

Tapahtuman järjestäminen – Tallin Joulupolku

Henna-Riikka Myllynen



Tekijä(t) Henna-Riikka Myllynen	
Koulutusohjelma Restonomi AMK	
Raportin/Opinnäytetyön nimi Tapahtuman järjestäminen – Tallin Joulupolku	Sivu- ja liitesivumäärä 27 + 4
<p>Tämä produktityyppinen opinnäytetyö käsittelee Joulupolku- tapahtuman järjestämistä. Tapahtuman toimeksiantaja on Jasmin Varsta, ja hänen kanssaan yhteistyössä järjestettiin tapahtuma pienille lapsille. Idea tapahtuman järjestämisestä lähti kesällä 2020, jolloin olimme lapseni kanssa tenavatunnilla Jasminin tallilla. Ihastuin ensi näkemästä poneihin ja kuinka helppo pienten lasten on käsitellä niitä. Oma lapseni oli erityisen innostunut poneista ja niiden hoitamisesta ja halusin muidenkin lasten kokevan samanlaista riemua. Eri-laisten ideoiden jälkeen päädyimme lapsille järjestettävään Joulupolkuun, jossa lapset saavat ratsastaa tonttupukuun puetuilla poneilla metsässä, joka on koristeltu joulukoristein.</p> <p>Opinnäytetyön tietoperustassa käsitellään tapahtuman järjestämistä mikä aloitetaan tapahtuman huolellisella suunnittelulla ja jatketaan tapahtuman toteuttamiseen eli varsinaiseen tapahtumaan. Tapahtuman jälkeen kerätyllä palautteella oli tarkoitus selvittää, teimmeko oikeita ratkaisuja ja missä tapahtuma onnistui ja mitä olisi voinut parantaa, sekä onko tapahtumien järjestäminen tallilla kannattavaa.</p> <p>Produktina syntyi pieni tapahtuma lapsille, joka järjestettiin juuri ennen joulua 19.12.2020 Hyvinkäällä. Tavoitteena oli järjestää mieleenpainuva tapahtuma lapsille. Tapahtumassa lapset ratsastivat pienissä ryhmissä poneilla läpi joulukoristein koristellun metsäpolun ja saivat pienen lahjakassin muistoksi. Tapahtumaan osallistui yhdeksän lasta. Lapset olivat innoissaan poneista ja ratsastusosuudesta, jonka toivottiin olevan pidempi. Tapahtumasta pidettiin paljon ja tällaisia toivottiin lisää ja varmasti järjestämme tapahtumia lapsille jatkosakin.</p> <p>Tapahtumalla ei haettu taloudellista hyötyä, vaan katoimme järjestämisestä aiheutuneet kulut osallistumismaksuilla, kaikki mikä jäi käteen, oli tietenkin plussaa toimeksiantajalle. Osallistuminen valmiiseen lastentapahtumaan ponien kanssa olisi varmasti mielenkiintoista ja taloudellisesti kannattavampaa, jolloin ratsastajia saataisiin enemmän, kesto olisi lyhyempi ja käytettyyn aikaan nähden maksu suurempi.</p>	
Asiasanat Tapahtumat, Tapahtumatuotanto, Tapahtumamarkkinointi	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Tapahtuma.....	3
2.1	Tapahtumien jaottelu.....	3
2.2	Tapahtuman tavoitteet	4
2.3	Tapahtuman sisältö.....	5
3	Tapahtuman järjestäminen	7
3.1	Kohderyhmä	7
3.2	Luvat.....	8
3.3	Budjetti.....	9
3.4	Viestintä	10
3.5	Tapahtuman markkinointi	11
3.6	Tapahtuman toteutus	13
3.7	Jälkimarkkinointi.....	14
4	Tapahtuman Joulupolku järjestäminen	16
4.1	Suunnittelu.....	17
4.2	Toteutus.....	19
4.3	Tapahtuman palaute ja jälkimarkkinointi	23
5	Pohdinta.....	25
5.1	Tapahtuman arviointi ja kehitysehdotukset.....	26
5.2	Oma oppiminen.....	27
	Lähteet	28
	Liitteet.....	30

1 Johdanto

Ihmiset ovat perusluonteeltaan sosiaalisia ja yhteisöllisiä, joten tapahtumat ovat aina kuuluneet osaksi elämää. Kun tehdään ja tavataan yhteisten asioiden äärellä, se synnyttää tapahtumia. (Huhtaniska 2019, 2.) Niin kävi nytkin. Yhteisten kiinnostusten äärellä syntyi idea järjestää tapahtuma lapsille, jossa oli mukana ponit. Vuosi 2020 oli koronan aikaa, jolloin melkein kaikki tapahtumat oli peruttu, myös lasten. Hoplopit ja muut sisäleikkipuistot olivat kiinni ja sisällä maneesissa talutusratsastukset lopetettiin koronan takia. Maalla, Hyvinkäällä sijaitsevalla tallilla oli helppo järjestää tapahtuma, joka sijoittui ulos, ja metsää on joka puolella.

WellDressage on hevosalan yritys, jonka perusti Jasmin Varsta vuonna 2007. Yritys tarjoaa muun muassa kouluratsastusvalmennusta, pienryhmätunteja ja tallipaikkoja Hyvinkäällä. Tallilla on tällä hetkellä yhteensä 14 hevosta ja ponia, joista 13 on omia. Talli työllistää yhden ulkopuolisen työntekijän, joka hoitaa tallia ja hevosia, sekä pitää tunteja. WellDressage on erikoistunut intensiivisiin valmennustyyppisiin tunteihin, joissa on kerralla vain kaksi ratsukkoa, jotta ratsastuksen korjaaminen on mahdollisimman tehokasta. Näin asiakas saa yksilöllistä oman tason opetusta, ja kehittyy koko ajan paremmaksi ratsastajaksi. Ammatiltaan Jasmin on muun muassa ratsastuksenohjaaja, valmentaja ja tallimestari. (Welldressage.fi)

Sain toimeksiannoksi Jasmin Varstalta suunnitella tapahtuman tallille, jossa olisi mukana pienet ponit. Tallilla ei ole aikaisemmin järjestetty omia tapahtumia, vaan pääpaino on ratsukoiden valmentamisella. Jasmin halusi hauskaa tekemistä myös tallin kahdelle pienelle ponille, jotka työskentelevät yleensä vain muutaman tunnin viikosta. Myös itselle tällaisella tempauksella on innostava vaikutus. Poneilla on painorajat, jonka vuoksi tapahtuma järjestettiin vain tietyn ikäisille lapsille.

Tapahtuman tavoitteena on järjestää mieleen painuva tilaisuus, joka jättää osallistujille hyvän mielen pitkäksi aikaa. Tapahtumalla tulee olla myös konkreettinen ja mitattava tavoite, kuten myynnin lisääminen tai organisaation mielikuvan parantaminen. Tavoitetta miettiessä on hyvä tarkastella asiaa asiakkaiden näkökulmasta, mitä he tarvitsevat ja haluavat tapahtumalta. (Vallo & Häyrinen 2004, 111-115). Tärkeimpänä tavoitteena Joulupolku-tapahtumalla oli tuottaa elämys lapsille. Joulukuoli tulossa ja lapset ovat helppoja asiakkaita, joita on ihana ilahduttaa. Joulupolku, jossa yhdistettiin ratsastus ja jouluteema oli mieleen painuva tapahtuma, joka varmasti jättäisi hyvän mielen kaikille osallistujille, niin lapsille kuin heidän vanhemmillensakin. Halusimme tapahtuman avulla myös selvittää, onko tällai-

sille lasten tapahtumille tallilla kävijöitä ja kannattaako sellaisia järjestää lisää. Tapahtumalle asetettiin osallistumismaksu, jolla saimme katettua järjestämisestä aiheutuneet kulut.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on suunnitella ja toteuttaa tapahtuma lapsille. Viitekehysessä käydään järjestyksessä läpi tapahtuman suunnittelu ja toteutus. Tapahtuman jälkeen tulosten analysoinnin tarkoituksena on selvittää missä menttiin vikaan ja missä onnistuttiin sekä oppia lisää tapahtuman järjestämisestä.

2 Tapahtuma

Tapahtumalla tai yleisötilaisuudella tarkoitetaan yleisölle avointa huvitilaisuutta, tai kilpailuja, näytöksiä ja muita näihin verrattavia tapahtumia. (Lampinen, 2009, 5) Tapahtuman järjestäminen on tyypillinen projektityö. Työllä on selkeä aikataulu ja tavoitteet ja tapahtumat, kuten projektit yleensä ovat kertaluontoinen tapahtuma, jota harvemmin toistetaan ainakaan täysin samanlaisena. (Iiskola-Kesonen 2004, 8.)

2.1 Tapahtumien jaottelu

Tapahtuman tuottamiseen sisältyy paljon vastuuta ja luotettavuutta, joten ei ole yhdentekevää kuka tapahtuman järjestää. (Huhtaniska 2019, 10.)

Onnistuneen tapahtuman lähtökohtana on hyvä verkosto. Tapahtuman järjestämiseen tarvitaan enemmän tai vähemmän ihmisiä tapahtuman koon mukaan. Tapahtuma sisältää erilaisia palveluja ja tavaroita. Tapahtumalla on aina joku omistaja, joka vastaa tapahtuman idean keksimisestä, järjestää ja kantaa vastuun. (Huhtaniska 2019, 5-7.)

Tapahtumien omistajat voidaan jakaa kolmeen eri pääkategoriaan julkinen sektori, yksityiset voittoa tavoittelevat yritykset ja voittoa tavoittelemattomat organisaatiot. Julkinen sektori voi joko tuottaa tai tilata tapahtumia, mitä suurempi tapahtuma on kyseessä, sitä varmemmin sen taustalla on joko valtio tai kunta. Ja vaikka valtio tai kunta ei olisikaan pääomistajana tapahtumassa, on sen mukana olo mahdollistajana tärkeää. Tapahtumien ja festivaalien tukemiseen tarvitaan poliittista tahtotilaa, jota voidaan osoittaa rakentamalla ja tuottamalla toimivaa infrastruktuuria ja kulttuuritarjontaa, sujuvoittamalla sääntöjä ja myöntämällä rahallisia tukea. (Huhtaniska 2019, 5-7.)

Toisena on yksityiset voittoa tavoittelevat yritykset, joissa usein tapahtuman lähtökohtana on markkinointi. Tapahtumalla voidaan markkinoida omia tuotteita ja brändin tunnettavuutta tai näyttää yrityksen työntekijöille arvostusta ja sitä kautta sitouttaa henkilökuntaa. Kolmantena voittoa tavoittelemattomat organisaatiot. Näihin lukeutuu säätiöt, yhdistykset, järjestöt, harrastepiirit ja usein juuri nämä voittoa tavoittelemattomat ovat kaikkein ahkerimpia tapahtuman järjestäjiä. Tapahtumat järjestetään talkootyönä ja vapaaehtoisten voimalla ja monet urheilu- ja kulttuuri tapahtumat jäisivät järjestämättä ilman asiaan omistautuneita vapaaehtoisia. (Huhtaniska 2019, 5-7.)

Tapahtumat voivat olla pääsymaksullisia, jolloin niillä katetaan tapahtumasta koituneet kulut. Usein tapahtumat toteutetaan nollabudjetilla, jolloin varat saadaan apu- ja tukirahoina, pääsymaksuina ja erilaisien yhteistyökumppanuuksien turvin. Kaupungit ja kunnat haluavat tukea kaikilla tasoilla voittoa tavoittelemattomien tapahtumien järjestämistä. Lupa-asiat

voivat hoitua helpommin tai tilavuokra voi olla edullisempi kuin mitä se olisi kaupallisen tapahtuman järjestäjille. (Huhtaniska 2019, 5-7.)

Tapahtuma voidaan kategorisoida usein eri tavoin ja eri lajeihin. Evento Awards- kilpailussa tapahtumat jaettiin neljään eri sarjaan; yritystapahtuma, kuluttajatapahtuma, henkilöstötapahtuma sekä lanseeraukset ja promootiot. Vallo & Häyrinen (2014, 61-62) jakaa tapahtumat asiatapahtumiin, viihdetapahtumiin ja näiden yhdistelmiin. Tapahtuman järjestäjän on aina tiedettävä, minkälaisesta tapahtumasta on kyse ennen, kun suunnittelu alkaa. (Vallo & Häyrinen 2014, 61-62.)

Tapahtuman voi toteuttaa itse rakentamalla, ostamalla ulkopuoliselta tapahtuma-alan yritykseltä tai kokoamalla sen erilaisista valmiista osista käyttökelpoiseksi ketjutapahtumaksi. (Vallo & Häyrinen 2014, 63-70.)

Oman organisaation rakentama tapahtuma on iso ponnistus ja vaatii paljon sitoutumista ja kaikki vastuu on organisaation omilla harteilla. Näin tapahtumasta saadaan kokonaan oman näköinen ja ylimääräisiltä kustannuksilta vältytään. (Vallo & Häyrinen 2014, 63-70) Ulkoistettu tapahtuma on helppo, joskin kallis ratkaisu, jolloin ammattilaisten osaaminen saadaan käyttöön ja yrityksen omat resurssit jäävät omaan työhön. Vaikka tapahtuman järjestämisen ostaa ulkopuoliselta, on organisaatiosta löydyttävä projektipäällikkö ja muun henkilöstön sitouduttava tapahtuman, jotta tapahtuma saisi myös sisällön eikä vain tyhjiä kulisseeja. Valmiiden tapahtumien osien ostaminen ja linkittäminen suuremmaksi toimivaksi tapahtumaksi on myös helppo tapa järjestää tapahtuma. Mikäli käytössä on vielä tapahtumatoimisto, on ammattilaisen helppo suunnitella osista teemaan sopiva kokonaisuus. Kattotapahtumaan osallistuminen voi olla helppoa ja mukavaa, mutta varasuunnitelmat ja riskit on hyvä kartoittaa oman tapahtuman puolesta hyvin. Myös muu suunnittelu on tehtävä samalla tavalla kuin muissakin tapahtumissa. Kattotapahtumaan osallistuva ei voi vaikuttaa tapahtuman kulkuun ja isännän toiminta vaikuttaa hyvin paljon siihen, kuinka tapahtuma onnistuu. (Vallo & Häyrinen 2014, 63-70.)

2.2 Tapahtuman tavoitteet

Tapahtumalla on aina jokin tavoite ja lähes jokaisella niitä on useita. Monesti tapahtuman tavoite on taloudellinen, jolloin järjestäjä hyötyy tapahtumasta rahallisesti joko välittömästi tai pidemmällä aikavälillä. Tällaiset tapahtumat voidaan jakaa kahteen eri osaan: välillisiin ja välittömiin. Välittömissä tavoitteissa on tarkoituksena hyötyä kertaluontoisesti tapahtuman aikana suoraan tilaisuudesta. Välillisissä tavoitteissa ei korvausta tilaisuudesta saada heti itse tilaisuudesta, vaan luodaan tapahtumalla pohjaa suuremmalle taloudelliselle menestykselle. Tämä voi tarkoittaa esimerkiksi yrityksen järjestämää asiakastilaisuutta, jolla

kohotetaan asiakastyytyvääisyyttä tai lanseerataan uusia tuotteita. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 45.)

Tapahtumalla ei tarvitse olla suoraa liiketoiminnallista tavoitetta, mutta järjestäjällä täytyy olla selkeä käsitys siitä, miksi tapahtuma järjestetään. Yrityksen järjestämä tapahtuma henkilökunnallekin on tavoitteellista, vaikka se ei suoranaisesti kassassa näykään. Se näkyy henkilökunnan sitoutumisena yritykseen ja yhteenkuuluvuuden tunteena, joka välittyy asiakkaille ja siten vahvistaa yrityksen brändiä. Yrityksen järjestämät tapahtumat ovat yleensä osa liiketoimintaa, jonka tarkoituksena on edistää tuotteiden tai palvelujen myyntiä. (Iiskola-Kesonen 2004, 9.)

Kun perinteiset viestintäkanavat takkuavat ja menettävät asiakkaitaan, on tapahtumat mediana selvinneet melko hyvin. Ihmisiillä on edelleen tarve kohdata kasvokkain ja keskustella henkilökohtaisesti sekä kokea asioita yhdessä samassa tilassa. (Iiskola-Kesonen 2004, 9.)

Tapahtuman yhtenä tarkoituksena voi joskus olla paikkakunnan elävöittäminen ja jäsenistön aktivoiminen. (Iiskola-Kesonen 2004, 9). Tapahtumassa täytyy ottaa huomioon myös tapahtuman jälkeinen aika ja tavoitetilä. Koska tapahtumaa suunniteltaessa usein keskitytään pelkästään tapahtumaan. On tärkeää miettiä, millaista muutosta kohderyhmässä tapahtumalla tavoitellaan. On pystyttävä esittämään tapahtuman aikaan saama muutos jo investoinnin tuottojenkin kannalta. (Vallo & Häyrinen 201, 115.)

2.3 Tapahtuman sisältö

Tapahtuman sisältö voidaan jakaa kolmeen osa-alueeseen. Aistimukseen, hyötyihin ja yhteisöllisyyteen. Tapahtuma voi olla sisällöltään kaikkea tätä, mutta hyvä järjestäjä korostaa valitsemaansa sisältöä. Tapahtuman sisältö määräytyy tavoitteiden mukaan, mikäli kyseessä on yrityksen brändin vahvistaminen, on aistimustapahtuma sopiva siihen. Tällaiset tapahtumat ovat usein konsertteja, urheilua tai ruokanautintoihin liittyvää, jossa vieras pääsee nauttimaan passiivisena katsojan roolista ja kokee sisällön erinomaiseksi. Joissain tapauksissa yritys lähettää osallistujalle vain liput osallistumatta itse tapahtumaan ollenkaan. (Catani 2017, osa 1.)

Jos yrityksen tavoitteena on edistää myyntiä, on paras valinta hyötytapahtuma, joissa asiakkaalle tarjotaan jotain enemmän kuin muut saavat. Tästä esimerkkinä VIP-tapahtumat joissa asiakas pääsee jonojen ohi tai tapaamaan jotain kuuluisuutta. Myös erilaiset palkintogaalat, asiantuntijataapahtumat kuten seminaarit ja kongressit lukeutuvat hyötytapahtumiin. Tällaisissa tapahtumissa osallistujan oletetaan ottavan osaa tapahtumaan edes osittain ja seurustelu ja yhteyksien luominen on suotavaa. Yhteisöllinen tapahtuma sopii puolestaan osallistujien keskinäisten välien syventämiseen. Tällaiset tapahtumat ovat usein

yrityksen sisäisiä tapahtumia, joissa tärkeimpänä piirteenä on me-henki ja tasa-arvoinen suhde osallistujien kesken. Osallistujat osallistuvat järjestetyn tapahtuman kulkuun ja se muovautuu ja kehittyy osallistujien vuorovaikutuksen seurauksena. (Catani 2017, osa 1.)

3 Tapahtuman järjestäminen

Tapahtumasuunnitelma on tapahtumaprojektin toteutuksen toimintasuunnitelma. Tapahtuman järjestämisestä 75 % on suunnittelua. (Vallo & Häyrinen 2014, 161).

Tapahtuman sisältö laaditaan tapahtuman tavoitteen ja kohderyhmän huomioon ottaen, sekä tapahtuman teeman yhteen sovittaen. Tänä päivänä on osallistujalle tärkeää saada jotain kotiin viemiseksi, kuten vinkkejä, ideoita ja ajatuksia sovellettavaksi omaan työhön tai elämään ja vähintään mieluisia elämyksiä. (Vallo & Häyrinen 214, 197.) Kohderyhmä täytyy tuntea hyvin, jotta osataan järjestää oikean kokoinen ja näköinen tapahtuma juuri tälle ryhmälle. (Vallo & Häyrinen 2014, 121).

Tapahtumaan kutsuttujen yhteystietojen saaminen riippuu siitä, ketä halutaan kutsua. Usein yhteystiedot löytyvät organisaation omasta asiakashallintajärjestelmästä, mutta kutsuja on mahdollista lähettää julkisia kutsuja eri medioiden kautta. Yleensä on hyvin tiedossa, keneltä yrityksen liikevaihto tulee ja asiakkaat onkin lokeroitu eri luokkiin kuten kanta-asiakkaisiin, avainasiakkaisiin, satunnaisesti ostaviin, prospekteihin eli todennäköisiin tuleviin asiakkaisiin sekä suspekteihin, jotka ovat potentiaalisia asiakkaita. Kutsuttujen joukossa voi olla erityisvieraita, jolle halutaan tuottaa erityistä palvelua. Arvovieraiden huomiointi jo tapahtumaa suunniteltaessa on tärkeää, jotta tapahtuma sopii luonteeltaan heille ja he sopivat hyvin muiden vieraiden joukkoon. Arvovieraille tarkoitetut erikoisjärjestelyt on tehtävä hyvissä ajoin, kuten kuljetukset, majoitukset ja liputukset. Myös kutsuttujen avoimen osallistuminen on mietittävä tarkkaan. Yleensä avoimet osallistuvat vain vapaamuotoiseen tapahtumaan ja virallisen osuuden ajaksi heille on järjestettävä jotain sopivaa ohjelmaa ja mahdollisesti erilaisia vaihtoehtoja, koska he ovat hyvin kriittistä porukkaa. (Vallo & Häyrinen 2014, 125-126.)

3.1 Kohderyhmä

Kohderyhmän selvittäminen pitää olla kirkkaana mielessä ennen tapahtuman järjestämistä. Kohderyhmänä voi olla yrityksen nykyiset tai potentiaaliset uudet asiakkaat, henkilöstö, sidosryhmät ja yhteistyökumppanit tai yrityksen omistajat. Lisäksi on hyvä selvittää kohderyhmän mielenkiinnonkohteet sekä mm. ikä, status ja sukupuoli. Tapahtuman kohderyhmä on hyvä analysoida tarkkaan, sillä tapahtuma järjestetään heille, ei itselle. Se mikä itsestä on hauskaa, ei todennäköisesti toimi muiden kohdalla. Hyvin pitkälle tapahtuman määrittelee valmiiksi sen kohderyhmä ja tapahtuman tavoite. (Vallo & Häyrinen 2014, 123-124.)

3.2 Luvat

Tapahtumaan varten tarvitaan mahdollisesti paljon erilaisia lupia, musiikin esittämisestä banderollien ripustamiseen. Lupien hakemisessa kannattaa ottaa huomioon niiden hakuajat ja -paikat, sekä lupakäytännöt. Joskus lupien saamisessa kestää aikaa tai käytännöt voivat olla erilaisia paikkakunnan mukaan. (Huhtaniska 2019, 220.)

Ilmoitus järjestämisestä pitää tehdä kirjallinen ilmoitus poliisille viimeistään 5 päivää ennen tapahtumaa. Lomake löytyy poliisin verkkosivuilta ja se on mahdollista täyttää sähköisenä tai tulostaa ja toimittaa tapahtumapaikan poliisiasemalle. (Huhtaniska 2019, 220.)

Poliisi voi vaatia myös muita selvityksiä esimerkiksi lainsäädäntöön, vakuutuksiin ja järjestyspaikkaan liittyen. (Huhtaniska 2019, 220.)

Tapahtumasta ei välttämättä tarvitse tehdä ilmoitusta poliisille, mikäli tilaisuus on pieni eikä siitä se edellytä toimia järjestyksen tai turvallisuuden ylläpitämiseksi tai aiheuta haittaa sivullisille ja ympäristölle. Kuitenkin on vaikea arvioida missä menee raja ilmoittamisen ja ilmoittamatta jättämisen välissä, joten yhteydenotto paikalliseen poliisilaitokseen on syytä tehdä ajoissa. (Hel.fi)

Maanomistajanlupa tarvitaan aina tapahtuman järjestämistä varten. Lupien hakeminen kannattaa aloittaa ajoissa. Esimerkiksi Helsingissä kaupungin yleiset alueet kuten kadut ja puistoalueet, luvat myöntää kaupunkiympäristön alueidenkäyttö. Helsingin tukkutori myöntää luvat kaupallisille torialueille ja urheilu ja ulkoilualueet sekä uimarannat, luvat myöntää kulttuuri- ja vapaa-ajan toimiala. Helsingin kaupunki on helpottanut tapahtuman järjestäjien työtaakkaa laatimalla tapahtuma-aluekortin, josta löytyy tärkeimmät tiedot paikasta, pohjapiirrokset ja ilma- ja panoraamakuvat. (Hel.fi)

Yksityisten alueiden käyttöluvut myöntää alueen omistaja tai haltija. (Huhtaniska 2019, 220).

Meluilmoitus on tehtävä kirjallisesti, mikäli tapahtumasta aiheutuu huomattavasti häiritsevää melua, lupa haetaan kunnan ympäristöviranomaisilta viimeistään 30pv ennen tapahtumaa. Huhtaniska tarkentaa Fakta ja Fiilistä teoksessaan, ettei toimintaa saa aloittaa ennen, kun luvan hakemisesta on kulunut 30pv tai että tapahtumalle on annettu aloitislupa. Hän korostaa, että lupapäätös on maksullinen ja luvasta koituvat kulut kuten melumittaukset on kustannettava järjestäjän puolesta. (Huhtaniska 2019, 220.)

Mikäli tapahtumaan odotetaan vähintään 200 osallistujaa, on järjestäjän laadittava pelastumis- ja turvallisuussuunnitelma ja toimitettava se tapahtumapaikan pelastuslaitokselle viimeistään 14pv ennen tapahtumaa. (Hel.fi)

Tapahtumassa esitettyyn musiikkiin tarvitaan luvat musiikintekijän tai musiikinkustantajan lupa, niitä voi hakea Teostosta tai musiikkiluvat.fi. -palvelusta. Arpajaisista tai rahankeuruusta tapahtuman yhteydessä on haettava lupaa poliisilta. Suurista tapahtumista, joihin odotetaan yli 1000 osallistujaa, on laadittava jätehuoltosuunnitelma, mikä on esitettävä kunnan ympäristöviranomaisille kahta viikkoa ennen tapahtumaa. (Suomi.fi)

Aluehallintoviranomainen myöntää luvat tilapäiseen alkoholin anniskeluun, mikäli tapahtumapaikalla on jo valmiiksi hyväksytty anniskelualueeksi, on anniskeluluvan haltijan mahdollista anniskella alueella pelkällä ilmoituksella aluehallintoviranomaiselle. Elintarvikkeiden myynnistä tai tarjoilusta on tehtävä ilmoitus paikkakunnan elintarvikevalvontaan, paitsi jos toiminta on vähä riskistä ja tapahtuu yksityishenkilön tai järjestön puolesta. Katualuilla mainostamiseen on haettava lupa kiinteistötoimelta tai muulta aluetta hallinnoivalta taholta. Joitain paikkoja voi hallita taho, joka on maksanut mainospaikasta, esimerkiksi bus-sipysäkit. Tienvarsiopasteisiin ei tarvitse hakea erikseen lupaa, mutta niiden käyttöön on erilliset ohjeet ja määräykset joihin järjestäjän on syytä tutustua. (Huhtaniska 2019, 220.)

3.3 Budjetti

Tapahtuman järjestäminen voi olla iso investointi yritykselle, jolloin on hyvä miettiä tarkkaan budjetti ja ottaa huomioon mahdolliset riskit. Tapahtuma on syytä rajata heti tarkasti sekä tehdä realistiset laskelmat kuluista. Tarjouspyyntöjen ja kilpailuttamisen kanssa kannattaa nähdä vaivaa. Kilpailutuksen tuloksena voi säästää paljon rahaa, ja huolellisesti tehty yksityiskohtainen tarjouspyyntö ei jätä mitään arvailujen varaan ja näin ollen ei todennäköisesti aiheuta ylimääräisiä kustannuksia. (Catani, 2017, osa 1.)

Tapahtumaa suunnitellessa ja tuloja miettiessä ensimmäisenä tulee mieleen pääsymaksu ja on mietittävä, onko tapahtumalle syytä asettaa pääsymaksu. Usein organisaation sidosryhmille tarkoitettut tapahtumat ovat pääsymaksuttomia, mutta pienen summan ilmoittautumisen yhteydessä takaa sitoutumisen tapahtumaan ja välttään turhilta kustannuksilta mitä pois jääminen aiheuttaa. (Vallo & Häyrinen 2004, 52-53.)

Tapahtumaan suunnitellessa taloutta ajatellen ihanne tilanne on se, jolloin talous on tasapainossa ja tapahtuman kulut on katettu jo, ennen kun ensimmäistäkään pääsylippua on myyty. Jos kulut nousevat suuremmaksi kuin tulot, on aika miettiä missä voidaan säästää. (Iiskola-Kesonen. 2004, 77.)

ROI eli return on investment on helppo kaava, jolla voi tarkastella tapahtuman tuottavuutta ja tapahtumien yhteydessä ROI ilmoitetaan prosentteina. (Vallo & Häyrinen 2014, 55).

$$\text{ROI} = \frac{\text{Tapahtuman tuotto} - \text{tapahtuman kulut}}{\text{Tapahtuman kulut}}$$

Negatiivinen tulos kertoo tapahtuman investoinnin kannattamattomuudesta ja positiivinen tarkoittaa investoinnin tuottavuudesta. (Vallo & Häyrinen 2014, 55.)

Tapahtuman hinnoittelussa on otettava huomioon monta asiaa. Osallistujien maksukyky, onko tilaisuudessa tarkoitettu käytettävän rahaa osallistumismaksun lisäksi tai minkäläinen summa on sopiva rahastamisen kannalta. Jos tilaisuuteen osallistuu perheestä useampi lapsi, täytyy miettiä, kuinka paljon rahaa perheellä on sijoittaa sisäänpääsymaksuun, jos rahaa tulee käyttää lisäksi vielä tapahtuman sisällä. Jos perheen kolme lasta osallistuu ja jokaisen lippu maksaa 20 € ja siihen lisäksi vanhempien liput 30 € on loppu summa jo 120 € ja mikäli osallistujien halutaan käyttävän rahaa vielä tapahtumassa, täytyy miettiä, onko pääsymaksu liian suuri. Mikäli lippuja myydään portilta, on hyvä huomata vaihtorahan määrä pohjakassassa. Helpointa on määritellä lipun hinta sellaiseksi, että vaihtorahan määrä on mahdollisimman pieni. Myös muiden tapahtumassa myytävien tuotteiden ja palvelujen hinnoittelu on oltava yksinkertaista, jotta rahastukseen ei kulu turhaa aikaa eikä synny turhia jonoja. (Conway 2009, 239-240.)

3.4 Viestintä

Viestintään kuuluu useita erilaisia osa-alueita, joita voi olla vaikea hallita. Päävastuu tiedottamisesta on aina projektipäälliköllä, mutta usein hänellä on suunnittelun ja järjestämisen takia niin paljon tehtävää, ettei tehokkaaseen tiedottamiseen löydy enää aikaa, joten apuna on hyvä olla erikseen myös tiedottaja. Tiedottajan on oltava hyvin perillä tapahtuman kokonaisuudesta ja sen yksityiskohdista. Viestinnän on oltava tehokasta ja nopeaa, eivätkä vastuhenkilöt saa kuulla tapahtuman tärkeistä tiedoista tiedotusvälineiden kautta vaan suoraan tapahtuman tiedottajalta. Kun sisäinen viestintä on toimivaa, huhut ei lähde liikkeelle ja työntekijät luottavat tapahtumaorganisaatioon. Viralliset tiedot on aina saatava ajoissa ja oikeaan aikaan. (Iiskola-Kesonen 2004, 63-73.)

Sisäinen viestintä tavoittaa tapahtuman lähellä olevat henkilöt kuten järjestäjät, talkoolaiset, kaupungin edustajat ja tärkeät yhteistyökumppanit. Sisäisen viestinnän tarkoituksena on tiedottaa tapahtumaan liittyvistä asioista pitäen heidät ajan tasalla ja sitouttaa heidät tapahtumajärjestelyyn. Sisäinen viestintä ja sisäinen markkinointi liittyvät vahvasti toisiinsa. (Iiskola-Kesonen 2004, 63-73.)

Ulkoinen viestintä tiedottaa tapahtumaan liittyvistä asioista ja etenemisestä ulkoisille kohderyhmille kuten yleisölle, tiedotusvälineille, yhteistyökumppaneille ja tapahtumaan osallistujille. Joissain tapauksissa vastaanottaja voi kuulua sekä sisäiseen että ulkoiseen viestinnän piiriin. (Iiskola-Kesonen 2004, 63-73.)

Kriisiviestintään on hyvä laatia kirjalliset ohjeet, joista selviää esimerkiksi, että kuka vastaa viestinnästä, yhteneväisestä tiedottamisesta ja koska tiedottaminen aloitetaan. Ohjeista on myös hyvä olla miten ja missä tiedotustilaisuus pidetään ja kuinka sisäinen tiedonkulku järjestetään. Erityisen tärkeää on varmistaa, että tieto kulkee myös kriisitilanteessa organisaation sisällä hyvin. Kriisitilanteessa koko organisaatio viestii ja silloin paljastuu, mikäli sisäinen viestintä ei toimi. Tapahtuman kriisi on aina vastuuhenkilöiden kriisi. Kriisitiedottamisessa on syytä pysyä faktoissa ja välttää spekuloinnista ja arvailemasta. (Iiskola-Kesonen 2004, 63-73.)

Viestintä on hyvin erilaista tapahtuman eri vaiheissa. Aluksi viestintä on hyvin informoivaa ja myyvää ja kiinnostusta herättävää. Tapahtuman aikana tiedotus on pitkälti tapahtuman uutisia ja tapahtuman jälkeen kerrotaan, kuinka tapahtuman onnistui ja pääsimmäkö tavoitteisiin. Tapahtuman jälkeinen loppupalaveri on myös syytä pitää ja käydä läpi rehellisesti myös epäonnistumiset ja niiden syyt. Ulkoisten kohderyhmien kiittäminen tapahtuman hyvästä hoidosta ja mukanaolosta tuo hyvää mieltä kaikille. (Iiskola-Kesonen 2004, 63-73.)

Viestintää suunnitellessa on selvitettävä kanavat ja toteutus, sekä milloin tapahtumasta tiedotetaan ja kuinka paljon siihen käytetään aikaa ja resursseja. Heti alkuun on hyvä suunnitella yhtenäinen ulkonäkö tiedotuksessa käytettävään materiaaliin, graafiset tunnukset ja logo. (Iiskola-Kesonen 2004, 63-73.)

3.5 Tapahtuman markkinointi

Kaikki tapahtumasta esiin tulevat asiat, jotka kulkeutuvat yleisön silmiin ja korviin ovat markkinointia. Markkinointi koostuu mm markkinointiviestinnästä, markkinointikanavista-palveluprosesseista. Markkinoinnin tulisi olla eheä kokonaisuus, joka on tarkkaan suunniteltu erilaisin asiakkaiden- ja liiketoiminnantutkimuksin ja analyysin. Visuaalisuus on kasvanut viestinnässä valtavasti, eikä ilman kuvaa oleva sisältö leviä sosiaalisessa mediassa. (Huhtaniska 2019 24, 208.)

Markkinointiviestinnän suunnittelu alkaa analysoimalla kohderyhmää ja sen tarpeita. Millainen viesti herättää mielenkiinnon ja halun osallistua tapahtumaan. Asiakassegmentoinnin tavoitteena on selvittää eri ryhmät, joita tapahtuma kiinnostaa ja ketkä olisivat mahdollisia osallistujia. Tapahtuman kohderyhmät jaetaan eri segmentteihin, joille kohdistetaan erilaista mainontaa. (Huhtaniska 2019, 208.)

Markkinoinnin tarkoituksena on herättää yleisö ja saada heidät lähtemään pois kotoa ja kokemaan jotain mitä he eivät kotoa löydä. Se mitä tarjotaan, täytyy olla ainutlaatuista, erilaista ja suunniteltu juuri hänelle. (Hoyle 2002, 2.)

Nykyaikaisen markkinoinnin periaatteet sopivat hyvin myös tapahtuman markkinointiin. Tuotteen on oltava kiinnostava ja sovellettava asiakkaiden tarpeisiin. Tapahtumassa voi selvittää erilaisin asiakastutkimuksin minkälaisia toiveita osallistujilla on tapahtumaan. Tärkeintä on miettiä ketkä ovat tapahtuman kohderyhmät. Tämän jälkeen selvitetään mitä tämä kohderyhmä haluaa ja tarvitsee ja minkälaisia toiveita heillä on tapahtumalle. Kun kaikki tämä tieto on analysoitu, on aika päättää, minkälaista tapahtumaa heille markkinoidaan. Tapahtumaa markkinoidaan osallistujille, yleisölle, yhteistyökumppaneille sekä sisäisesti. Sisäinen markkinointi kuvaa sitä, kuinka tapahtuma ja sille asetetut tavoitteet markkinoidaan tapahtuman työntekijöille. Sisäinen markkinointi ja sen onnistuminen on erityisen tärkeää silloin kun tapahtuma järjestetään talkoolaisten voimin. Silloin kun markkinointi on onnistunut, niin tapahtumassa vallitsee hyvä ilmapiiri ja vapaaehtoiset puhuvat tapahtumasta positiiviseen ääneen jo ennen tapahtuman alkamista. (Iiskola-Kesonen 2004, 56.)

Tapahtuman markkinointi voidaan erottaa neljään eri osa-alueeseen, jotka ovat osallistujamarkkinointi, yleisömarkkinointi, markkinointi yhteistyökumppaneille ja sisäinen markkinointi. (Iiskola-Kesonen 2004, 58.)

Osallistujamarkkinointi on yleistä urheilutapahtumissa, erilaisissa kilpailuissa ja messuilla. Yleisömarkkinointi on tärkeä osa-alue tapahtuman markkinoinnissa. Suuri osa tapahtuman tuloista tulee pääsylipuista, joten yleisömarkkinoinnin onnistuminen vaikuttaa paljon tapahtuman menestymiseen. (Iiskola-Kesonen 2004, 58.)

Markkinointi yhteistyökumppaneille vaikuttaa vahvasti tapahtuman talouteen, yhteistyökumppanit ovat yrityksiä, joiden kanssa tehdään sponsorointiyhteistyötä, sekä erilaisia sidosryhmiä, jotka auttavat tapahtumaa onnistumaan esimerkiksi aineettomin vastikkein. Sisäinen markkinointi on enemmänkin johtamistapa, jonka tarkoituksena on perehdyttää koko tapahtuman henkilökunta tapahtuman tavoitteisiin ja toimintatapoihin, jotta henkilökunta osaa palvella tapahtuman asiakkaita mahdollisimman hyvin. (Iiskola-Kesonen 2004, 58.)

3.6 Tapahtuman toteutus

Tapahtuman toteuttamisessa kolme vaihetta, jotka voidaan jakaa rakennusvaiheeksi, itse tapahtumaksi ja purkuvaiheeksi. Toteutusvaiheessa on jokaisen tapahtumassa työskentelevän tiedettävä oma roolinsa ja tapahtuman onnistuminen vaatii kaikkien saumatonta yhteistyötä. (Vallo & Häyrinen 2014, 168-172.)

Tapahtuman onnistumisen kannalta on hyvä testata, kuinka tapahtuman aikataulu toimii. Tapahtumalla täytyy olla selvä aloitus ja lopetus ja etukäteen onkin järkevä suunnitella ohjelman pituus ja aikatauluttaa se osallistujien mukaan ja tilaisuuden luonteen mukaan. Toteuttamisen onnistumiseen vaikuttaa myös ohjelma, tilat ja tapahtuman teema ja kuinka tapahtuma on rytmitetty ja jaksotettu. Joskus tapahtuman aloitukseen ja odottamiseen kuuluu aikaa, mutta osallistujille ei saa tulla pitkästynyt olo, vaan tilanteessa pitää mahdollisuuksien mukaan yrittää muuttaa käsikirjoitusta ja nopeuttaa tapahtuman aloitusta. Jos kyseessä on eläimiä ja lapsia, joiden käyttäytymistä ei voi taata, voi olla hyvä varautua joustamiseen aikataulussa. (Vallo & Häyrinen 2014, 168-172.)

Tavoite	Toimenpide	Aikataulu	Riskit	Riskien hallinta	Tilanne
					Vähäinen
					Kohtalainen
					Merkittävä

Taulukko 1. Riskimatriisi

Tapahtuman järjestäminen aiheuttaa aina riskejä ja ne ovat tunnistettavissa oikeilla menetelmillä ja osaavien ihmisten avulla. Kuinka todennäköisiä riskit ovat ja mitä niistä seuraa. Jokainen tapahtumasta vastaavan henkilön on tunnistettava tapahtumaan liittyvät riskilähteet ja tunnistettava ne, jotta niiden vaikutuksiin osataan varautua. Riskiarviointi vaatii ajan tasalla olevan tiedon ja henkilöstön, joka tuntee tapahtuman, asiakkaat ja ympäristön. Viestintä, tiedon jakaminen, seuranta ja tarkastelu ovat olennainen osa riskienhallintaa. (Martikainen & Ranta 2018, 14-17.)

Riskianalyysi käsittää riskien tunnistamisen, riskianalyysin ja riskien vakavuuksien arvioinnin. Riskianalyysin tarkoituksena on ymmärtää riskin luonne ja määrittää sille riskiluokitus. Riskien vakavuuksien arvioinnin tarkoituksena on selvittää, onko riski hyväksyttävä vai täytyykö sitä yrittää lieventää. Riskien hallinta muuttaa riskit helpommin ennakoitaviksi. Riskienhallinta voi tarkoittaa riskien ottamista, ehkäisemistä, jakamista, lieventämistä tai poistamista, tässä kannattaa kuitenkin muistaa, että näillä toimenpiteillä riski muuttuu ja se voi aiheuttaa uuden riskin, joka täytyy tunnistaa ja hoitaa. Kaikista riskeistä, joita ei voi

hyväksyä on tehtävä toimia ennaltaehkäisyksi ja valmisteltava toimet, jolla toteutunut riski saadaan hallintaan. (Martikainen & Ranta 2018, 14-17.)

Tapahtuman järjestäjä vastaa tilaisuuden jätehuollosta, sekä siihen liittyvästä neuvonnasta ja jätteiden lajittelusta ja erilliskeräämisestä jätehuoltomääräyksien mukaan. Tapahtumapaikka on siivottava heti tilaisuuden jälkeen ja hoidettava jäteastioiden tyhjennys. Järjestäjän vastuulla on myös tapahtumasta johtuvien lähialueiden jätteiden siivoaminen. Mikäli tilaisuuteen odotetaan tulevan yli 500 osallistujaa, on järjestäjän velvollisuus toimittaa jätehuoltosuunnitelma tapahtumaa koskien kaupungin ympäristöpalveluille viimeistään 30 päivää ennen tapahtumaa, sekä loppuraportti toteutuneesta jätemäärästä viimeistään 3kk tapahtuman järjestämisen jälkeen. (Hel.fi)

3.7 Jälkimarkkinointi

Tapahtuman jälkimarkkinointi alkaa pian tapahtuman jälkeen. Yksinkertaisimmillaan se on kiitoskortin tai tapahtumassa käytetyn materiaalin lähetys osallistujalle tai kiitoslahja muistoksi tapahtumasta. Tällä eleellä tapahtumanjärjestäjä osoittaa arvostusta kaikille tapahtumaan osallistuneille. Jälkimarkkinointiin kuuluu myös palautteen keräys siihen osallistuneilta työntekijöiltä kuin vierailtakin. (Vallo & Häyrinen 2014, 185.) Kyselyn tarkoituksena on selvittää osallistujan tapahtumaan liittyviä kokemuksia, käsityksiä ja tyytyväisyyttä. Kyselyä suunniteltaessa täytyy miettiä tarkkaan mitä sen avulla halutaan saavuttaa ja mihin tarkoitukseen tuloksia käytetään. Kyselyssä kannattaa kertoa heti alussa mihin tuloksia käytetään ja kuka sen on laatinut. (Huhtaniska 2019, 212.) Palaute kootaan yhteen ja analysoidaan, ja sen tuloksena opitaan missä onnistuttiin ja missä voidaan kehittyä. Näin toimiva tapahtumaprosessi opettaa organisaatiota ja kehittää osaamispääomaa. Jälkimarkkinointiin kuuluu myös kiitokset kaikille tapahtumaan osallistuville työntekijöille ja muille yhteistyökumppaneille. (Vallo & Häyrinen 2014, 185.)

On tärkeää saada tietää, kuinka osallistujat kokivat tapahtuman. Jos palautetta ei kerätä, ei ole tietoa täytettiinkö osallistujien odotukset. Oliko tapahtuma onnistunut tai missä olisi voitu tehdä jotain paremmin, ja mikä oli osallistujien mielestä parasta tapahtumassa. Tätä palautetta voidaan verrata lähtötilanteeseen eli mikä olikaan tapahtuman tavoite, mitkä olivat mielikuvatavoitteet sekä määrälliset että laadulliset tavoitteet. Palautteen kerääminen ja analysointi jokaisen tapahtuman jälkeen kasvattaa organisaation tietoa ja osaamista seuraavaa tapahtumaa ajatellen. Palaute kerätään joko kirjallisella tai sähköisellä lomakkeella tai puhelinsoitolla tapahtuman jälkeen. Palaute on hyvä kerätä heti tapahtuman jälkeen ennen poislähtemistä tai viimeistään parin päivän kuluessa, jolloin tapahtuma on

vielä tuoreessa muistissa. Jälkikäteen kerättyä palautetta varten on kuitenkin oltava osallistujien puhelinnumerot tai sähköpostiosoitteet käytettävissä. (Vallo & Häyrinen 2014, 188-189.)

Tapahtumasta on syytä kerätä numeraalista sekä suullista palautetta. Numeraalisen avulla saa tietoon keskiarvon palautteen antajien kesken ja yleisen käsityksen tapahtuman onnistumisesta. Suullinen palaute on yhtä tärkeää kerätä tapahtuman aikana ja kirjata muistiin, koska kirjallisella palautella on yleensä taipumusta olla muodollisempaa. On myös tärkeää kerätä palaute omalta organisaatiolta. (Vallo & Häyrinen 2014, 191.)

4 Tapahtuman Joulupolku järjestäminen

Eripuolilla Suomea järjestetään joulun alla useita erilaisia joulupolkuja. Näitä järjestävät niin yksityiset toimijat, kaupunki ja molemmat yhdessä. Tapahtumilla harvoin kerätään varsinaista voittoa, vaan pyritään järjestämään mukavaa tekemistä joko lapsille tai koko perheelle joulun alla.

Tavoitteena Joulupolku-tapahtumalla oli tuottaa elämys lapsille. Joulukuukausi oli tulossa ja lapset ovat asiakkaita, joita on ihana ilahduttaa. Joulupolku, jossa yhdistettiin ratsastus ja joulu-tema on mieleen painuva tapahtuma, joka varmasti jättäisi hyvän mielen kaikille osallistujille, niin lapsille kuin aikuisillekin. Halusimme tapahtuman avulla myös selvittää, onko tällaisille lasten tapahtumille tallilla kävijöitä ja kannattaako sellaisia järjestää lisää. Tapahtumalle asetettiin osallistumismaksu, jolla saimme katettua järjestämisestä aiheutuneet kulut.

Sain toimeksiannoksi Jasmin Varstalta suunnitella tapahtuman tallille, jossa olisi mukana pienet ponit. Tallilla ei ole aikaisemmin järjestetty omia tapahtumia, vaan pääpaino on ratsukoiden valmentamisella. Jasmin halusi hauskaa tekemistä myös tallin kahdelle pienelle ponille, jotka työskentelevät yleensä vain muutaman tunnin viikosta. Myös itselle tällaisella tempauksella on innostava vaikutus. Poneilla on painorajat, jonka vuoksi tapahtuma järjestettiin vain tietyn ikäisille lapsille.

On mukavaa tuottaa tapahtumia lapsille, jotta he saavat kokemuksia ja elämyksiä. Oman lapsen ilo ja riemu tuovat hyvänmielen myös hänen vanhemmilleen.

Tässä osassa opinnäytetyötä kerrotaan, kuinka tapahtuma järjestettiin. Suunnitteluvaiheesta toteutukseen ja jälkimarkkinointiin. Tämä osio perustuu opinnäytetyön tekijän omiin havainnointiin ja muistiinpanoihin.

Vuonna 2020–2021 oli kuitenkin erilainen tilanne koronan takia, ja tapahtumia ei järjestä vallitsevan tilanteen vuoksi kukaan. Varsinkin vakiintuneet kaupunkien joulupolku tapahtumat ovat mittapuultaan niin isoja, että niitä ei edes saa järjestää. Vuosaaressa Uutelassa on järjestetty polku, minne voi mennä yhdessä perheen kanssa, siellä ei ole mitään opastusta, vaan polku mennään itsenäisesti taskulamppujen kanssa ja seurataan polkua, mikä on merkitty heijastimilla ja rasteilla. (Retkipaikka 2020)

4.1 Suunnittelu

Aloitimme tapahtuman tarkemman suunnittelemisen marraskuun alussa. Käymme tallilla joka perjantai lapseni kanssa ratsastamassa, jolloin suunnittelua käytiin ratsastuksen lomassa. Kävimme suunnittelua myös WhatsApp viestien välityksellä ja yhtenä päivänä olin tallilla tietokoneen kanssa tekemässä mainoksia tapahtuman markkinointiin. Tapahtuman suunnittelusta pidettiin palavereja marraskuussa joka perjantai-ilta ja lopulta tapahtuma toteutettiin varsin nopealla aikataululla.

Heti alkuun oli selvää, että tapahtuma tulee olemaan lapsille, koska kyseessä olivat pienet ponit. Mietimme myös polttaritapahtumaa tai makkaranpaistoa, mutta ne tipahdivat nopeasti suunnitelmista muun muassa koronarajoitusten ja ajankohdan takia. Kokoontuminen oli rajattu syksyllä ja talvella 2020–2021, eikä häitä ole pidetty talvella muutenkaan juuri ollenkaan. Ruoan tarjoaminen olisi haastavaa ulkona, mikäli sää sattuisi olemaan sateinen. Halusimme minimoida riskit myös sään kohdalta.

Suunnittelussa päätimme kohderyhmän olevan 1–11-vuotiaat lapset, lasten koon ja koronatilanteen vuoksi. Alle 12-vuotiaiden harrastustoimintaa ei ollut koronan takia rajattu. Ikärajoituksiin vaikutti myös Joulupolun reitti, joka kulki metsässä ja oli epätasainen, tästä syystä ratsastajan täytyi pysyä itse ponin selässä, toki vieressä kävelevä vanhempi voi tukea lasta.

Joulupolun sijainti oli myös alusta asti selvää, emme halunneet kävijöitä tallille koronan takia, vaan halusimme pitää tapahtuman kokonaan ulkona. Tallin yhteydessä on myös ratsastuskenttä, mutta koristeltunakin se olisi ollut tylsä paikka, eikä sopinut Joulupolku teemaan. Joulupolku siis lähti tallille johtavan tien varressa olevalta traktorikatokselta, josta muutenkin alkaa maastopolku. Ilmoitimme tapahtumasta maanomistajalle, koska talli on vuokralla toimeksiantajalla ja käytämme tapahtumassa muuta aluetta, kun vuokrattua tallia.

Tallille on selkeä tie, ja navigaattori ohjaa perille, mutta epäilin että löytyminen saattaisi olla ongelma joillekin. Aikataulun vuoksi en kuitenkaan tehnyt tienvarsioasteita ja olimme kuitenkin jo lähtöpaikalla, kun tapahtuma alkoi.

Mainosmateriaali jäi opinnäytetyön tekijän vastuulle, ja toimeksiantajan levitettäväksi omien sosiaalisen median kanavien kautta. Mainokset tehtiin nopealla aikataululla ja ohjelmana oli käytössä canva.fi. Mainoksia suunniteltaessa otimme huomioon sen hetkisen tilanteen koronarajoituksista. Yli 12vuotiaiden harrastustoiminta oli lopetettu ja kokoontu-

misrajoitus oli asetettu 10 hlöön. Päätimme myös ilmoittaa mahdollisesta tapahtuman siirtämisestä ja talviriehan järjestämisestä, mikäli rajoituksia tulisi lisää. Markkinointimateriaalia suunnittelimme tilaavamme lisää lähempänä ajankohtaa, kuten yrityksen logolla varustettua heijastinta, tuubihuivia tai kasvomaskia. Tämä kuitenkin jäi vain ajatukseksi kiireiden vuoksi ja mahdollisesti seuraavaa tapahtumaan järjestettäessä käytämme tätä ideaa.

Jouluisen tunnelman luomiseksi päätimme pukea ponit tontuiksi ja poroiksi, poneille ja hevosille tarkoitettujen asusteiden avulla. Joulupolku koristeltiin erilaisilla valonauhoilla, tuikkulyhyillä ja kuusenkoristeilla. Kyselimme tutuilta miehiltä olisiko ollut kiinnostusta pukea joulupukin nuttua ylle ja esiintyä joulupukkina, mutta vapaaehtoisia ei löytynyt, emmekä halunneet budjetin takia palkata ketään ammattilaista, joten idea haudattiin.

Ajankohtana oli tarkoitus olla iltapäivä, jolloin valonauhat ja koristelu olisi päässyt oikeuksiinsa, mutta lopulta turvallisuussyistä siirsimme ajankohdan klo 12–14 välille. Vaikka pienet ponit ovat varmajalkaisia metsässä, voi joskus pimeässä sattua kompasteluja. Aluksi mietin joulupolulle joulumusiikkia, mutta sään vuoksi päätin unohtaa musiikin. Vaikka kaiutin olisinkin pitänyt vettä, olisi niitä pitänyt olla polun varrelle melko monta, joten kulut olisivat nousseet liian korkeiksi.

Suunnitelman alussa päätimme jo, että polku kestää 30min, johon kuuluu kypärän sovittaminen, selkään nouseminen, varsinainen ratsastus, selästä laskeutuminen ja lahjakassin etsiminen. Vaikeaa oli kuitenkin miettiä, minkä pituinen lenkki metsässä kuljettaisiin. Lapset käyttäytyvät eri tavalla, ja halusimme myös fiilistellä koristelevaamme polkua ja saada aikaiseksi keskustelua lapsen kanssa. Päädyimme puoleen tuntiin sen takia, että aika riittäisi hyvin kaikkiin tarvittaviin toimenpiteisiin ja polun kiertämiseen, eikä aikataulu venyisi, vaan saisimme kaikki omalla ajallaan ponin selkään. Oli tärkeää, ettei kukaan joutuisi odottelemaan pitkään ulkona, koska emme voineet olla varmoja minkälainen sää sille päivälle tulisi. Kahden tunnin aikavälille tuli siis neljä eri ryhmää. Olimme valmistautuneet myös siihen, että pidennämme aikaväliä, mikäli osallistujia ilmoittautuisi enemmän.

Riskien arviointiin ja hallintaan käytin riskimatriisia. Riskeiksi kirjasin kaiken mikä saattaisi vaikuttaa tapahtuman järjestämisen onnistumiseen ja arvion riskin todennäköisyydestä. Tapahtuman aikataulutus osallistujien suhteen oli väljä, jotta kypärän ja jalustimien sovitukset, sekä ratsastus metsässä onnistuu varatun ajan puitteissa. Eläinten ja lasten kanssa toimiessa on varattava enemmän aikaa yllätysten varalle. No show, eli osallistujan tapahtumaan tulematta jättäminen oli riski. Emme ottaneet varaus- tai ennakkomaksua tapahtumasta. Ennakkomaksun periminen ilmoittautumisen yhteydessä olisi ollut hankalaa, koska ilmoittautuminen tapahtui WhatsApp-sovelluksen, eikä Hopoti:n kautta. Hopoti.fi on tallin

käyttämä palvelu, jonka kautta ratsastustunnit myydään ja maksetaan suoraan. Riskinä oli ponien ja järjestäjien sairastuminen. Covid-19 oli suurin riski. Järjestäjillä sekä osallistujilla oli riskinä sairastua Covid-19-tautiin tai levittää sitä tapahtuman yhteydessä. Riskinä oli aluehallintoviraston tekemät lisärajoitukset koronaepidemian aikana, jolloin tapahtuma olisi jouduttu perumaan tai vähentämään osallistujien määrää.

Tavoite	Toimenpide	Aikataulu	Riskit	Riskien hallinta	Tilanne
Aikataulu	Pysytäänkö aikataulussa	30min/ryhmä	Kypärän ja jalustimien sovitukset, ratsastuksen kesto	Tarpeeksi pitkä aika	Vähäinen
Ponit	Terveys		Sairaus	Ponin vaihto	Kohtalainen
Järjestäjien terveys	Pääseekö paikalle		Sairaus	Huolehtiminen terveydestä	Kohtalainen
No show	Perumiset		Joku jättää tulematta	Muistutus	Kohtalainen
Covid-19	Rajoitukset		Uusia rajoituksia	Tapahtuman siirto	Merkittävä

Taulukko 2. Riskimatriisi Joulupolku

4.2 Toteutus

Mietimme pitkään minkä hintainen osallistumismaksu joulupolulle laitettaisiin. Hinta ei saanut olla liian suuri, että saamme kävijöitä ja vanhemmat eivät aina ole valmiita maksamaan kovin suuria summia tapahtumista. Lopulta päädyimme 25 €, joka on vielä sopiva summa, vaikka tapahtumaan osallistuisi perheen kaksi lasta. Maksaminen hoidettiin joko käteisellä tai kortilla.

Markkinointi tapahtui kokonaisuudessaan sosiaalisessa mediassa, aluksi mietimme julisteiden levittämistä, mutta tiukan aikataulun takia päädyimme käyttämään ilmaista, helppoa ja nopeaa markkinointi kanavaa. Tein useamman eri mainoksen Canva.fi sivustolla, joista

kahta toimeksiantaja levitti omilla sosiaalisen median kanavillaan Facebookissa ja Instagramissa. Tallin omilla verkkosivuilla mainontaa ei ollut, mutta suurin trafiikki onkin Facebookissa. Ensimmäinen ilmoitus laitettiin 7.12, ja toinen seuraavana päivänä. Asiakkailla oli siis vain muutama päivä aikaa ilmoittautua tapahtumaan, koska ilmoittautuminen päättyi jo 11.12. Tämä toimi hyvin, ihmiset eivät jääneet miettimään ilmoittautumista vaan saimme lähes kaikki paikat vauhdilla täytettyä. Toki pidemmällä ilmoittautumisajalla olisimme ehkä saaneet lisää osallistujia, jolloin olisimme venyttäneet tapahtuman kestoja, mutta olimme tyytyväisiä osallistujamäärään. Maksimimäärä olisi ollut 12, jolloin jokaisella pätäkällä olisi ollut 3 ratsastajaa. Osallistujia ilmoittautui 8, ja koska koronatilanne on tällä hetkellä melko paha, pidimme hyvänä asiana sitä, että pääasiassa saman seurueen lapset ratsastivat keskenään, eikä tarvinnut sekoittaa seurueita ja sen vuoksi mahdollisesti aiheuttaa leviämistä. Ilmoittautuminen oli WhatsAppin kautta, jolloin jokaisesta ilmoittautumisesta jäi jälki ja ne oli helppo siirtää kalenteriin. Mietimme ilmoittautumisista myös no show'n määrää, koska mitään etukäteismaksua emme vaatineet.

Budjettia emme varsinaisesti sopineet, mutta pyrimme pitämään kulut mahdollisimman matalina. Tapahtuma oli pieni ja tavoitteena oli kattaa tapahtumasta aiheutuneet kulut, jotka koostuivat pääasiassa koristelusta ja somisteista. Käytimme Joulupolun koristelemiseen vanhoja joulukoristeita ja valoja, sekä ostimme myös uusia, joihin meni rahaa 30 €, lahjakassien arvo oli 5,50 €/kpl, niitä tein pari ylimääräistä, jos osallistujamäärä kasvaisi. Tämä oli hyvä, koska lopullinen osallistujamäärä kasvoikin yhdellä. Yhteensä kassit maksoivat 55,50 €. Kassien sisällön halusin olevan monipuolinen ja jouluisen. Tapahtum aika oli keskellä päivää, jolloin nälkä voi yllättää, joten kassiin tuli rusinoita, keksi ja pillimehu. Tigerista ostin kassit, jotka esittivät poroa ja niihin jouluiset kynät ja hiuslenkkejä, Hööks:ltä minipiikkisuat ja kahteen kassiin pojille tuli ratsastushanskat. Hevosharja ja ratsastushanskoilla halusin viestittää osallistujille, että tervetuloa uudelleen hevosten pariin. Poneille ostin Hööks:ltä tonttulakit, joiden hinta oli 12 €/kpl, eli 24 € yhteensä. Tilasin Suomen Ratsutarvikkeelta kaksi poronsarvihattua isommalle ponille ja hevoselle, joka päätettiin ottaa mukaan tapahtumaan, koska huomasimme osallistujien olevan huomattavasti vanhempia mitä aluksi luulimme. Poronsarvet maksoivat n. 15 €/kpl, eli yhteensä 30 €.



Kuva 1. Lahjakassit ja koristeet

Menot	€
Markkinointi (Canva.fi 1kk)	11,99
Koristeet	84
Lahjakassit	55,50
Yhteensä	151,49

Tulot	€
Osallistumismaksu	225
Yhteensä	225

Taulukko 3. Budjetti

$$\text{ROI}=48\% \quad \frac{225-151,49}{151,49}$$

Joulupolun koristelimme tapahtumaa edeltävänä iltana. Aikaa koristeluun meni reilu tunti. Kävimme läpi seuraavan päivän ohjelmaa ja huomasimme samalla virheen ponien jakamisessa. En ollut huomionnut osallistujien painoa, jolloin olisin osannut jakaa ratsastajat eri ryhmiin, koska käytössä oli vain yksi poni, jolla voi ratsastaa isompi lapsi. Seuraavan kerran laadin taulukon, johon laitan selkeästi ponille sopivan ratsastajan ja kellonajat. Ilmoittautumiset pyydettiin tekemään opinnäytetyön tekijän WhatsAppiin ja samoin mikäli tulee jotain kysyttävää. Ilmoittautumisjärjestyksessä annoin osallistujille ratsastusajat, ja merkitsin samalla ne omaan kalenteriin ja laitoin viestin edelleen myös Jasminille. Kaikki ilmoittautumiset tulivat minulle, vaikka aluksi pelkäsin, että osa ilmoittautuisi suoraan tallin some-kanavan kautta Jasminille.



Kuva 2. Ponit ja Hevonen tapahtumassa.

Aamulla saavuimme ajoissa tallille. Tapahtumaan osallistui minun ja Jasminin lisäksi Paula, joka avusti tapahtumassa ja oli taluttamassa kolmatta ponia. Me harjasimme ponit ja laitoimme varusteet ja "jouluasut" poneille. Kävin kiertämässä polun ja sytyttämässä kynttilät ja jouluvalot ja muutenkin tarkistamassa reitin, mikä merkittiin ja koristeltiin edellisenä iltana. Mukaani otin isoimman ponin Piparin ja huomasin jo siinä vaiheessa, että poni oli kierroksilla. Vein lahjakassit ja monen kokoiset kypärät lähtöpaikalle ja roskiksen roskia varten. Ensimmäiset ratsastajat tulivat ajallaan ja saimme lapset heti kypäröiden sovittamisen jälkeen ponien selkään. Jasmin otti talutukseen isoimman ponin Piparin, jonka selkään nousi onneksi jo aikaisemmin ratsastanut poika, joka ei pelännyt vauhdikasta menoa. Minulla ja Paulalla oli pienet ponit Ossi ja Jekku. Jekulla oli ratsastajana ensikertalainen, kävelimme reitin metsässä ja menimme vielä sen jälkeen kentälle hetkeksi aikaa taluttelemaan. Tämän jälkeen totesimme isoimman ponin olevan epäsopiva lasten tapahtumaan. Poni oli ollut kilparatsuna ja tapahtuma sai sen innostumaan liikaa, eikä siinä mielentilassa sopinut lasten ratsuksi. Tarvitsimme ponin tilalle uuden ratsun, ja päätimme vaihtaa sen hevoseen nimeltä Erkki. Hevonen laitettiin nopeasti kuntoon ja poni vietiin takaisin tarhaan. Tämä ei onneksi sekoittanut aikatauluamme. Hevonen laitettiin nopeasti kuntoon ja poni vietiin takaisin tarhaan. Tämä ei onneksi sekoittanut juurikaan aikatauluamme. Näin käytössä oli kaksi miniponia ja hevonen. Seuraavalle kierrokselle oli ilmoittautunut sisarukset ja tyttö, jonka veli halusi myös ratsastaa. Sovimme, että hän pääsee seuraavalle kierrokselle, koska siellä oli tilaa. Näin saimme yhden ylimääräisen osallistujan. Tällä kierroksella sisarukset keskittyivät miettimään lahjakasseja, jotka tuntuivat olevan tärkeämpiä, kuin itse joulupolun ratsastaminen. Kolmannella kierroksella oli jo jonkin verran ratsastanut tyttö ja äskettäin ilmoittautunut poika. Tämän kierroksen jälkeen Ossi pääsi jo pois ja jäimme Jekun ja Erkin kanssa odottelemaan viimeistä ryhmää. Viimeisellä kierroksella oli paljon ratsastaneet serkukset, joille yksi kierros metsässä ei riittänyt, vaan vaihdoimme ensimmäisen kierroksen jälkeen heidän ratsujaan ja kävimme po-

lun läpi vielä toisen kerran. Tytöt olivat mielissään. Varsinkin aikaisemmin ratsastaneet eivät arvostaneet juurikaan poneja vaan halusivat mieluummin mennä isolla hevosella. Viikoittain tunneilla käyvät lapset ratsastavat usein poneilla, joten siksi hevosen kokeilu oli heidän mielestään mahtavaa. Lahjakassit olivat menestys, joista kaikki lapset yllättyivät erittäin positiivisesti! Kun viimeiset ratsastajat poistuivat, veimme hevosen ja ponin sisään ja hoidimme ne. Kävin raivaamassa kypärät talteen ja jäljelle jääneet ylimääräiset pussit sekä roskiksen, jolle oli ollut käyttöä. Viimeisenä kävin raivaamassa kaikki koristeet metsästä ja kello olikin jo kuusi illalla. Pitkä päivä, mutta oli todella mukavaa! Enää täytyi lähettää osallistujille kysely ja kiitos osallistumisesta viesti.

Klo 10	Viimeisten ostokset Suomen Ratsutarvike Vantaa ja ajo Hyvinkäälle tallille
Klo 11	Ponien hoito ja varustaminen
Klo 11.30	Kypärät, lahjakassit ja roskis paikoilleen tapahtuma paikalle
Klo 12	Ensimmäiset ryhmä
Klo 12.30	Toinen ryhmä
Klo 13	Kolmas ryhmä
Klo 13.30	Neljäs ryhmä
Klo 14.30	Ponit talliin ja palaveri
Klo 16.30	Joulupolun siivoaminen

Taulukko 4. Aikataulu

4.3 Tapahtuman palaute ja jälkimarkkinointi

Saimme tapahtuman aikana pelkkää positiivista palautetta. ”Tää on aivan mahtava juttu”, ”Upeaa kun järjestitte tällaisen tapahtuman!”. Yhden ilmoittautuneen mukana tuli isovelji, joka halusi osallistua myös, saimme hänet sovitettua ryhmään, koska olimme aikataulua edellä.

Itseäni ihmetytti, että vanhempi, joka toi lapset tapahtumaan oli yleensä lasten isä. Tähän asti kuvittelin, että mainonta olisi syytä suunnata pienten lasten äideille, mutta nykyään yhtä lailla isät osallistuvat lasten elämään kuin äiditkin.

Viikko tapahtuman jälkeen lähetin osallistujien vanhemmille WhatsAppin kautta kiitosviestin ja ohessa linkin kyselyyn, jonka tarkoituksena oli parantaa palveluja ja saada palautetta joulupolun järjestämisestä sekä saada ideoita seuraavan tapahtumaan. Kyselylinkit lähtivät viidelle vanhemmalle, joten kovin kattavaa selvitystä ja vastaustulvaa en saanut näin pienellä otannalla. Kyselyyn vastasi loppujen lopuksi vain kaksi henkilöä. Näin jälkepäin mietittynä olisi pitänyt laittaa kysely menemään heti seuraavana päivänä, eikä vasta joulun jälkeen, koska tapahtuma oli jo poissa mielistä näin pitkän ajan jälkeen.

5 Pohdinta

Tavoitteena oli järjestää elämyksellinen tapahtuma lapsille. Mielestäni tapahtuma oli erittäin onnistunut ja hyvin suunniteltu. Lapset saivat uusia kokemuksia ja minusta oli ihanaa nähdä heidän ilonsa tapahtumasta. Saimme kaikki paljon uutta tietoa ja oppia, joita voimme hyödyntää tulevaisuudessa.

Suunnittelussa lähdettiin siitä, että tapahtumaan osallistujat olisivat lapsia ja vetonaulana olisivat pienet ponit. Syksy meni joka viikkoisten palaverien rytmittäessä tapahtuman suunnittelua, joka ei alun perin edes pitänyt olla opinnäytetyöni aihe. Laitoimme ylös ideoita ja ajatuksia, joita pallottelimme yhdessä Jasminin kanssa, sekä tavoitteista että aikataulusta. Myös molempien ajankäyttö projektiin ja budjetti oli rajallinen. Teeman päättäminen oli lopulta helppoa, kun joulukuuhun lähestyi vääjäämättä. Ohjelma sen ympärillä alkoi hahmottua ja tapahtumalle löytyi nimi, jonka jälkeen kaikki olikin selvää.

Joulupolku suunniteltiin produktin mukaisena nopealla aikataululla ja pienellä porukalla ja budjetilla. Halusimme fiilistellä joulua yhdessä lasten ja ponien kanssa ja tuoda hyvää mieltä koko perheelle. Kulut mitä toteuttaminen aiheutti, oli tarkoitus kattaa osallistumismaksuilla, ja se onnistui hienosti ja rahaa jäi hiukan ylikin. Koronatilanne vaikutti koko toteutukseen osallistujamäärässä, ikähaarukassa sekä käyttäytymisessä, mutta ei ollut ongelma. Mainonnassa jouduttiin painottamaan sitä, miten olemme huomioineet vallitsevan tilanteen ja mahdollisen tapahtuman peruuntumisen, mikäli rajoituksia olisi vielä lisätty. Saimme pidettyä osallistujat omissa ryhmissään ja aikuiset käyttivät maskia tapahtuman ajan ja tapahtuma oli turvallinen.

Suurimmalle osalle osallistujista tapahtuman tärkein osa oli ponit ja ratsastus, ja lapset tuotiin tapahtumaan juuri niiden vuoksi, mutta lahjakassien osuutta on turha väheksyä, onneksi panostin myös niihin paljon. Tapahtuma sujui juuri kuin pitikin ja kuinka se oli mainostettu. Tavoitteet saavutettiin niiltä osin, kun oli tarkoitus eli uusia ratsastajia poneille ei löytynyt minkä osasimme jo odottaakin.

Tulokset tapahtumasta jäivät todella pieneksi osallistujamäärän takia, ja siihen vaikutti myös palautteen keräämisen myöhästynyt ajankohta. Mikäli tapahtumalta toivottaisiin ensisijaisesti tuottoa, niin osallistuminen isoon valmiiseen lastentapahtumaan olisi järkevämpää. Tapahtuma oli mahtava päivä, josta nauttivat niin järjestäjät kuin osallistujatkin ja näitä talli tulee ehdottomasti järjestämään lisää erilaisilla teemoilla.

5.1 Tapahtuman arviointi ja kehitysehdotukset

Palaute tuli tapahtuman aikana, enkä tapahtuman jälkeen ole kuullut osallistujista mitään. Palaute oli positiivista ja tapahtuman järjestämisestä oltiin hyvillään ja samanlaisia toivottiin lisää.

Varauksia ottaessani tein virheitä poneja jakaessa. En ottanut huomioon osallistujien painoa ja pituuksia tarpeeksi tarkkaan, jolloin ponit olisi jakautuneet heti alkuun oikein eikä olisi tarvinnut säätää niiden kanssa tapatumaa edeltävänä ja tapahtumapäivänä. Tapahtuman aikataulutusta varten on hyvä suunnitella taulukko, jossa on kaikki mahdollisesti tarvittava tieto poneista. Tällaisia tietoja on esimerkiksi luonne, pituus- ja painoraja, sekä ratsastajan/osallistujan taidot.

Iso poni Pipari ei sopinut lasten tapahtumaan kilpataustansa takia. Poni oli kiihtynyt ja kuvitteli luultavasti olleensa kisoissa, joten jouduimme vaihtamaan sen hevoseen. Emme olleet varautuneet tähän, mutta onneksi saimme hevosen nopeasti valmiiksi ja se toimi hyvin, vaikkei varsinaisesti lasten ratsu olekaan. Jatkossa kuitenkin Pipari-Poni kannattaa jättää pois tällaisista pienten lasten tapahtumista, tai sitten juoksuttaa se huolella ennen tapahtumaa, jotta se rauhoittuisi.

Kyselyssä selvitin saako tapahtumassa otettuja kuvia käyttää, ja tajusin vastauksia tulkitessa, ettei tällainen ole järkevää. Vastaukset ovat anonyymeja, joten en pysty nyt julkaisemaan ainoatakaan kuvaa, jos yksikin kieltää kuvien käytön. Tällaiset asiat täytyy siis jatkossa kysyä suoraan osallistujalta ja jo heti kuvatessa.

Kyselyn lähettäminen on tehtävä heti tapahtuman jälkeen, kun osallistujilla on tapahtuma vielä tuoreessa muistissa. Viimeistään kahden päivän sisällä tapahtumasta, välittämättä juhlapyhistä tai muista.

Kyselystä selvisi, että tapahtumapaikalla olisi pitänyt olla vessa. Mietin suunnitteluvaiheessa vessan tarvetta, mikä tietenkin olisi ilmeinen, mutta bajamajan vuokraaminen olisi tullut liian kalliiksi siihen nähden mikä oli budjetti. Mietin myös, että pienet lapset voivat hädän iskiessä käydä tarpeillaan myös vessassa, ja aikuiset osaavat pidätellä. Mikäli aikataulu olisi venynyt ja osallistajat olisivat joutuneet odottamaan vuoroaan pitkään olisi vessan tarve ollut todennäköisempi. Joka tapauksessa, mikäli seuraavan tapahtuman kesto on pidempi ja siihen liittyy syömistä tai juomista, on selvää, että sinne on järjestettävä vessa. Toinen palaute mikä tuli kyselystä esiin oli liian lyhyt reitti. Sen huomasimme heti

itsekin. Polku oli kuljettu läpi alle 10min, joten selässä oloaika ei ollut riittämiin. Aikaa polulle olimme kuitenkin varanneet 30min, joten polku olisi helposti voinut olla jopa puolta pidempi.

Instagram ja Facebook tileille, joissa mainostimme tapahtumaa, olisi pitänyt seuraavana päivänä laittaa kuva tapahtumasta ja kiittää vielä osallistujia.

5.2 Oma oppiminen

Opinnäytetyön tekeminen oli vaikeaa. Ensimmäinen aihe, josta kirjoitin opintovapaalla syksyllä 2020, oli korona ja sen vaikutus ulkomaille matkaavien suomalaisten mielikuviiin. Tämä oli jo jollakin työn alla ja jouduin vaihtamaan aihetta ja aloittamaan alusta. Olimme suunnitelleet tapahtuman järjestämistä Jasminin kanssa, ja päätin tehdä opinnäytetyön siitä. Opinnäytetyösuunnitelman jälkeen sain ohjaajan, minkä jälkeen työn tekeminen helpottui, kun sain ohjausta. Sain kuulla, että opinnäytetyön numero tulee olemaan heikohko, koska tapahtuma oli niin pieni ja pohdin aiheen vaihtamista uudelleen tai suuremman tapahtuman järjestämistä. Olin kuitenkin tehnyt jo paljon tietoperustaa tapahtuman järjestämisestä ja uudelleen alusta aloittaminen ei tullut enää kuuloonkaan. Suuremman tapahtuman järjestäminen ei 2021 vallitsevan pandemia tilanteen takia ollut mahdollista. Oma ajan käyttö opinnäytetyöhön oli todella rajallinen työn ja perheen takia. Jatkoin siis kirjoittamista Joulupolusta ja tyydyin huonoon arvosanaan, mutta tärkeintä tässä vaiheessa oli valmistua. Tämän päätöksen jälkeen kirjoittaminen sujui hyvin ja sain tukea ohjaajalta ja hyviä neuvoja. Tein kirjoitustyötä koko talven ja kevään tasaisesti ja toukokuussa opinnäytetyön esityksen. Olisin varmasti pystynyt parempaankin tuotokseen, mikäli tilanne olisi ollut toinen. Olen kuitenkin tyytyväinen tähän työhön, enkä kadu päätöksiäni.

Tapahtuman suunnitteleminen vei aikaa, vaikka kyseessä olikin pieni tapahtuma. Monesta asiasta piti ottaa selvää ja tutustua. Haastavinta ja mielenkiintoisinta oli mainonnan suunnittelu, mitä, missä ja kenelle. Onneksi olin käynyt syksyllä kaksi kurssia markkinointia, ja tutustunut kursseilla jonkin verran eri ratsastustallien markkinointiin, koska tein muun muassa digitaalisen markkinointisuunnitelman Jasminin tallille. Pidin materiaalien tekemisestä ja se olikin yksi parhaista osuuksista tapahtuman järjestämisessä. Tapahtuma itsessään jännitti alussa, olinhan vastuussa kaiken sujumisesta aikataulussa ja tapahtuman järjestämisessä niin kuin se oli markkinoitu. Havainnointi itse tapahtumassa ja jälkikäteen mieleen tulleet ideat ja puutteet ovat olleen hyvää opetusta.

Lähteet

Catani, Johanna. 2017. Onnistunut yritystapahtuma: Järjestäjän käsikirja. Helsinki. Alma. Luettavissa: <http://ezproxy.haaga-helia.fi:2048/login?url=https://bisneskirjasto.almatalent.fi/teos/17bi429972>. Luettu: 2.1.2021

Conway, Des. 2011. The Event Managers's Bible: The Complete Guide to Planning and Organising a Voluntary or Public Event. Glasgow. Bell and Bain Ltd.

HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu. 2014. Raportointi ja opinnäytetyö Haaga-Heliassa. Intranet. Luettavissa: http://myy.haaga-helia.fi/~h00471/office2013/word/ohjeet/raportointi_ja_opinnaytetyo_ohje.pdf. Luettu: 24.4.2021

Helsinki. Tapahtumallisuus Helsingissä. Tapahtumajärjestäjän ohjeet. Luettavissa: <https://www.hel.fi/kanslia/tapahtumallisuus-fi/jarjesta-tapahtuma/tapahtumajarjestajan-ohjeet/>. Luettu: 17.1.2021.

Huhtaniska, Tytti. 2019. Faktaa ja fiilistä tapahtumantuottajalle. Helsinki. Edita publishing. Luettavissa: [https://shop-edita-fi.ezproxy.haaga-helia.fi/digikirja/FaFi#Projektinhallinta:Tapahtumasuunnitelma\(20\)](https://shop-edita-fi.ezproxy.haaga-helia.fi/digikirja/FaFi#Projektinhallinta:Tapahtumasuunnitelma(20)). Luettu: 2.1.2021

Kauhanen, Juhani & Juurakko, Arto & Kauhanen, Ville. 2002. Yleisö tapahtuman suunnittelu ja toteutus. Helsinki. WSOY

Lainiola, Mira. 2020. Retkipaikka. Luettavissa: <https://retkipaikka.fi/joulukalenteri-luukku-13-retki-pimeaan-on-seikkailu-koe-hamaran-hetket-ja-uutelan-tahtipolku-helsingissa/>. Luettu: 18.1.2021

Martikainen, Soili & Ranta, Tiina. 2018. A safe event – Guidelines for event organisers at schools and higher education institutions. Laurea julkaisut. Luettavissa: <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/143368/Laurea%20julkaisut%2091.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Luettu: 19.1.2021

Oikeusministeriö. 2020. Yleisötilaisuuden järjestäjän muistilista. Luettavissa: <https://www.suomi.fi/kansalaiselle/oikeudet-ja-velvollisuudet/turvallisuus-ja-jarjestys/opas/jarjestys/yleisotilaisuuden-jarjestajan-muistilista>. Luettu: 16.1.2021

Tietosuojavaltuutetun toimisto. Henkilötietojen käsittely. Luettavissa: <https://tietosuoja.fi/henkilotietojen-kasittely>. Luettu: 18.1.2021

Vallo, Helena & Häyrinen, Eija. 2014. Tapahtuma on tilaisuus tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Helsinki. Tietosanoma

Vuori, Matti. 1989. Suomen riskienhallintayhdistys. Potentiaalisten ongelmien analyysi. Luettavissa: <https://pk-rh.fi/uploads/poa-analyysi/potentiaalisten-ongelmien-analyysi-tietokortti.pdf>. Luettu: 19.1.2021

WellDressage. Luettavissa: <https://www.welldressage.fi/>. Luettu: 24.4.2021

Liitteet



 LAUANTAINA
19.12.20
KLO 12 ALKAEN

TERVETULOAA JOULUPOLULLE

Lähde etsimään
yllätyksiä suloisella
ponilla ratsastaen.
Osallistumismaksu 25€

Koronavaraus!!

Kirvuntie 105, Hyvinkää
Ilmoittautumiset 11.12
mennessä ja lisätietoja:
Henna-Riikka
0451386733 (myös
WhatsApp)

JOULUPOLKU 19.12.20
KLO 12 ALKAEN

Tervetuloa
ratsastamaan
suloisilla poneilla ja
etsimään joulupolun
varrelta hauskoja
yllätyksiä!
Joulupolku on
tarkoitettu 1-11
vuotiaille lapsille.



JOULUPOLKU 19.12.20
KLO 12 ALKAEN

Kirvuntie 105,
Hyvinkää
Osallistumismaksu
25€
Ilmoittautumiset
11.12 mennessä
Henna-Riikka
0451386733
Myös WhatsApp

JOULUPOLKU 19.12.20
KLO 12 ALKAEN

Pidetään yhdessä
huolta turvaväleistä
ja kasvomaskit
naamalla :) Jos olet
vähänkään kipeä
niin jäähän kotiin!

JOULUPOLKU 19.12.20
KLO 12 ALKAEN

Tapahtumalla
koronavaraus.
Korvaava tapahtuma
järjestetään
Laskiaisena 16.2.2021.



Lämpimästi
tervetuloa!

Joulupolku 2020

1. Mikä sai teidät ilmoittautumaan Joulupolulle?

Osallistujamäärä: 2

- Koska se kuulosti kivalta!
- Joulun tunnelma ja lapset pääsivät ratsastaa metsään.

2. Kuinka tyytyväinen olet seuraaviin asioihin?

Osallistujamäärä: 2

	Erittäin tyytymätön (1)		Tyytymätön (2)		En osaa sanoa (3)		Tyytyväinen (4)		Erittäin tyytyväinen (5)		Arvmeellinen keskiarvo (2)		Standard deviation (4)				
	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	0	±	1	2	3	4	5
Ilmoittautuminen	-	-	-	-	-	-	1x	50,00	1x	50,00	4,50	0,71					
Saapuminen paikalle	-	-	-	-	-	-	1x	50,00	1x	50,00	4,50	0,71					
Ponit	-	-	-	-	-	-	-	-	2x	100,00	5,00	0,00					
Järjestäjät	-	-	-	-	-	-	1x	50,00	1x	50,00	4,50	0,71					
Tapahtuman kulku	-	-	-	-	-	-	1x	50,00	1x	50,00	4,50	0,71					
Ympäristön viihtyisyys	-	-	-	-	-	-	-	-	1x	100,00	5,00	0,00					
Lahjakassi	-	-	-	-	-	-	1x	50,00	1x	50,00	4,50	0,71					
Vessaa ei ollu	-	-	1x	100,00	-	-	-	-	-	-	2,00	0,00					

3. Mitä haluaisitte seuraavalta tallin tapahtumalta?

Osallistujamäärä: 1

- Jotain samanaista

4. Avoin palaute

Osallistujamäärä: 1

- Polku oli saanut kestää pidempään eli reitti olisi pitänyt olla pidempi.

5. Saako tapahtumassa otettuja kuvia käyttää tallin koti- tai Facebook-sivuilla?

Osallistujamäärä: 0

- (0%): kyllä

- (0%): ei