*

*Miten perehdyitte tempauksenne kohderyhmiin? Mitä niistä selvisi?*

*Käyttittekö jotain ideointimenetelmiä tempauksen ohjelmaa tai esiintyjiä mietittäessä?*

*Sujuiko tapahtumapäivänä kaikki suunnitellusti? Mikä meni eri tavalla ja miten asia hoidettiin? Mitä siitä seurasi?*

*Millaisia riskejä tunnistitte tapahtumallenne? Miten niihin varauduttiin tai niitä ehkäistiin? Tehtiinkö järjestämästänne tempauksesta ilmoitus viranomaisille?*

*Millä tavoin kiititte yhteistyökumppaneitanne?*

*Minkä koitte projektin työläimmäksi/haastavimmaksi vaiheeksi tai tehtäväksi projektipäällikön näkökulmasta? Entä koko ryhmän osalta?*

**Tapahtuman koettu onnistuminen:**

*Koitteko järjestettyjen tempauksien olleen onnistuneita? Miten omalla tiimillänne meni suhteessa muihin tiimeihin?*

*Mittasittekö tapahtuman onnistumista jollain muulla mittarilla kuin kerätyn rahan määrällä? Millä?*

*Tekisittekö jotain toisin? Mitä ja miksi?*

**Opintojakson koettu hyödyllisyys:**

*Kuinka hyödylliseksi koitte opintojakson?*

*Mitä opit kurssilla?*

*Oliko opintojaksolla käydyn teorian määrä mielestänne sopiva? Olisiko sitä saanut olla enemmän tai olisitko toivonut kurssilta enemmän käytännölläisyyttä?*

*Saitteko mielestänne tarpeeksi opastusta ja neuvoja tapahtuman toteuttamiseen opettajilta ja Nenäpäiväsäätiön edustajilta?*

*Tuleeko mieleen mitään parannettavaa tai kehitysehdotuksia opintojakson toteutuksen suhteen?*