

Fyysinen ja virtuaalinen E-urheilutapahtuma- järjestäminen

LAB-ammattikorkeakoulu
Tradenomi (AMK), Markkinointi
2021
Jose Lötjönen

Tiivistelmä

Tekijä(t) Jose Lötjönen	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK	Valmistumisaika 2021
	Sivumäärä 30	
Työn nimi Fyysinen ja virtuaalinen E-urheilutapahtumajärjestäminen		
Tutkinto Tradenomi (AMK)		
Toimeksiantajan nimi, titteli ja organisaatio TBZ esports Oy		
<p>Tiivistelmä</p> <p>Valitsin E-urheilutapahtumat, koska kyseessä on uusi kasvuala, joka muodostuu Suomessa vähitellen. Usein uudet tapahtumajärjestävät kysyvät kuinka tapahtumia järjestetään, eikä minkäänlaista aiempaa tietoa mahdollisesti löydy osa-alueen piiristä ja jos löytyy niin hyvin suppeasti tai hajanaisesti. Tarkoituksena on avata ja kertoa molempien tapahtumajärjestämisen muodoista yleisesti. Varsinkin nyt pandemia aikana on siirrytty vahvasti virtuaalisiin tapahtumiin. Monesti pyritään pääsemään virtuaalisessa tapahtumassa mahdollisimman lähelle fyysisen tapahtuman elämystä. Sen sijaan pitäisi lähteä luomaan parempi elämys kuin fyysiseen tapahtuman. Ideana tarkastella molempia alueita vertaillen niiden eroja, sillä eri muodoissa tärkeys osa-alueilla vaihtelee. Ottaen myös molempien muotojen hybridimuodon. Opinnäytetyön teoria on jaettu neljään eri osaan: tapahtuma, fyysisen tapahtumajärjestämisen teoriaan, virtuaalisen tapahtumajärjestämisen teoriaan ja hybriditapahtumanjärjestämisen teoriaan. Opinnäytetyössä tarkoituksena hyödyntää laadullista tutkimusta ja aiemmin kerättyä tietoa teoriapohjana. Käytettyjä tutkimusmenetelmiä puolistrukturoitu haastattelu. Puolistrukturoidun haastattelu aikaisemmille tapahtumajärjestäjille vastuualueisiin liittyen. Lopulta tarkoitus peilata teoriaan empiirisiä löytöjä esports-tapahtumista - mikä vastaa teoriaa ja mitä yllättävää uutta löytyi.</p>		
<p>Asiasanat</p> <p>Tapahtumajärjestäminen, Elektroninen urheilu, Esport, Markkinointi, Hybriditapahtuma, Tapahtuma, Virtuaalitapahtuma, Fyysinen tapahtuma.</p>		

Abstract

Author(s) Lötjönen, Jose	Type of Publication Bachelor's Thesis	Published 2021
	Number of Pages 30	
Title of Publication Physical and virtual esports event organizing		
Name of Degree Bachelor of Business Administration (UAS)		
Name, title and organization of the client TBZ esports Oy		
Abstract <p>I chose esports events because it is a new growth sector that is gradually forming in Finland. Often, new event organizers ask how events are organized, and no previous information may be found in the sub-area and if so, it is very narrow or fragmented. The purpose is to open and explain the forms of organizing both events in general. Especially now during the pandemic, there has been a strong shift to virtual events. In many cases, the aim is to get as close as possible to the experience of a physical event in a virtual event. Instead, you should set out to create a better experience than a physical event. The idea is to look at both areas by comparing their differences, as in different forms the importance of the sub-areas varies. Also combining both event forms into hybrid event. The theory of the thesis is divided into four different parts: theory of events, the theory of organizing physical event, the theory of organizing virtual event and organizing hybrid event. The purpose of the thesis is to utilize qualitative research and previously collected information as a theoretical basis. Observation of the research methods used were semi-structured interview. Semi-structured interview was given to previous event organizers in terms of responsibilities. Ultimately, the intention is to mirror the empirical discoveries of esports events - which corresponds to the theory and what surprisingly new was found.</p>		
Keywords Event Organizing, Esports, Physical Event, Virtual Event, Hybrid Event		

Sisällys

1	Johdanto.....	1
2	Työn tavoitteet ja rajaukset	2
2.1	Tutkimusongelmat	2
2.2	Työn rakenne.....	2
3	Käsitteet	3
4	Tapahtuma	5
4.1	Elektroninen urheilutapahtuma	5
4.2	Tapahtumamuodon valitseminen	6
4.3	Tapahtuman sisältö ja suunnittelu.....	6
4.4	Tapahtuman myyminen	7
4.4.1	Markkinointi	8
4.5	Budjetti	9
4.5.1	Sponsorit	9
4.6	Sopimukset ja luvat.....	10
4.7	Osallistuminen tapahtumaan	11
4.8	Organisaatio ja vastuualueet	12
5	Fyysinen tapahtumajärjestäminen	13
5.1	Fyysisen tapahtuman määrittely	13
5.2	Tapahtumapaikka	13
5.3	Logistiikka.....	14
5.4	Turvallisuus	14
5.4.1	Pelastussuunnitelma ja turvallisuussuunnitelma	15
5.5	Kävijän perustarpeet.....	16
5.5.1	Ravitseminen.....	16
5.5.2	Nukkuminen ja lepo	17
5.5.3	Saniteettitilat	17
5.6	Info	17
6	Virtuaalinen tapahtumajärjestäminen	18
6.1	Virtuaalisen tapahtuman määrittely	18
6.2	Suoratoistaminen.....	18
6.3	Osallistuminen	19
6.3.1	Informointi ja tiedonkulku tapahtumassa	19
7	Hybridimuoto	20

7.1	Hybriditapahtuman määrittely	20
7.2	Hybridielementtien valitseminen	20
7.2.1	Fyysinen ja virtuaalinen toteutus	20
7.3	Osallistuminen hybriditapahtumaan	21
8	Tutkimuksen toteutus	23
8.1	Kyselyn toteuttaminen	23
9	Kyselyn tulokset	25
9.1	Kysymysten avaaminen tutkimuskysymyksittäin	25
9.2	Tulosten analysointi	27
10	Johtopäätökset ja pohdinta	30
	Lähteet	32

Liitteet

Liite 1. Tyhjä kyselylomake, kyselytutkimus

Liite 2. Tapahtumajärjestäjien vastualueiden kysely (vastaukset)

1 Johdanto

Fyysinen ja virtuaalinen E-urheilutapahtumajärjestäminen on opinnäytetyön aiheena. Opinnäytetyö toteutetaan TBZ esports Oy:lle. Valitsin E-urheilutapahtumat, koska kyseessä on uusi kasvuala, joka muodostuu Suomessa vähitellen. Usein uudet tapahtumajärjestävät kysyvät kuinka tapahtumia järjestetään, eikä minkäänlaista aiempaa tietoa mahdollisesti löydy osa-alueen piiristä ja jos löytyy niin hyvin suppeasti tai hajanaisesti. Pandemia-aikana on hyödynnetty ja siirrytty todella paljon virtuaalisiin ja hybriditapahtumiin. Perinteisesti fyysisiä tapahtumia järjestäneet, eivät välttämättä tiedä, mitä sisältyy virtuaaliseen tai hybriditapahtumaan. Opinnäytetyön tarkoituksena on lopulta tarkoitus luoda kokonaiskuva, mitä kaikkiin osa-alueisiin kuuluu ja kuinka niitä hyödyntää eri toteutuksissa luodakseen mahdollisimman parhaan elämyksen ja kokemuksen kävijälle.

”Tapahtuma on kokemuksena ainutlaatuinen, koska sen tuottaminen täysin samanlaisena ei yleensä ole mahdollista. Tapahtumassa kävijöille on yleensä tarkoitus tarjota positiivinen elämys tapahtumasta. Parhaimmassa tapauksessa kävijälle jää tapahtumasta pitkäkestoinen muistijälki ja kertoo siitä eteenpäin muille.” (Catani 2017.)

2 Työn tavoitteet ja rajaukset

Opinnäytetyön teoria on jaettu eri osiin: tapahtuma teoriaan, fyysisen tapahtumajärjestämisen teoriaan, virtuaalisen tapahtumajärjestämisen teoriaan ja hybridimuotoon. Opinnäytetyössä tarkoituksena hyödyntää laadullista tutkimusta ja aiemmin kerättyä tietoa teoriapohjana. Käytettyjä tutkimusmenetelmiä on puolistrukturoitu haastattelu. Puolistrukturoidun haastattelu toteutus aikaisempien aikaisemmille tapahtumajärjestäjille vastuualueisiin liittyen monipuolisen näkökulman saamiseksi. Opinnäytetyöstä on rajattu, joitakin osa-alueita pois. Esimerkiksi sähköjenjakelu tai muuhun siihen liittyvää ei käydä ollenkaan, vaikka ne ovatkin erittäin tärkeä osa tapahtumaa. Opinnäytetyössä ei myöskään käydä tapahtuman kulkua, sillä ne vaihtelevat aivan tapahtumasta riippuen ja on oma aihe itsessään. Opinnäytetyö käsittelee lähinnä mitä tulee ottaa huomioon tapahtumaa suunnitellessa.

2.1 Tutkimusongelmat

Erityisen kiinnostava näkökulma tässä on fyysisen ja virtuaalisen tapahtuman erot. Asiaa voidaan selvittää järjestäjien ja/tai tapahtumavieraiden näkökulmasta. Useasti tapahtumassa pyritään pääsemään virtuaalisessa tapahtumassa mahdollisimman lähelle fyysisen tapahtuman elämystä. Onko tämä hyvä lähtökohta virtuaalitapahtuman ideointiin ja suunnitteluun? Pitäisikö virtuaaliseen tapahtumaan lähteä luomaan parempi elämys kuin fyysiseen tapahtuman? Miten luodaan kävijöille paras mahdollinen elämys?

2.2 Työn rakenne

Työn rakenne on osaltaan tutkimuslähtöinen. Seuraavassa osiossa tietoperustaan ja teoriaan kuuluvat osio. Sen jälkeen avataan kyselyä ja sen tuloksia mitaten, mitä uutta empiiristä tietoa sieltä löytyi. Lopussa omat johtopäätökset ja pohdiskelu.

3 Käsitteet

Listaus eri käsitteistä mitä käytetään opinnäytetyössä mikä ei välttämättä ole ulkopuoliselle lukijalle itsestään selviä.

Budjetti = Arvio tulevien kuukausien tai vuosien tuloista, menoista ja taloudellisesta tapahtumista.

Brändi = Nimi, termi, merkki, symboli tai muotoilu, tai näiden yhdistelmä, jonka tarkoituksena on tuotteen tai palvelun yksilöiminen ja erottuminen muista samankaltaisista tuotteista markkinoilla. Yleisesti muodostuu imago + maine = brändi

Esport= E-urheilu on yksinkertaisesti tietokoneella tai konsolilla pelaamista kilpailullisesti.

Imago = Sarja tietyn henkilön uskomuksista, ideoista ja vaikutelmista tietyn esineen suhteen. Esim. Henkilön tai yrityksen tietoisesti itsestään antama vaikutelma ja kuva.

Kohderyhmä = Ryhmä ihmisiä, joita yhdistää jokin yhteinen tekijä, joille palvelua, tuotetta tai tapahtumaan halutaan markkinointi kohdistaa.

Kompo= Kompo tai compo tulee englannin kielen sanasta competition, kilpailu. Se tarkoittaa yhtä sarjaa, johon eri ryhmät tekevät toistensa kanssa kilpailevia tuotoksia.

LAN-tapahtuma = Alun perin viittaus tapahtumiin, jossa tietokoneet kytkettiin lähiverkkoon mahdollistaen monipelaamisen ja muun tiedonsiirron koneiden välillä ilman internet-yhteyttä. E-urheilussa nykyään puhutaan offline-muodosta, kun pelataan paikan päällä turnauksissa.

Maine = Tuotteesta, yrityksestä tai asiasta vallitseva käsitys, mielipide. Maine yleisesti perustuu ihmisten kokemuksiin edellä mainituista asioista. Maineen hallitseminen on mahdollista, mutta kaikki tekeminen ja tekemättä jättäminen voivat vaikuttaa maineeseen.

Organisaatio = Ihmisten muodostama toimintajärjestelmä yhteisten päämäärien toteuttamiseksi (esim. järjestö). Ryhmä ihmisiä, jotka toimivat yhdessä.

Voitto = Mitä jää jäljelle, kun tuotot lasketaan yhteen ja niistä vähennetään kulut ja verot.

Striimaus = Videokuvan ja äänen välittämistä, jonkin palvelun kautta (esim. Twitch.tv, YouTube tai Facebook.) reaaliaikaisesti. Suomessa vastine sanalle on suoratoisto. Striimauksella tarkoitetaan internetin kautta lähetettävää ääni- tai videolähetettä, joka vastaanotetaan ja toistetaan heti nettiyhteyden omaavalla tietokoneella, puhelimella tai vastaavalla laitteella.

Twitch.tv = Verkkokauppa Amazonin omistuksessa oleva suoratoistopalvelu, joka julkaistiin vuonna 2011. Sivuston sisältö koostuu pääosin käyttäjien pelaamisen ja e-urheiluturnaus-ten reaaliaikaisesta lähettämisestä, mutta löytyy nykyään muutakin kategorioita.

Turnaus = Kilpailumuoto, joka käydään useiden yksilöiden tai joukkueiden välillä. Turnaus voi olla yksi- tai monivaiheinen, käytetyistä turnausjärjestelyistä riippuen. Turnaus eroaa sarjasta, että turnaus pelataan lyhyellä aikavälillä ja yleisesti samassa paikassa.

Voitto = Mitä jää jäljelle, kun tuotot lasketaan yhteen ja niistä vähennetään kulut ja verot.

4 Tapahtuma

4.1 Elektroninen urheilutapahtuma

Viime vuosien aikana esport-alan koko on kasvanut ennennäkemättömiin lukuihin maailmalla. Suurimmat esport-turnaukset keräävät miljoonia vierailijoita varsinaisten "oikeiden" urheilutapahtumien tapaan, kun taas esport-tapahtumien virtuaalinen muoto kerää miljoonia katsojia. (Takahashi 2018.) Numeroiden perusteella näkee selvästi, että esports ei ole enää pieni asia vaan on jatkuvassa kasvussa. Itse asiassa e-urheilua pidetään nykyään nopeimmin kasvavana sektorina verrattuna nykypäivän eri urheilualoihin. (Nielsen & Karhulahti 2017, 1-4.)

E-urheilutapahtumat ja niiden muodot ovat erilaisia paljon perinteisen urheilun tapahtumiin verrattuna. Tapahtumien järjestäminen on paljon laajempaa, mutta ei välttämättä kuitenkaan monimutkaista. E-urheilutapahtumia voi olla kaikenlaisia, jotka sopivat laajalle kohderyhmälle, jotka ovat lajista kiinnostuneita. E-urheilua pelataan tietokoneella tai konsolin avulla, mahdollistaen pelin kuvakulman jakamisen netin kautta tapahtumaan osallistuville ja valvomisen järjestäjien puolelta pelaajien näkökulmasta. (Andersson, Toni 2020, 4.)

E-urheilukilpailuihin osallistuvat pelistä riippuen joko yksittäiset tai pelaajat tai joukkueet. Merkittävä osa katsojista pelaa myös itse ja saattaa siirtyä katsojan ja harrastajan rooleista ammattimaiseen kilpapelamiseen. E-urheilu on merkittävä viihdemuoto erilaisissa suoratoistomediaissa. (Kraneis & Rantala 2017, 88-90.) E-urheilu on lähtökohdiltaan yritysten sanelemaa ja sen takia lähes puhdasta liiketoimintaa.

E-urheilun kasvu on edennyt pelistudioiden ja kaupallisten organisaatioiden johdolla. Pieni osa kaikista e-urheilu turnauksista järjestetään järjestöjen tai liittojen toimesta. E-urheilun kilparakenteet ovat voineet kehittyä äärimmäisen nopeasti ympäri maailmaa ja isojen rahanpalkintojen sekä palkkamallien takia e-urheilijaksi ryhtyminen on tullut taloudellisesti kannattavaksi. Elektroninen urheilu ei toistaiseksi ole kovinkaan keskitettyä tai säädeltyä toimintaa, mikä haittaa sekä e-urheiluliikkeen kokonaiskuvan ymmärtämistä että sen tasapainoista kasvua. Kilpapelaminen on kasvanut voimakkaasti LAN- tapahtumien yhteydessä erillisten kaupallisten liigojen tai turnaussarjojen muodossa. Vuodesta 2000 asti järjestetyn tapahtuman runko koostuu muiden LAN- ja kompfestivaalien tapaan vapaamuotoisesta videopelaamisesta sosiaalisessa ympäristössä, pelikompoista ja monipuolisesta oheistoiminnasta. Pääpaino on LAN- ja kilpapelamisessa, mutta tapahtuma sisältää myös muuta oheistoimintaa lautapeleistä lavaohjelmaan. (Kraneis & Rantala 2017, 96-97.)

4.2 Tapahtumamuodon valitseminen

Miten sitten valitaan sopiva tapahtumamuoto omaan tapahtumaan? Tapahtumanmuoto määräytyy tilanteen tai tavoitteiden mukaan. Tapahtuma yleisesti jakautuu aistimus-, hyöty-, ja yhteisöllisiin tapahtumiin. Aistimustapahtumassa tarkoituksena on syventää kävijöiden välistä suhdetta ja luoda uusia tuttavuuksia, jossa ohjelma ja elämys itse tapahtuman suhteen vahvistuvat. Hyötytapahtuma keskittyy lähinnä palkitsemiseen, oppimiseen ja verkostoitumiseen. Yhteisöllisessä tapahtumassa tärkeässä roolissa taas on kävijöiden keskeinen vuorovaikutus. Tapahtumassa on usein sekoitus kaikkia mainittuja, mutta hyvä tapahtumajärjestäjä keskittyy ja tuo esille haluamaansa sisältöä. Sopivan konseptimuodon valitseminen tapahtumalle on todella tärkeätä. Valittu tapahtumamuoto vaikuttaa tunnelmaan, elämykseen ja yleisesti tapahtuman laatuun. Tapahtumamuoto määrittelee, kuinka kävijät kommunikoivat ja vuorovaikuttavat toisiinsa. Pandemia-aikana tapahtumat ovat hyvin vaihtuneet fyysisistä tapahtumista virtuaalisiin tai niiden väliseen hybridimuotoon. (Catani 2017.)

”Monesti pyritään pääsemään virtuaalisessa tapahtumassa mahdollisimman lähelle fyysisen tapahtuman elämystä. Tämä on kuitenkin mielestäni väärä lähtökohta virtuaalitapahtuman ideointiin ja suunnitteluun. Sen sijaan pitäisi lähteä luomaan parempi elämys kuin fyysiseseen tapahtuman.” (Salmela 2021.) Miten lopulta valitaan sopiva tapahtumasisältö ja muoto?

4.3 Tapahtuman sisältö ja suunnittelu

Aloittaessaan tapahtuman ideoinnin ja suunnittelun on hyvä miettiä, mitä ollaan tekemässä ja kenelle? Mitkä ovat tavoitteet ja ajatukset tapahtuman suhteen? Ketkä ovat tekemässä tapahtumaa? Lähtökohtana onko jo olemassa organisaatio taustalla, jolle tehdään tapahtumaa vai aloitetaanko luomalla aivan uusi kokonaisuus tyhjästä? Tapahtuman luominen uudelle organisaatiolle tai brändille voi olla haastavaa, sillä jo olemassa olevalla organisaatiolla löytyy jo brändi taustalta ja yleensä on jo valmis maine ja seuraajakunta, joille on helpompaa mainostaa tapahtumaa. Uuden brändin luominen olemassa olevan alle on, myös vaihtoehto, mikä voi vahvistaa sen kokonaisuutta, jos ihmiset osaavat yhdistää ne toisiinsa. (Lindberg-Repo 2005, 57-59.)

Tässä kohdassa on hyvä miettiä, tarvitaanko ulkopuolista apua, kuten toisen organisaation tai tapahtumatuottajan? Rahallisesti ihmiset miettivät, kuinka ulkopuoliset palkatut henkilöt maksavat, kun taas lopulta nämä säästävät ylimääräisiltä kustannuksilta lopulta, jos heidät

tuodaan mukaan ajoissa. Asioiden ulkoistaminen voi olla kannattavaa, kun oma aika ei riitä ja budjetissa on tilaa. (Allen 2000, 8-9.) Millä resursseilla ollaan tekemässä? Kertaluontoinen tai jatkuva tapahtuma voi tapahtua joko fyysisessä tai virtuaalisessa tilassa. Jatkuva tapahtumassa onnistuminen siirtyy osittain seuraavaan tapahtumaan. Tapahtuman kulujen jälkeen jäänyt voitto siirtyy seuraavan tapahtuman budjettiin ja kävijöiden odotukset tapahtuman suhteen. Kertaluontoinen tapahtumalla ei ole vaikutusta seuraavan tapahtuman suhteen vaan vaikuttaa lähinnä organisaation ja brändin maineeseen.

Kilpailu kävijöistä haastaa tapahtumajärjestäjät ideoimaan mielenkiintoisempia ja kohdistettuja keinoja tuottaa merkityksellisiä tapahtumia. Hyvin järjestetty, oikealle kohderyhmälle kohdennettu ja kiinnostava tapahtuma houkuttelee ihmisiä. Suunnitteluun ja laadukkaan tapahtuman toteutukseen kannattaa käyttää aikaa. Ihmiset haluavat edelleen tavata fyysisesti, verkostoitua ja kokea asioita fyysisesti samassa tilassa. Varsinkin pandemia-aikana ihmisillä on halu tavata toisia ihmisiä. Sosiaalinen media ja muut digitaaliset alustat antavat paremmat mahdollisuudet toteuttaa virtuaalisia tapahtumia sekä antavat aivan uusia mahdollisuuksia syventää sosiaalisia verkostoja ja jakaa ajatuksia. (Catani 2017.)

Tapahtumissa kanssakäymiset muiden kanssa ovat erilaisia. Kohtaaminen ihmisten välillä on myönteisempää ja eivät suoranaisesti vaikuttavia ja kahdensuuntaiseen vuorovaikutukseen perustuvia. (Lindberg-Repo 2005, 176.)

4.4 Tapahtuman myyminen

Tapahtuma on omalla tavallaan ainutlaatuinen myyntitilaisuus, että aika on rajoitettua ja verrattuna muihin markkinointikeinoihin se on kalliimpaa toteuttaa. Erinomainen keino mitata tapahtuman onnistumista markkinoinnin ja myynnin näkökulmasta on asettaa tapahtumalle tavoitteita ja mitata niiden toteutumista. Tavoitteeseen on päästy, jos ihminen kokee, että hän haluaa käyttää aikaansa ja saapua tapahtumapaikalle. Tapahtuman markkinointi saa ihmiset liikkumaan ja tekee tapahtumasta kiinnostavan myös toimittajien tai median näkökulmasta. (Catani 2017.)

Erittäin tärkeä asia mikä kannattaa tehdä selväksi asiakkaille on, että onko kyseessä ilmainen vai maksullinen tapahtuma. Yleisesti pyritään kattamaan tapahtumakulut lipuilla ja muilla tuloilla, mutta jossain tapauksissa tapahtuma voi olla myös ilmainen. Ihmisille ei välttämättä ole itsestäänselvyys, jos tapahtumassa ei ole pääsymaksua ja ajaa potentiaalisen kävijän pois paikalta. Maksullisessa tapahtumassa on hyvä selvittää, missä on kohdallinen hinta kävijälle ja mitä siihen sisältyy, jotta mahdollisimman moni sitoutuu ostamaan lipun tai muun tapahtumaan. Myynti tapahtumaan tulisi olla mahdollisimman yksinkertaista ja hoitua helposti. Useamman sivun kautta suoritettu ostosprosessi usein saattaa

turhauttaa ostajaa ja ostos voi keskeytyä ennen lopullista vahvistusta. (Vallo & Häyrynen 2012, 129.)

Tapahtumalle kannattaa luoda nettisivut, jotka toimivat laskeutumisalustana ja perustaa Facebook-tapahtuma ja muihin sosiaalisiin medioihin, jotka ohjaavat asiakkaat samaan paikkaan eli nettisivuille. Useanlaisia tapoja löytyy. Asiakkaalle on olennaisin tieto, että se on jäsenneilyä ja ymmärrettävää. Usein kävijöille tulee epäselvyyksiä, kun vieraiden oletetaan tietävän enemmän, kuin he tietävät. Asiat mitkä ovat tapahtumajärjestäjälle itsensä selvyyksiä eivät ole kävijälle. On myös hyvä varmistaa, että tapahtuma löytyy yrityksen tai organisaation omilta nettisivuilta tarvittavien tietojen kanssa ja linkit muihin tarpeellisiin kanaviin. Tietysti myös tapahtuman sivujen täytyy näyttävää visuaalisesti hyvältä. Kävijöille täytyy luoda mahdollisuus käydä keskustelua järjestäjien kanssa. Sopivia välineitä tähän on esimerkiksi. chatti nettisivuilla ja aktiivinen vastaaminen sosiaalisessa mediassa. Sähköposti on perinteinen keino pitää yhteyttä, mutta se on hidasta ja menettää interaktiivisuuden toisen kanssa käytävässä keskustelussa antaen negatiivisen kuvan vastausta odottavalle. (Catani 2017.)

4.4.1 Markkinointi

Markkinointiviestinnällä houkutellaan ihmisiä paikalle. Perinteisesti markkinoinnilla on ollut, tehtävänä aikaisemmin välittää informaatiota ja tietoa palveluista tai tuotteistaan ja lisätä niiden tunnettavuutta. Markkinointiviestinnän tehokkuutta on vaikeata mitata, koska harvoilla yrityksillä ja organisaatioilla on tietoa, kuinka monta ihmistä on tehnyt ostopäätöksen tämän ansiosta. (Lindberg-Repo. 2005, 163.) Markkinointi on muutakin, kuin ihmisille myyntiä, mainostusta tai tiedottamista. Markkinoinnilla yritetään kartoittaa asiakkaiden tarpeet niiden tyydyttämiseksi ja pysyvien asiakassuhteiden aikaansaamiseksi. (Saksala. 2015, 187.)

Markkinoinnin tavoitteena voi olla tapahtuman tai palvelun brändin levittäminen. Miten paljon kysyntää tapahtumalla on, toimii hyvin myös yrityksen tai organisaation maineen näkökulmasta. Jos suurin osa ihmisistä haluaa tulla tapahtumaan, on löydetty oikea kohdeyleisö. Jos taas markkinoinnista huolimatta tapahtumaan sitoutuneita osallistujia ei saavu paikalle, on kohderyhmä todennäköisesti väärä tai yksinkertaisesti tapahtuma ei kiinnosta. Markkinointiin ja viestintään täytyy käyttää jatkuvasti aikaa ennen tapahtumaa, sen aikana ja jälkeen, jotta haluamasi ihmiset löytävät paikalle. (Catani. 2017.)

Tapahtuman onnistumisesta kertoo paljon, jos kävijää harmittaa lähteä pois. Kaikki mitä tapahtumassa on tarjolla, kannattaa käyttää markkinoinnissa ja viestiä tapahtumasta aktiivisesti omilla verkkosivuillasi, sosiaalisessa mediassa, muilla alustoilla sekä kilpailevissa

tapauksissa. Viestinnän määrään kannattaa suunnitella tapahtuman ajalle. Aktiivinen viestintä kertoo tapahtuman elossa olosta ja aktiivisuudesta. Kuitenkin liiallinen viestintä voi olla myös haitallista. Muutama yhteydenotto riittää mainiosti riippuen kohdeyleisöstä. Kukaan ei pidä, kun tapahtuma täyttää jokaisen sosiaalisen median etusivun ja liian vähäinen viestintä turhauttaa. Organisaation tai yrityksen tulee siis tuntea oma kohdeyleisönsä parhaiten ja selvittää sopivan viestinnän määrä. (Catani. 2017.)

4.5 Budjetti

Jokainen tapahtuma tulee maksamaan, joten on huomioitava riittävätkö rahat tapahtuman pitämiseen tai mistä saadaan ulkopuolisia rahoittajia. Budjettia luodessa on mietittävä, kuinka paljon voit laittaa rahaa tapahtumaan. Jopa pienin tapahtuma vaatii, jonkinlaista rahallista sitoutumista. Onko hyvä hetki järjestää tapahtuma vai odottaa parempaa ajankohdtaa? Tapahtuman siirtäminen voi olla parempi vaihtoehto, kuin tehdä keskiverto tapahtuma rahallisten puutteiden ja ajankohdan takia. Mikäli raha ei ole este on suunniteltava paljon lopulliset kustannukset ovat. Luodakseen tarkan budjetin täytyy tarkastella kaikkia osa-alueita tapahtuman suhteen, kuin mahdollista. Jatkuva kulujen listaus muutosten tullessa mahdollistaa tarkan ymmärryksen siitä mihin rahaa menee ja antaa tilaa tehdä muutoksia budjetissa tarvittaessa. (Allen 2000, 45.) Budjettia tehdessä on kannattavaa jättää tilaa muutujille, mikäli tulee ylimääräisiä kustannuksia. Tarkassa budjetissa, jossa ei ole mietitty muita yllättäviä kustannuksia, joudutaan yleensä ottamaan, jonkin muun osa-alueen budjetista. Tarkka listaus mitkä asiat ovat ehdottomia tapahtumassa. Vaihtoehtoiset asiat on hyvä myös listata, jotka parantaisivat tapahtuman laatua. Hankintoja voidaan tehdä sen mukaan, kun ehdottomista asioista tapahtuman suhteen on hankittu, niin voiko rahaa käyttää muuhun. Joskus täytyy ottaa huomioon käytännölliset asiat, joihin ei voi vaikuttaa, kuten sää. Fyysisessä tapahtumassa tämä voi olla suuri vaikuttava tekijä, joka aiheuttaa lisää kustannuksia. (Allen 2000, 2-4, 45.)

Elektronista urheilutapahtumaa järjestettäessä yleensä ehdottomia kuluja ovat esimerkiksi. Laitteisto, tapahtumajärjestäjät, työturvallisuus, luvat ja muut useat tekijät tapahtumasta riippuen.

4.5.1 Sponsorit

Monet organisaatiot ja tapahtumat ovat riippuvaisia sponsoreista. Sponsorit yleisesti haluaavat vastinetta rahalle ja heidän kanssaan neuvotellaan mitä he haluavat tapahtumasta. Sponsoreille on hyvä antaa näkyvyyttä kaikessa mainosmateriaalissa ja yleensä on vaatimuksena. Mitä muuta voidaan tarjota vastineeksi? Tuodaanko kumppanit myynnin osaksi

tapahtumaa? Onko mahdollista tarjota dataa ja tilastoja? Mitä muuta lisäarvoa voit tapahtuman suhteen antaa takaisin sponsorille? (Allen 2000, 46.)

Sponsorointia on pidetty ennen näkyvyyden ostamisena. Nykyään se on, että tuotetaan sellaista sisältöä, palveluita tai tuotteita, joista osallistujat kokevat saavansa hyötyä ja lisäarvoa ja joista yritykset saavat vastinetta itselleen. Kävijän on hyvä ymmärtää, miksi juuri yritys sponsoroii tapahtumaa, ja minkä takia tämä on hyvä kyseiselle sponsorille. Brändit vahvistavat toisiansa toimimalla yhdessä. (Catani 2017.)

4.6 Sopimukset ja luvat

Tapahtuman järjestämisessä on niin paljon yksityiskohtia ja tekijöitä, että kaikesta kannattaa sopia kirjallisesti. Sopiminen säästää rahaa ja aikaa. Vähimmillään sopimus on tekstiviesti ja laajimmillaan juristien laatima asiakirja, sillä suullisia sopimuksia on todella vaikeata todentaa. Kirjallinen sopiminen auttaa molempia osapuolia. Dokumentista löytyy, mitä on sovittu, ja auttaa tarkistamisessa silloin, kun ei tarkasti muista. Kunhan sopimuksessa määritellään osapuolien tehtävät, vastuut, työn hinta sekä aineisto- ja toimitusaikataulut. Solmiessa sopimuksen esiintyjän kanssa, varaa aikaa sopimussisällön tarkistamiseen. Esiintyjien sopimukset ovat yleisesti varsin kokonaisvaltaisia, joten on tärkeää sopia tarkasti, mitkä kohdat sopimuksessa koskevat tapahtumaa ja miten pitkään esiintyjä hoitaa oman osansa tapahtumassa. (Capell 2013, 86.)

Ammattilainen tapahtumatuottaja laatii sopimus- ja tarjouspohjat, joiden avulla omat vastualueet, tehtävät ja mistä asioista asiakkaasi vastaa. Useimmiten tapahtumatuottajalle kuuluu kaikki tapahtuman järjestämiseen liittyvä johtaminen, mutta liian tarkka ei voi olla yksityiskohtia laatiessa. (Catani 2017.)

Sen lisäksi, että omistat kopiot sopimuksista ja luvista, kannattaa tuoda tapahtumapaikalle kopio kaikista allekirjoitetuista, mikäli näihin liittyen tulee ongelmia tai väärinkäsityksiä. Kopioiden ollessa mukana voidaan hoitaa kaikki huolet välittömästi. (Allen 2000, 70.)

Fyysiseen tapahtumapaikalle tarvittavien lupien ja viranomaisilmoitusten määrä on riippuvainen tapahtuman luonteesta ja koosta, mutta suurimmalle osalle tapahtumista pakollisia ovat ainakin tapahtumapaikan haltijan lupa ja poliisille tehtävä ilmoitus yleisötilaisuudesta. Viranomaisilmoitusten tekeminen ja lupien hakeminen on tapahtuman pääjärjestäjän tai jonkun muun nimetyn henkilön vastuulla. Ilman tarvittavia lupia ei tapahtumaa saa järjestää, ja poliisilla on oikeus keskeyttää tapahtuma lupien puuttuessa. Lupien ja ilmoitusten ollessa kunnossa, on onnettomuuden tai muun tilanteen tapahtuessa tapahtumajärjestäjän helpompi keskittyä tapahtumaan. (Visit Tampere 2021, 42-52.)

Musiikinkäyttölupa on haettava etukäteen jokaisessa tapahtumassa, jossa soitetaan livenä tai tallenteelta tekijänoikeudella suojattua musiikkia. Tekijänoikeuslaki määrittää milloin musiikin käytölle on hankittava lupa. Suomalaiset tekijänoikeusjärjestöt Teosto ja Gramex auttavat asian järjestämisessä silloin, kun käyttölupa tarvitaan. (Gramex 2021) Yhteinen musiikinkäyttölupa eli tapahtumalupa. Lupa on haettava ja saatava ennen ensimmäistä sillä järjestettävää tapahtumaa. Tapahtumalupa tarvitaan sekä pääsymaksullisissa että maksuttomissa tapahtumissa ja myös yritysten henkilökunnalle tai asiakkaille järjestettäviin tapahtumissa. Tämän takia on oikein, että musiikin käytöstä myös maksetaan sen kuuluva korvaus tekijälle. (Visit Tampere 2021, 51.)

”Musiikin käyttölupa tarvitaan lähtökohtaisesti aina, kun tekijänoikeuden suojaamaa musiikkia esitetään julkisesti tapahtumassa tai jossain mediakanavassa tai kun siitä valmistetaan teokappaleita (tallentaminen). Lupaa ei tarvita silloin, kun musiikin käyttö on yksityistä. Se tarkoittaa esimerkiksi musiikin kuuntelua kotiloissa tai kun musiikkia soitetaan ystävä- tai perhepiirin tilaisuuksissa, kuten häissä, tai syntymäpäiväjuhlissa.” (Teosto 2021.)

Tapahtumapaikan käyttämiseksi on oltava omistajan tai haltijan suostumus kokoontumislain 13 § nojalla. (Seul 2014, 54-55.)

” Yleisötilaisuuden järjestäjän on hankittava järjestämispaikan omistajan tai haltijan suostumus paikan käyttämiseen tilaisuutta varten. Velvollisuudesta hankkia tekijänoikeudenhaltijan suostumus tekijänoikeuslain (404/1961) suojaaman teoksen esittämiseen tilaisuudessa säädetään erikseen.” (Laki omistajan tai haltijan suostumus (404/1961) 13§.)

4.7 Osallistuminen tapahtumaan

Valitessa sopivaa päivä ja ajankohta ovat tärkeitä tekijöitä tapahtuman onnistuvuuden suhteen. Mahdollisimman monella kävijällä on mahdollisuus osallistua, ottaen huomioon muut tekijät valittaessa päivämäärää. Mitä muuta on menossa valitun päivämäärän ympärillä? Jos kohderyhmään kuuluvat perheet ja nuoret, niin on hyvä miettiä muuta ajankohtaa, kuin arkipäivät. Kävijät eivät voi viettää aikaa tapahtumassa pitkään, kun täytyy valmistautua aikaiseen aamuun seuraavana päivänä töitä ja koulua varten. Tapahtuman siirtäminen viikonlopuksi voi vedota mahdollisia kävijöitä enemmän ja vaikuttaa tapahtumaan.

Vuodenaika on tärkeässä roolissa, ennen kuin tehdään lopulliset suunnitelmat. Juhlapyhien välissä on optimaalinen mahdollisuus pitää tapahtumia ja useilla ihmisillä on osallistuminen sopivampaa. Kesällä ihmiset eivät sitoudu tapahtumiin, ottaen huomioon loman, kesätyöt ja matkailun. (Allen 2000, 24-25.)

4.8 Organisaatio ja vastualueet

Tapahtumissa järjestäjänä on jokin yritys tai yhteisö, jolla on organisaatio taustalla. Kun kyseessä on tilaisuuden tai tapahtuman järjestäminen, on tärkeitä jakaa vastualueet ja henkilöt, jotka vastaavat markkinoinnista, tiedottamisesta, teknisistä järjestelyistä ja budjetista. Organisaatiosta löytyy harvemmin moniosajia, jotka voivat hoitaa kaikki nämä osa-alueet ja laajempi työ määrä kuormittaa yksittäisiä henkilöitä. (Aarrejärvi, 117.)

Järjestävä organisaatio on vastuussa tapahtumasta ja paikalla olevista ihmisistä sen aikana. Tapahtumaa ei tehdä järjestäjiä varten vaan tietyille kohderyhmälle. (Aarrejärvi, 224-225.)

Koko tapahtuman onnistumisen kannalta tärkeintä on, että tapahtumalta löytyy yksi tai useampi projektipäällikkö tai e-urheilutapahtumissa käytetty pääjärjestäjä. Pääjärjestäjillä on keskeisin rooli koko tapahtuman suhteen. Pääjärjestäjä luo työkalut tukemaan muita järjestäjiä ja pitämään heidät ajan tasalla kokouksilla, muistioilla ja tapahtumasuunnitelmalla, millä hän ja muut voivat tarkistaa tilanteen tapahtuman kannalta, jos tapahtumaan liittyy muita jälkepäin. Järjestäjät ja muut henkilöstö saadaan näin nopeasti mukaan toimintaan. Pääjärjestäjät johtavat koko tapahtuman suunnittelemista, toteutusta ja kulkua. Pääjärjestäjällä on vastuu johtaa, delegoida, raportoida ja päättää tapahtumaa koskevista asioista ja henkilöstöstä. Delegointi isossa tapahtumassa on tärkeitä, sillä yksi henkilö ei pysty hoitamaan tapahtumaa itsenäisesti, vaan täytyy työt jakaa eri vastuualueisiin, jotka muodostavat oman tiimin tekemään jaettuja tehtäviä. (Vallo & Häyrinen 2012, 224-225.)

Tiimissä toimivien järjestäjien täytyy tietää, mitä häneltä odotetaan ja mitä tulee tapahtumaan. Vastuualueina e-urheilutapahtumassa on yleisesti jaettu grafiikka, verkko, sähkö, live, info, yleisöpelit, rakentaminen ja purkaminen. Vastuualueet vaihtelevat tietyksi valitun tapahtumamuodon mukaan. Vastuualueet täytyy valita sen mukaan mitä ollaan järjestämässä ja tarvitaan onnistumisen kannalta. Fyysisessä tapahtumassa olevia osa-alueita ei välttämättä sisälly virtuaaliseen tapahtumaan, koska ne ovat riippuvaisia kävijöiden fyysisestä läsnäolosta. (Seul 2014, 9.) Tapahtuman johtaminen on yksinkertaisesti säännöllisten kokousten pitämistä eri osapuolten kanssa ulkoisesti ja sisäisesti. Tämän lisäksi täytyy huolehtia muistioista, tapahtumasuunnitelmasta, aikataulutuksesta ja jakaa vastuuta delegoimalla eri vastuualueille. (Vallo & Häyrinen 2012, 224.)

5 Fyysinen tapahtumajärjestäminen

5.1 Fyysisen tapahtuman määrittely

Tapahtumalla täytyy olla fyysinen sijainti ja tapahtumapaikka tarjoaa kävijöilleen osallistumista pääsääntöisesti paikan päällä osallistuakseen tapahtumaan. Tapahtuma keskittyy tiettyyn paikkaan ja alueeseen. Se ei poista mahdollisuuksia lisätä muita tapahtumamuotojen ominaisuuksia, mutta ne toimivat lähinnä vahvistamassa tapahtuman kokonaisuutta.

5.2 Tapahtumapaikka

Tapahtumajärjestämiseen soveltuvat stadionit, teatterit, monitoimitalot, kokoustilat, koulut, urheiluhallit, ostoskeskukset ja torit. Tapahtumapaikan päättäminen on sijainnallisesti tärkeässä roolissa kävijöiden ja järjestäjien suhteen. Päätetty tapahtumapaikka houkuttelee ympärillä olevista kaupungeista valittuun sijaintiin ja kohdentaminen kauempana oleville osallistujille voi tuottaa ongelmia matkustamisen suhteen. Tapahtumapaikan valinnassa on suositeltavaa huomioida ainakin tapahtuman luonne, ajankohta ja kohderyhmä sekä paikan sijainti, tavoitettavuus, esteettömyys ja vuokratkustannukset. Yhteistyökumppaneilta kannattaa selvittää mahdollisia tilavaihtoehtoja, sillä ne voivat olla edullisempia. (Capell 2013, 185-186.) Tapahtumapaikan sijaitessa Suomen rajojen ulkopuolella, on muistettava, että määräykset ja lainsäädäntö ovat erilaisia maasta riippuen. (Vallo & Häyrinen 2012, 139.)

Tapahtumapaikka, jossa on sisätilat suurelle kävijämäärälle, löytyy huomattavasti vähemmän, joten niiden kysyntä voi olla suurempi ja tilan varaaminen on tehtävä ajoissa. Tilaa valitessa kannattaa miettiä järjestäjien ja yleisön määrä erikseen. Monissa sisätiloissa on valmiina usein tarvittavia asioita, kuten tuolit, pöydät, sähköt, vesi ja wc-tilat. Sopivalta tapahtumapaikalta on hyvä löytyä valmiina lava, valkokangas, tapahtumavalaistus, äänentoisto. Organisaatiolla voi löytyä omasta puolestaan välineistöä tai vuokraaminen hoituu ulkoisesti. Varmista aina, mitä sisältyy vuokraan ja on tapahtumassa käytettävissä. (Capell 2013, 185-203.)

Ulkona järjestettävissä tapahtumissa paikan valinnassa kannattaa huomioida, onko siellä sähköä, vettä tai muuta tarvittavaa. Ulkona olevalle tapahtumapaikalle on mahdollista järjestää näitä, mutta sää voi tuottaa lisäkustannuksia mihin kannattaa varautua. (Vallo & Häyrinen 2012, 140.). Tapahtumassa kannattaa selvittää onko lähiympäristössä paikkoja tai muita häiriöille erityisen herkkiä tekijöitä, jotka on otettava huomioon tapahtuman suunnittelussa. Sisällä ja ulkona tapahtuvat tapahtumat voivat olla elämyksen kannalta erinomaisia. (Visit Tampere 2021, 7-8.)

5.3 Logistiikka

Välineistön ja tavaroiden kuljetus- ja logistiikka-asioille oman suunnitelman luominen. Tapahtumaan sujuva kuljetus, kaikille löytyy purku- ja lastauspaikka oven vierestä, piha on esteetön ja liikenteenohjaus toimii. Liikenne suunnitelma laatiminen järjestäjille ja toinen vieraille. Toimivan suunnitelman taustalla on täsmälleen samat työvaiheet kuin sopivan tilan valinnassa. Kävijät saapuvat todennäköisesti samanaikaisesti tai jos pysäköinnin suhteen tarvitaan erikoisjärjestelyjä. Hidas liikenne rasittaa järjestäjiä, järjestyksenvälvojiä ja kävijöitä. Lastauspaikkaa kannattaa pitää auki tapahtuman alussa ja ohjata myöhemmin saapuvat pääsisäänkäynnin kautta. Näin varmistetaan myös, ettei tapahtuma-alueelle pääse muita henkilöitä. (Catani 2017.)

Kaupungin joukkoliikenteestä vastaavat sekä poliisi ovat tahoja, joilta kannattaa varmistaa helpoimmat kulkuyhteydet. Samalla voi varmistaa tilapäiset pysäköintipaikat. Myös tilausajofirmojen edustajiin kannattaa ottaa yhteyttä. He osaavat laskea, kuinka paljon tarvitaan kuljetuskalustoa vieraiden kuljettamiseen tapahtumapaikan välillä tai kuinka kauan aikaa menee lopulta. Tapahtumatuotannon pitäminen aikataulussa täytyy ottaa huomioon, rakennusaikataulussa ajoneuvoliikenne. Tapahtumatilan sijaitessa kaupungin keskustassa, jossa on rajallisesti pysäköintitilaa, logistiikkaan tulee kiinnittää erityishuomiota aiheuttamatta julkiliikenteelle ongelmia. Aikataulu täytyy laatia myös purkuvaiheeseen, jotta kaikille purkamisesta vastaaville henkilöille jää aikaa huolehtia tapahtuman laittaminen kasaan. Ensimmäisten kävijöiden laitettua autot, noudattavat seuraavat tulijat automaattisesti ensimmäisten mallia. Järjestäjille kannattaa varata paikka pysäköidä autonsa tapahtuman ajaksi, sellaiselle sijainnille, että tarvittaessa he pystyvät liikkumaan (esim. hätätilanteissa). (Allen 2000, 43,45-46.)

5.4 Turvallisuus

Tapahtumassa on tärkeätä, että kaikilla on turvallista olla tapahtuma-alueella. Vapaaehtois-työvoimalle kannattaa aina ottaa talkootyövakuutus ja muut tarvittavat vakuutukset (esim. yleisötapahtumiin järjestäjän on otettava vastuuvakuutus. (Seul 2014, 35.)

Tapahtumaan, joka on määritelty yleisötilaisuudeksi, on paikalle järjestettävä järjestyksenvälvojiä. Järjestysvälvöjen määrään vaikuttaa tapahtuma-alueen koko ja luonne. Poliisin tehtävänä on määrittää tapahtuman järjestyksenvälvonnan tarve ja järjestyksenvälvojen määrä. Järjestyksenvälvojiä täytyy olla yksi vartija sataa tapahtuman osallistujaa kohti. (Liveto 2021.)

Pääsääntöisesti yleisötilaisuuksista pitää ilmoittaa kirjallisesti järjestämispaikan poliisille. Järjestyksenvalvojien on oltava, jollain tavalla (esim. radiopuhelin) voidakseen kommunikoida toistensa ja järjestäjien kanssa. Järjestyksenvalvojien on seurattava tapahtuman kävijämäärää, jotta tilan tai alueen suurin sallittu yleisömäärä ei ylitä. Isoissa tapahtumissa tulee olla erillinen turvallisuuspäällikkö, joka toimii pelastus- ja ensi hoitoviranomaisten yhteyshenkilönä ja laatii heidän kanssaan hälyttämisohjeet ja ensiapusuunnitelman. Ensiapuun osallistuvalla jokaisella jaetaan ohjeet, tapahtumassa toimijoille, järjestysmiehille ja muille tapahtuman järjestämiseen osallistuville. Tärkeintä on, että jokainen tietää, miten ja keneen ottaa yhteyttä hätätilanteissa. (Visit Tampere 2021, 14-15.)

Kaikista yleisötilaisuuksista ei tarvitse ilmoittaa poliisille. Usein tällaiset tapahtumat ovat sellaisia, että sivullisille ja ympäristölle ei aiheudu haittaa eikä erillisiä liikennejärjestelyjä vaadita. Tilaisuuden paikka tai yleisön vähäinen määrä voi olla myös perusteena, että tilaisuudesta ei tarvitse ilmoittaa. Paikalliset olosuhteet vaihtelevat suuresti maan eri puolilla. On vaikeata määritellä täsmällisesti, mistä tilaisuuksista ilmoitusta ei tarvitsisi tehdä ollenkaan. Tilaisuuden järjestämispaikan poliisiin kannattaa aina ottaa yhteyttä ja keskustella heidän kanssa asiasta. (Poliisi 2021.)

5.4.1 Pelastussuunnitelma ja turvallisuussuunnitelma

Turvallisuussuunnitelmaan voi sisältyä tilan normaalikäytöstä poikkeava pelastussuunnitelma, joka pitää esitellä pelastuslaitokselle. Tapahtumalle laaditaan erillinen pelastussuunnitelma, kun tilojen normaali pelastussuunnitelma ei enää sovellu tapahtuman aiheuttamien muutoksien takia. (Seul 2014, 54-55.)

”Pelastussuunnitelmassa on käsiteltävä seuraavat asiat, kuten pelastustiet, alkusammutuskalusto, ensiapu sekä tuli- ja/tai kaasupisteet ja kiinteistön sallitut väkimäärät.” (Seul 2014, 54-55.)

”Yleisötilaisuuksiin ja muihin tapahtumiin, joihin osallistuvien ihmisten suuren määrän tai muun erityisen syyn vuoksi sisältyy merkittävä henkilö- tai paloturvallisuusriski, tilaisuuden järjestäjän on laadittava pelastussuunnitelma.”

Yleisötilaisuuden pelastussuunnitelmassa on selvitettävä ja arvioitava tilaisuuden vaarat ja riskit. Niiden perusteella määritellään tilaisuuden turvallisuusjärjestelyt sekä tilaisuuden toteuttamisesta vastaavalle henkilöstölle ja tilaisuuteen osallistuvalla yleisöllä annettavat ohjeet onnettomuuksien ehkäisemiseksi ja onnettomuus- ja vaaratilanteessa toimimiseksi.

Yleisötilaisuuden pelastussuunnitelma on toimitettava viimeistään 14 vuorokautta ennen tilaisuuden alkamista tiedoksi alueen pelastusviranomaiselle. Alueen pelastusviranomainen voi erityisestä syystä hyväksyä, että yleisötilaisuuden pelastussuunnitelma toimitetaan sille tiedoksi edellä mainitun määräajan jälkeen. Jos 2 momentissa tarkoitettu selvitys ja arvio tilaisuuden vaaroista ja riskeistä tai niiden perusteella määritellyt turvallisuusjärjestelyt ja ohjeet ovat alueen pelastusviranomaisen arvion mukaan puutteelliset, alueen pelastusviranomainen voi palauttaa suunnitelman täydennettäväksi. Alueen pelastusviranomaisen tulee myös tarvittaessa suorittaa kohteessa 80 §:n mukainen palotarkastus ja ryhtyä 81 ja 82 §:n mukaisiin toimenpiteisiin. Alueen pelastusviranomaisen tulee tarvittaessa ilmoittaa sille toimitetusta suunnitelmasta poliisille ja ensihoidosta vastaavalle terveysturvaviranomaiselle. Räjähdeiden tai palo- ja räjähdysvaarallisten kemikaalien käytöstä erikoistehosteena tulee ilmoittaa etukäteen alueen pelastusviranomaiselle siten kuin asiasta säädetään vaarallisten kemikaalien ja räjähteiden käsittelyn turvallisuudesta annetun lain (390/2005) 81 §:ssä.

Valtioneuvoston asetuksella annetaan tarkempia säännöksiä yleisötilaisuuksista ja tapahtumista, joihin on laadittava yleisötilaisuuden pelastussuunnitelma. Yleisötilaisuuden pelastussuunnitelman sisällöstä voidaan antaa tarkempia säännöksiä valtioneuvoston asetuksella.” (Laki yleisötilaisuuden pelastussuunnitelma (390/2005) 81 §.)

Pelastuslaitoksen hyväksyttyä pelastussuunnitelman ja tiedostetaan kaikki asiat (esim. tapahtumassa tulipalo, missä on vaahdosammuttimet ja hätätiet) mihin voidaan reagoida osallistujien ja järjestäjien turvallisuuden takaamiseksi.

5.5 Kävijän perustarpeet

Fyysisen tapahtuman kannalta on tärkeää ottaa huomioon ihmisten perustarpeet ja varata tarpeeksi resursseja kävijämäärään varten. Miten hyvin tapahtumasta saa ruokaa ja juomaa ja minkälainen valikoima tapahtumassa on. Kokemukseen vaikuttaa myös saniteettitilojen saatavuus ja siisteys. Pienet asiat tapahtumassa voivat parantaa asiakkaan kokemusta. (Liveto 2021, 10.)

5.5.1 Ravitseminen

Paikan päällä tapahtumassa on tärkeä ottaa huomioon ihmisten ruokailu. Mahdollisten vaihtoehtojen tarjoaminen ja niistä ilmoittaminen on tärkeää. Mikäli kyseessä on lyhyt tapahtuma ei välttämättä ruokailu vaihtoehtoja tarvita ja osallistujia on hyvä tiedottaa asiasta, että kävijät osaavat itse varautua huolehtimaan omasta ruokailustaan. E-urheilutapahtumat kestävät yleensä useamman päivän. (Seul 2014, 19.)

5.5.2 Nukkuminen ja lepo

Tapahtumapaikalta on hyvä löytyä nukkumiseen ja lepäämiseen tarkoitettut tilat, mikäli kyseessä on enemmän kuin yhden päivän tapahtuma ja jos kävijä saapuu toiselta paikkakunnalta tapahtuma-alueelle. Mikäli tapahtuma ei itsessään tarjoa näitä palveluita tai ole mahdollisuutta yöpymiseen on ilmoitettava kävijöille mahdollisista vaihtoehtoista, kuten lähellä olevista majoituspalveluista. (Visit Tampere 2021, 10.) Tapahtuman tarjotessa kävijöilleen mahdollisuutta lepo- ja yöpymistilaan on hyvä olla yhteydessä paikalliseen pelastuslaitokseen heidän käyttäessään tiloja, jotka eivät normaalisti ole siihen tarkoitettuja. Pelastuslaitos ohjeistaa nukkumatilojen riittävydestä ja vaatimuksista palo- ja pelastusturvallisuuden suhteen. (Seul 2014, 18.)

5.5.3 Saniteettitilat

Yleisöä varten tapahtumapaikalle on hankittava riittävästi wc-tiloja ja käsienpesupisteitä. Kävijää on informoitava yleisesti tilojen käyttämisestä ja missä ne sijaitsevat, jos pesumahdollisuutta ei pystytä järjestämään voidaan korvaavana keinona käyttää desinfioivia nesteitä tai kosteuspyyhkeitä. Pandemia-aikana näiden osa-alueista huolehtiminen on erityisen tärkeätä kävijöiden kannalta ja yleisesti muutenkin. Tapahtumassa on tärkeätä ottaa huomioon, että saniteettitiloja on miehille, että naisille tarjolla ja myös liikuntaesteiset on huomioitava. Tilaisuuden luonteesta riippuen voidaan wc-tilojen kokonaismäärästä poiketa (esim. tapahtuma-aika on lyhyt). (Seul 2014, 17.)

5.6 Info

Info on kävijöille olennaisen tiedon saamiseksi helposti koko tapahtuman ajan. Infosta tapahtumaan osallistuvat henkilöt voivat helposti tulla kysymään, mikäli tarvitsevat opastusta. Infopiste ylläpitää järjestäjät ajan tasalla koko tapahtuman ajan tiedottaen tapahtuman henkilökunnalle kaikista tärkeistä asioista. Info toimii tavallisesti myös ensiapupisteinä ja maksullisissa tapahtumissa lipunmyyntitiskinä. Info toimii myös yleensä sisäänkäyntinä tapahtumaan, jotta järjestäjät voivat vahtia ketä tapahtuma-alueelle liikkuu ja pitää silmällä, ettei tapahtuma-alueelle saavu muita vaarantavia henkilöitä ja pitämällä järjestyksenvalvojat tietoisia alueelle tällaisista tilanteista. Tapahtuman aikana hävinneet tavarat löytyvät usein infosta ja huolehtivat niiden keräämisestä talteen, että tapahtuman jälkeen voidaan palauttaa omistajalle. Tapahtumaan luodaan usein oma tiedotuskanava. Kävijöille kuulutetaan tapahtuman aikana kiireisimmissä asioissa ja muuten valkokankaalla. (Seul 2014, 20.)

6 Virtuaalinen tapahtumajärjestäminen

6.1 Virtuaalisen tapahtuman määrittely

Virtuaalitapahtuma poistaa tarpeen fyysiselle läsnäololle, mutta se on silti vuorovaikutteista. Tapahtuma voidaan toteuttaa kokonaan tai vain osittain virtuaalisesti. Virtuaalitapahtuma mahdollistaa puhujien tuomisen kustannustehokkaasti virtuaaliselle alustalle. Vaikka tapahtuma olisi kuinka visuaalinen ja kiinnostava kokonaisuus tahansa, tärkeintä on silti tapahtuman sisältö ja osallistujien huomioiminen. Osittain virtuaalinen taas tarkoittaa sitä, että jossain päin maailmaa tapahtuva konkreettinen tapahtuma välitetään verkon kautta reaaliaikaisena etäosallistujille. (Catani 2017.)

6.2 Suoratoistaminen

Suorat striimaukset tavoittavat parhaimmillaan valtavan määrän ihmisiä ja tarjoavat tapahtumakokemuksen ihmisille, jotka eivät syystä tai toisesta pääse paikalle mahdollistaen niiden katsomisen jälkeenpäin. Kanavia on valtava määrä ja uusia tulee koko ajan lisää. Tapahtumaan täytyy valita parhaiten esittelevät suoratoistopalvelut. Päättä, mitä haluat jakaa reaaliaikaisesti ja mitkä kanavat taas toimivat parhaiten tallennus- ja arkistointialustana. (Kraneis & Rantala 2017, 144-145.) Tekniset ongelmat tuottavat negatiivisen kokemuksen osallistujille. Ongelmien varalta on erikseen sovittava henkilö, joka ryhtyy selvittämään ongelmaa näiden ilmetessä. Kun tekniikassa tulee ongelmia, on osallistujille tultava tunne, että kaikkeen on varauduttu ja tapahtumajärjestäjällä on asiat hoidossa ja että tapahtuma etenee teknisistä ongelmista riippumatta. Ammattimaista tapahtumaa tehdessä, suositukseksi on käyttää aina tekniikkaan erikoistuneita tai niistä tietäviä henkilöstöä. (Vallo & Häyrinen 2012, 172.)

Tapahtumat ja turnaukset yleisesti hoidetaan suoratoistamisella eli striimataan verkon välityksellä eri alustoille, joista katsojien on helposti seurattavissa. Internetissä on useita suoratoistopalveluita, mutta suosituin tällä hetkellä on Twitch.tv. Suoratoistolähetykset toimivat turnauksen suurimpana kanavana pelien katsomiselle, jonka takia lähetykset tulee hoitaa huolellisesti ja laadukkaasti. Lähetyksen laatu on tärkeässä roolissa myös yhteistyökumppaneille, joiden palveluita tai tuotteita mainostetaan sen aikana. Striimauksen toteuttaminen on nykyaikana yksinkertaista, sillä ohjelmat, laitteet ja internet-yhteydet ovat helposti ja edullisesti hankittavissa. (Andersson, Toni 2020, 18.)

6.3 Osallistuminen

Suoratoistopalvelun tai alustan valittua voi alkaa miettiä seuraavaa. Miten ja millä kävijä osallistuu tapahtumaan? Virtuaalitapahtuman mahdollistaa saada moninkertainen määrä ihmisiä fyysisesti paikan päälle saapuviin nähden. Poistaessa fyysisen läsnäolon vaatimuksen on osallistumiskynnys tapahtuman suhteen helpompaa, mutta myös yhtä helppoa poistua. Tapahtuman ollessaan laadulta ilmainen sitoutuminen voi olla koko tapahtuman ajalta paljon pienempää, kuin rahallisesti. Erilaiset reaaliaikaiset suoratoistopalvelut puolestaan rakentuvat pelaajan ja katsojien vuorovaikutuksesta. Lähetysten aikana tapahtuva vuorovaikutusten ollessa positiivista tai negatiivista, ne antavat yksittäisille katsojille merkitystä ja yhteenkuuluvuuden tunnetta osana laajempaa katsojaryhmää. Reaaliaikaisissa suoratoistopalveluissa sosiaalinen vuorovaikutus täyttää tunnetason siteiden lisäksi myös tietoa lisäävää tehtävää, sillä pelaaja ja katsojat luovat yhdessä potentiaalisesti hyödyllisen ympäristön virtuaaliselle alustalle. Passiivinen katsominen sisältää kuitenkin omanlaisen sosiaalisen tason, sillä katseen ja huomion kohteena on reaaliajassa syntyviä tilanteita, jonka jakaa parhaimmillaan useiden ihmisten kanssa ja jonka immersion merkitys voimistuu sillä tasolla, että yksilö seuraa jatkuvasti uuden ja arvaamattoman sisällön syntymistä. (Kraneis & Rantala 2017, 144-145.)

6.3.1 Informointi ja tiedonkulku tapahtumassa

Mitä kanavia pitkin kävijä saa tietoa. Näitä yleensä ovat verkkosivut, sosiaaliset mediat ja käytössä oleva suoratoistopalvelu. Tapahtumakävijöitä on fyysisessä tapahtumassa helppo informoida aikataulusta kuulutuksilla ja valkokankaalla pyörivällä aikataululla. Virtuaalissa tapahtumassa kävijä voi menettää mielenkiintonsa, jos heitä ei informoida tarpeeksi ja kynnys poistua virtuaalitapahtumasta on paljon helpompi (esimerkiksi sulkemalla suoratoistopalvelun tai virtuaalialustan). Oleellisinta on tiedottaminen tulevasta ohjelmasta. Sisällön suunnittelussa on huolehdittava, että osallistujalle tärkeät tiedot ovat helposti löydettävissä. (Aarrejärvi 2003, 54.)

Aikataulun suunnitteleminen helpottaa järjestäjien ja osallistujien toimintaa. Järjestäjät ovat perillä, milloin heitä tarvitaan ja osallistujat osaavat saapua halutulle alustalle oikeaan aikaan. (Andersson, Toni 2020, 13.)

7 Hybridimuoto

7.1 Hybriditapahtuman määrittely

Hybriditapahtumat ovat käsitteenä hyvin uusi ja on kerrottava osallistujalle selkeästi mitä se tarkoittaa. Osallistujan on saatava yksinkertainen ymmärrys hybriditapahtuman sisällöstä ja mitä osallistujalle tarjotaan paikan päällä tai verkossa. Asiasta täytyy tuoda esille, mikäli live- ja online-osallistumisen välillä on selkeitä eroavaisuuksia, jotta ne eivät tule osallistujalle yllätyksenä. (Maaninka 2020.)

Hybriditapahtumassa yhdistellään fyysisen tapahtuman ja virtuaalitapahtuman elementtejä. Hybriditapahtuman tavoitteena on luoda yhtenäinen, korkealaatuinen tapahtumakokemus sekä tapahtumassa fyysisesti läsnä oleville että tapahtumaan virtuaalisesti osallistuville ja, näin ollen, sitouttaa osallistujat sen fyysisestä sijainnista riippumatta. Hybriditapahtuma ei siis tarkoita sisällön live-striimaamista virtuaaliselle yleisölle, vaan lisäksi se mahdollistaa esimerkiksi osallistumisen tapahtumaan haluamastaan sijainnista omilla laiteilla sekä reaaliaikaisen kanssakäymisen kaikkien tapahtuman osallistujien välillä. (Maaninka 2020.)

7.2 Hybridielementtien valitseminen

Valitessaan hybridimuodon tapahtuman suhteen täytyy miettiä mitä otetaan fyysisen ja virtuaalisen tapahtuman osa-alueista osaksi tapahtumaa luodakseen niistä kokonaisuuden. Hybriditapahtumia voidaan tehdä eri sijainneista käsin ja välillä fyysisesti paikasta. Hybridimuotoinen tapahtuma tarvitsee toimivan verkkoympäristön ja yhteyden. Uutena konseptina tarvitaan lisäksi suunnittelua ja aivan uudenlaista osaamista elämyksen tuottamiseksi. Hybridimallissa toimiminen edellyttää myös entistä parempaa keskittymistä vuorovaikutukseen osallistujien välillä ja järjestäjien välisissä vuorovaikutustilanteissa ja sosiaalisilla alustoilla. Hybriditapahtumat on erinomainen ratkaisu pandemia-aikana sen aiheuttamien rajoitusten myötä. (Pekonen 2021.)

7.2.1 Fyysinen ja virtuaalinen toteutus

Mitä otetaan osaksi tapahtumaa fyysisestä tapahtumasta osaksi tapahtumaa? Hybriditapahtumien järjestäminen on huomattavasti edullisempaa kuin fyysisten tapahtumien järjestäminen. Hybriditapahtumat säästävät järjestäjien matkakorvauksissa sekä tarjoiluiden ja turvallisuuden järjestämisessä, mutta toisaalta kahden erillisen yleisön huomioimisesta syntyy aivan uudenlaisia kustannuksia. Budjettia voidaan siirtää tapahtuman elämyksellisyyden

parantamiseen. Lisäkustannuksia aiheutuu kuitenkin tapahtumapaikasta, salitekniikan järjestämisestä, sisällön suunnittelusta ja tuotannosta sekä erillisen juonnon järjestämisestä online- ja live-yleisöille, joka tapauksessa. (Huttunen 2020.)

Hybriditapahtuman fyysinen tapahtumapaikka voi olla normaalia pienempi, koska paikalla on tulossa odotettua vähemmän osallistujia. Hybriditapahtuman osallistujamäärä voi olla kokonaisuudessaan laajempi, koska osallistujien ei tarvitse matkustaa fyysiseen sijaintiin paikalle. Osallistumisaste tapahtumalle on usein parempi kuin fyysisessä tapahtumassa helppouden takia. (Autio 2020.)

Mitä otetaan osaksi tapahtumaa virtuaalisesta tapahtuman toteutuksesta? Hybriditapahtumien joustavuus voidaan nähdä yhtenä sen suurimmista hyödyistä. Vuosi 2020 on osoittanut, että ainoa varma asia on epävarmuus. Hybriditapahtumalla voidaan reagoida muutoksiin tarvittaessa, koska tapahtuma voidaan tarvittaessa toteuttaa myös pelkästään virtuaalisessa muodossa. Tekniikan toimivuus on erityisen kriittistä etäyleisölle. Verkkotapahtumasta voi poistua napin painalluksella, joten alustan toimivuus ja yleisön sitouttaminen erilaisilla vuorovaikutustyökaluilla on tärkeitä kävijöille tapahtumassa. Vuorovaikutus osallistujien välillä jää puutteelliseksi ja online-yleisön kokemus ei huonoimmassa tapauksessa eroa striimin seuraamisesta, eikä paikalla olevien osallistujien ja virtuaalisella alustalla osallistuvien välille synny minkäänlaista vuorovaikutusta keskenään. Tapahtumajärjestäjälle kahden erillään olevan yleisön huomioiminen, viestinnän sujuvuus ja vuorovaikutus ovat haastavia kysymyksiä, mutta hyvä hybriditapahtuma-alusta vastaa näihin ongelmiin. (Huttunen 2020.)

7.3 Osallistuminen hybriditapahtumaan

Hybriditapahtuman alkaessa on hyvä kuvata, kuinka osallistuminen tapahtuu käytännössä. Tapahtumaan fyysisesti osallistuvat haluavat tietää saapumisohteet ja lähistöllä olevat majoitusmahdollisuudet, online-osallistujat taas kuinka linjoille liitytään, minkä ohjelman tai alustan kautta. (Autio 2020.)

Hybriditapahtuman sisällön, vuorovaikutuksen ja viestinnän suunnittelu vaatii enemmän kuin pelkän virtuaalitapahtuman tai fyysisen tapahtuman kohdalla. Kokemus osallistujien välillä on tärkeää ja siihen kannattaa panostaa. Viestinnän suunnittelu, osallistujien helppo liittyminen, sisältömateriaalien jakelu, vuorovaikutus tapahtuman aikana, tauottaminen, moderointi ja juonnot mahdollisimman tarkkaan molemmille kohdeyleisöille. Virtuaaliosallistujien kannalta alustan valinta on tietysti tärkeää, mutta täytyy myös huomioida fyysisesti läsnä oleva yleisö. Aito hybridialusta tekee osallistujakokemuksesta tasa-arvoisen molemmille yleisöille. Tapahtuma-alustan valitseminen hybriditapahtuman osalta on merkittävässä

roolissa tapahtuman onnistumisen kannalta. Hybridin suunniteltu alusta helpottaa myös tapahtumajärjestäjän työtä. (Huttunen 2020.)

8 Tutkimuksen toteutus

8.1 Kyselyn toteuttaminen

Kyselylomake oli luonnollinen valinta tämän tutkimuksen toteuttamiseen sekä miettiessä tapahtumajärjestäjien maantieteellinen hajautuneisuuden takia ympäri Suomea. Toteutus puolistrukturoituna kyselynä. Puolistrukturoitu kysely aikaisemmille ja nykyisille tapahtumajärjestäjille vastuualueisiin liittyen monipuolisen näkökulman saamiseksi ja heidän osaamisensa takia. Tavoitteena oli saada selville, miten päävastuussa olevat tapahtumajärjestäjät ovat kokeneet vastuualueensa ja miten se on vaikuttanut heidän osaltansa tapahtuman laadun parantamiseen kävijöille. Kysely alustana käytettiin google forms-lomaketta, jossa oli 12-kysymystä. Viimeinen kysymys oli avoin, mihin pystyi vastaamaan laajasti muita huomioitavia asioita. Kysely jaettiin yksityisviestillä entisille ja nykyisille vastuuhenkilöille, joiden tiedettiin olleen aikaisemmin mukana tapahtumienjärjestämisessä omien sosiaalisten verkostojen kautta, jonka olen kerännyt toimittuani reilut kymmenen vuotta tapahtumajärjestäjänä. Kyselyyn vastasi yhteensä 17 ihmistä. Koska kyseessä oli laadullinen tutkimus niin kysymysten laatu oli määrää tärkeämpää tässä tutkimuksessa. Tutkimusta voi tehdä niin kvantitatiivisesti kuin kvalitatiivisesti. Sovellan kvalitatiivista eli laadullista tutkimusta työssä.

”Kvalitatiivisissa tutkimuksissa pyritään kuvamaan jotain ilmiötä tai tapahtumaa, ymmärtämään tiettyä toimintaa tai antamaan teoreettisesti mielekäs tulkinta jollekin ilmiölle. Siksi olisi hyvä, että tutkittavat tietäisivät mahdollisimman paljon tutkittavasti ilmiöstä, tai heillä olisi kokemusta asiasta (esim. vastuualueiden tapahtumajärjestäjät tässä kontekstissa).” (Tuomi & Sarajärvi 2009, 87.)

Tieto, joka perustuu ihmisten kokemukseen, on perusrakenteeltaan tajunnallinen ilmiö, kun taas perusrakenteeltaan sosiaalisen todellisuuden ilmiöllä ei ole alkuperäistä kokijaa. Organisaatiotutkimuksen alaan kuuluvia asioita tutkiessa käytetään useita aineistoja, joiden keräämisessä on, noudatetaan konstruktivistista tutkimus tapaa. Laadullisen tutkimuksen luotettavuutta on vaikea tai mahdotonta arvioida, että validius tai reliaabelius käsitteinä eivät sellaisenaan sovellu laadullisen tutkimuksen uskottavuuden arvioinnin perusteiksi. Reliabiliteettia ja validiteettia voi käsitellä myös, sillä kannalta, että tutkimuksen aineistoa on käsitelty ja analysoitu luotettavasti ja tarkoituksen mukaisilla menetelmillä. Omakohtainen tieto vaikuttaa esiymmärrykseen siten, että minulla on ennakkokäsityksiä organisaatiosta ja sen toiminnasta. Tämä on tutkimuksen eduksi siinä, että konteksti ja sisältö ovat ennestään

tuttuja, mikä voi vaikuttaa myönteisesti haastattelujen suunnittelussa ja toteuttamisessa. (Puusa & Juuti 2020, 77,81,179,181.)

”Puolistrukturoidulle haastattelulle on ominaista, että jokin haastattelun näkökohta on lyöty lukkoon, mutta ei kuitenkaan kaikkia. Strukturoidussa haastattelussa tutkija laatii kysymykset etukäteen teoriaan nojautuen. Kysymysten muoto ja järjestys on vakioitu: ne esitetään kaikille tutkittaville samalla tavoin, samaa järjestystä noudattaen. Strukturoidun ja puolistrukturoidun haastattelun erona on se, että strukturoidussa haastattelussa myös kysymyksen vastausvaihtoehdot ovat valmiina. Haastateltava valitsee lähinnä omaa mielipidettään kuvaavan vastausvaihtoehdon annetuista. Strukturoitu haastattelu on lähellä lomaketutkimusta, mutta tyypillisesti sen etuna on muun muassa suuremman vastausosuuden sekä tarkoituksenmukaisten vastaajien saavuttaminen. Laadullisten menetelmien käyttöä organisaatio- ja johtamistutkimuksissa on huomattu, että strukturoidun haastattelun tavoitteena on saada tutkijan osuus ja vaikutus itse haastattelutilanteessa mahdollisimman pieneksi. Puolistrukturoitu haastattelu on jonkin verran vapaampi, minkä ansiosta on mahdollista saada esiin myös jotakin sellaista, mitä tutkija ei ehkä olisi osannut ottaa huomioon laatiessaan valmiita vastausvaihtoehtoja. Puolistrukturoidun haastattelun etuna on se, että tutkija saa kaikilta haastateltavilta näkemykset hänen tutkimuksessaan keskeisiin ja hänen etukäteen määrittelemiinsä aiheisiin kunkin haastateltavan itse sanomina. Joskus puolistrukturoitu haastattelu sekoitetaan virheellisesti teemahaastatteluun, vaikka ne eroavat toisistaan. Kokemattomasta tutkijasta voi tuntua turvallisemmalta lähteä tekemään haastattelua tukenaan yksityiskohtainen kysymysluettelo. Silti hän voi raportoida käyttäneensä menetelmänä teemahaastattelua, vaikka kysymyksessä olisikin siis puolistrukturoitu haastattelu.” (Puusa & Juuti 2020, 111-112.)

Kysymykset kyselyssä täytyy suunnitella tarkasti, mutta eivät saa olla liian johtavia. Vastaa-jille täytyy antaa mahdollisuus vastata mahdollisimman vapaasti. Tämän takia puolistrukturoitu kysely soveltui paremmin vastualueiden tapahtumajärjestäjille, sillä strukturoidun kyselyn vastaukset olisivat voineet olla liian rajoittuneita. Puolistrukturoiduissa vastauksissa voi käydä ilmi, jotain mitä kyselyn tekijä ei olisi kysymyksillä strukturoidussa kyselyssä saanut tietoonsa ja saadaan uutta tietoa. Puolistrukturoitu kysely on helpompi toteuttaa, mikäli ei ole aikaisemmin ollut tekemisissä kyselyiden laatimisessa.

9 Kyselyn tulokset

9.1 Kysymysten avaaminen tutkimuskysymyksittäin

Tässä osiossa avataan hieman, minkä takia kysymykset valittiin kyselyä varten. Tutkijan tehtävänä on pyrkiä luomaan hajanaisesti aineistosta mielekästä, selkeää ja yhtenäistä informaatiota sisältävä kokonaisuus, jonka avulla voidaan alkaa tekemään johtopäätöksiä tutkittavasta ilmiöstä.

1. Oletko toiminut tapahtumassa aikaisemmin päävastuussa tapahtumajärjestäjänä? Mikä oli vastuualueesi ja mitä teit yleisesti? Pääjärjestäjä, tiiminvetäjä tai muu johtamistehtävissä oleva rooli. (Liite 1, kysymys 1.)

Kysymyksellä haluttiin saada selville ja varmistaa, että vastaaja on ollut aikaisemmin tarkoitussa kohderyhmässä, joille kysely tehtiin.

2. Oliko omalla elämyksellä aikaisemmissa tapahtumissa vaikutusta valintaasi hakea esim. tiiminvetäjäksi? (Liite 1, kysymys 2.)

Kysymyksellä haluttiin saada selville, onko aikaisemmillä tapahtumilla ollut vaikutusta motivaatioon hakeutua johtamistehtäviin tai mahdollisesti muiden syiden takia (esim. muut järjestäjät).

3. Perehdyttikö joku sinut vastuualueeseen vai opettelitko itse asiat tai käytitkö aikaisempaa kokemusta, jostain mitä olet oppinut esim. koulutus? (Liite 1, kysymys 3.)

Kysymyksellä haluttiin saada selville ihmisten osaamismäärää etukäteen ja mahdollisesti minkä verran vastaajat joutuivat itse perehtymään aiheeseen.

4. Paransiko, tai olisiko perehdytys vastuualueeseen parantanut tapahtuman laatua omalla vastuualueellasi? (Liite 1, kysymys 4.)

Kysymyksellä haluttiin saada selville, miten perehdytykset ovat vaikuttaneet omaan toimintaan tapahtumienjärjestämisessä ja kuinka riittävää se on ollut.

5. Millä tavoilla helpottaisit ja tukisit tulevien henkilöiden tehtäviä roolissasi, jos et itse toimisi enää tai et toimi enää tulevaisuudessa? (Liite 1, kysymys 5.)

Kysymyksellä haluttiin saada selville, miten vastuualueiden henkilöt pohjustaisivat tai millä keinoilla he tukisivat muita roolissa jatkossa.

6. Olisiko työmääräsi voinut olla enemmän keskitettynä tapahtuman laadun parantamiseen vai oliko mielestäsi riittävää? (Liite 1, kysymys 6.)

Kysymyksellä haluttiin saada selville vastuualueiden tehtävien määrän laajuus ja onko se ollut vaikuttanut kehityksessä tapahtuman suhteen.

7. Millä voisit itse parantaa vastuualueellasi tapahtuman laatua? (Liite 1, kysymys 7.)

Kysymyksellä haluttiin saada selville, kuinka vastuualueiden henkilöt kehittäisivät toimintaa tai tapahtumaa ja sen laatua.

8. Järjestäisitkö mieluummin fyysisen, virtuaalisen vai hybriditapahtuman? Miksi? (Liite 1, kysymys 8.)

Kysymyksellä haluttiin saada selville, tapahtumamuotojen hyviä ja huonoja puolia. Tarkoituksena ei ollut lukita vastaajaa näihin vaihtoehtoihin ja viimeisellä osiolla haluttiin lisäksi herätellä vastaajaa pohtimaan, jos tulisi aivan uusi vaihtoehto jo olemassa olevien lisäksi.

9. Miten sinun mielestäsi online-tapahtumien elämyksestä saataisiin rikkaampi?

(Liite 1, kysymys 9.)

Kysymyksellä haluttiin saada selville vastaajien näkemystä, mitä lisää voitaisiin tuoda virtuaalisiin tapahtumiin osallistujia elämyksen parantamiseksi.

10. Mitkä asiat ovat sinun mielestäsi tärkeimpiä onnistuneen tapahtumaelämyksen kannalta? (Liite 1, kysymys 10.)

Kysymyksellä haluttiin saada selville, mitä vastaajien mielestä voidaan soveltaa yksilöiden kokemuksia, miten he kokevat onnistuneen tapahtuman.

11. Miten mielestäsi onko vastuualueellasi ollut tarpeeksi budjettia? (Liite 1, kysymys 11.)

Kysymyksellä haluttiin saada selville vastaajien käytössä olevia resursseja. Yksilötasolla voi olla näkemyseroja, miten he ovat nähneet resurssien riittävyyden.

12. Vapaa sana. (Liite 1, kysymys 12.)

Kysymyksellä haluttiin saada vastaajilta, onko jotain muuta mitä olisivat halunneet sisällyttää tai jakaa kysymysten ulkopuolelta.

9.2 Tulosten analysointi

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, miten saadaan lisää tietoa siitä, kuinka järjestäjien olisi mahdollista luoda kävijöille paras mahdollinen elämys, millä yleisesti parantaa vastuualueiden toimintaa ja nouseeko jotain uutta esille tuloksista. Tuloksia analysoidaan kysymysjärjestyksessä 1-12. Luettavuuden helpottamiseksi merkitsen vastaukset numeroittain liitteviittauksien perään.

Kysymys 1. (Liite 2, vastaukset 1.)

Vastauksista voidaan todeta, että kaikki kyselyyn vastanneet ovat toimineet, jossain pääjärjestäjä, tiiminvetäjä tai muu johtamistehtävissä olevassa roolissa ja vastanneiden kesken ei ollut kyselyn ulkopuolisia henkilöitä.

Kysymys 2. (Liite 2, vastaukset 2.)

Vastauksista nousee esille, kuinka aikaisemmilla tapahtumilla on selvästi ollut myönteinen vaikutus hakea johtotehtäviin tapahtumissa. Lisäksi ulos päin organisaation tekeminen on houkutellut ihmisiä myös rooleihin. E-urheilu itsessään on ollut vaikuttavana tekijänä päätöksessä. Vastaajat ovat kokeneet organisaation ja järjestäjien välisen ilmapiirin positiiviseksi tekijäksi.

Kysymys 3. (Liite 2, vastaukset 3.)

Vastaajia on perehdytetty, jollain tasolla tehtäviin ja aikaisempien koulutuksista oppimat asiat ovat tukeneet selvästi, mikäli eivät ole minkäänlaista perehdytystä aiheesta saaneet. Mitään uutta ei vastauksista noussit esille.

Kysymys 4. (Liite 2, vastaukset 4.)

Osalla vastaajista perehdytys on parantanut laatua omissa tehtävissään. Kuitenkin osalla vastaajista, jotka eivät sellaista saanut kokee perehdytyksen puuttumisen takia, että se olisi tukenut heidän tehtäviensä huomattavasti tai vähentänyt työmäärää. Oppiminen tekemisen kautta vastauksissa koettiin positiivisena henkilökohtaisena kasvamisena.

Kysymys 5. (Liite 2, vastaukset 5.)

Suurin osa vastaajista dokumentoisi tai tekisi, jonkin tiedoston minkä avulla seuraava henkilön työmäärää voitaisiin lyhentää. Osa myös ottaisiin henkilön koulutettavaksi rooliin tai tarjoaisi konsultointia ja apua tapahtumaa koskeissa kysymyksissä. Vastauksien joukosta muista poiketen vastannut toivoi tapahtumanjohtamiseen liittyvää opasta, millä voisi selvittää pääpiirteittäin tapahtumanteon eri vaiheet ja sen käyttämistä perehdyttämistyökaluna.

Kysymys 6. (Liite 2, vastaukset 6.)

Vastaukset tässä kysymyksessä ovat jakautuneet hieman eri laitoihin. Osa kokee tehtävien riittäneen tapahtumien aikana ja toinen osa toivoisi, että olisi voinut keskittyä omat resurssinsa tapahtuman osalta sen laadun parantamiseen.

Kysymys 7. (Liite 2, vastaukset 7.)

Kysymyksen osalta on vastattu hyvin laajasti ja selvästi kehittämistä löytyy. Vastaukset käsittelevät eri asioita (esim. suunnittelun tarkkuus, organisaation tarpeiden kehittäminen ja ulospäin menevää materiaalin parantamista eli markkinoinnin kehittämistä kohderyhmälle), mitä tapahtumanjärjestämisen kannalta voisi parantaa. Suunnittelun tärkeys korostuu muutamassa vastauksessa.

Kysymys 8. (Liite 2, vastaukset 8.)

Vastanneilta ei tullut uusia ideoita uuden tapahtumamuodon osalta. Mielenkiintoista vastauksissa on, että kukaan vastanneista ei halunnut järjestää virtuaalista tapahtumaa. Hybridimuoto tapahtumissa on selvästi herättänyt vastanneiden kesken kiinnostusta. Fyysiselle tapahtumalle löytyy kysyntää selvästi järjestäjien mukaan kysyntää.

Kysymys 9. (Liite 2, vastaukset 9.)

Online eli virtuaalitapahtuman osalta vastanneet toivovat katsojien ja tapahtumaan osallistujien tuntevan kuuluvansa enemmän osaksi virtuaalista elämystä ja interaktiivisuutta. Yhtenä nostatuksena on tullut sisällön laadun parantaminen ja määrän vähentäminen.

Kysymys 10. (Liite 2, vastaukset 10.)

Onnistuneen tapahtumaelämyksen kannalta tärkeimpiä vastaajien mielestä on ollut, että osallistujilla ja järjestäjät nauttivat tapahtumasta. Ihmisten paikalla oleminen koettiin tärkeäksi tekijäksi ja että, he haluavat jatkossa osallistua uudestaan tapahtumaan. Vastauksissa korostui uudelleen laatu lähetysten muodossa.

Kysymys 11. (Liite 2, vastaukset 11.)

Budjettia vastaajien keskuudessa ei selvästi ole riittänyt. Muutama vastaus kokee, että omalla vastuualueella budjetti on riittänyt.

Kysymys 12. (Liite 2, vastaukset 12.)

Vastaajilla oli vapaa sana tämän kysymyksen osalta. Vastauksista voidaan päätellä, että huolimatta aikaisemmista vastauksista on heillä edelleen halua järjestää ja parantaa tapahtumien laatua. Yksi vastauksista ottaa esille, kuinka tapahtumissa onnistumista on mitattu

luvuilla ja tulostavoitteellisuudella sen seurauksena päästään keskivertoihin tuloksiin, eikä kokeilla uutta tapahtumissa.

10 Johtopäätökset ja pohdinta

Opinnäytetyön tavoitteena oli saada tietoa, kuinka järjestäjien olisi mahdollista luoda kävijöille paras mahdollinen elämys ja millä yleisesti parantaa vastuualueidensa toimintaa. Lisäksi haluttiin selvittää, nouseeko esille jotain uutta tutkittavaa. Opinnäytetyön tutkimusongelmaan lähdettiin etsimään vastausta kyselytutkimuksella. Kyselytutkimus laadittiin puolistrukturoituna kyselynä. Tutkimusmenetelmänä opinnäytetyössä käytettiin kvalitatiivista tutkimusmenetelmää.

Kyselyn tavoitteet saavutettiin opinnäytetyössä kohtalaisen hyvin. Kyselytutkimuksen kysymykset vastasivat tutkimusongelmaan, ja niillä saatiin vastaukset lähes kaikkiin kysymyksiin, mutta toivottua uutta ei löytynyt. Kyselyn toteutuksessa oli haasteellista muotoilla kysymykset helposti ymmärrettäviksi. Kyselyn osalta olisin voinut muutaman kysymyksen muotoilla paremmin ja avoimemmin. Vastauksia lukiessa mietin olisiko ne eronneet verrattuna juuri pidetyn tapahtuman jälkeen. Valitettavasti tapahtumilla on tällä hetkellä kolme muotoa, mitä opinnäytetyö käsittelee kanssa. Kyselyyn vastaajien vastauksista voidaan kuitenkin vetää johtopäätöksiä.

Kyselyn perusteella voidaan päätellä, että tapahtumissa halutaan lisätä ja parantaa osallistujien elämystä. Mielenkiintoisin asia, mikä nousi vastauksista, oli omasta mielestäni tapahtuman onnistumisen mittaaminen. Herättää mielenkiintoisen kysymyksen, miten voidaan mitata onnistunut tapahtuma ilman luvullisia mittareita (esim. paljon tapahtumaa on katsottu suoratoiston välityksellä tai tapahtumassa on kävijöitä yhteensä). Jatkotutkimusaiheena kiintoisa, mikä on yleisesti laajemman tapahtumajärjestäjä ryhmän mielipide asiasta tai ovatko eri mieltä tästä näkemyksestä. Henkilökohtaisesti en voi lähteä yleistämään asiaa kaikkien tapahtumajärjestäjien puolesta, mutta olen hieman samaa mieltä vastauksen kanssa.

Samankaltaisen tapahtuman luominen on todella vaikeata. Jokaisen tapahtuman suunnittelussa pitäisi lähteä kehittämään omana ainutlaatuisena elämyksenä, vaikka kyseessä olisikin jatkuva tapahtuma. Riippuen suunnittelusta e-urheilutapahtumasta ei kaikkia osa-alueita välttämättä niihin edes kuulu. Se mitä käytetään tapahtumaan suunnitellessa, on aivan pääjärjestäjien ja tapahtumatuottajien päätettävissä.

Tutkimissani teorialähteissä ja kirjoituksissa puhuttiin paljon tapahtumien järjestämisestä ja mitä tulisi ottaa huomioon, mutta itse järjestäjistä ja heidän vastuualueistaan löytyi todella vähäisesti tietoa. Ilman tapahtumajärjestäjiä organisaatioissa ei olisi ketään toteuttamassa tapahtumia.

Opinnäytetyön perusteella voin todeta, että tapahtumajärjestäjiä ja heidän rooleistaan voisi tehdä lisää tutkimusta. Tällä hetkellä osaaminen on ihmisillä ja sen siirtäminen eteenpäin on vaikeata. Myös tapahtumien elämyksen parantaminen vaatii jatkotutkimusta. Hybriditapahtumat ovat lähtenet maailmanlaajuisen pandemian jälkeen muodostumaan, ja asiasta löytyy vähäisesti teoriaa ja opinnäytetöitä.

Lähteet

- Aarrejärvi, L. 2003. Kokoukset ja kongressit: järjestäjän käsikirja. Helsinki: Edita.
- Allen, J. 2000. Event planning: the ultimate guide to successful meetings, corporate events, fundraising galas, conferences, conventions, incentives, and other special events. Toronto: John Wiley & Sons Canada.
- Andersson, T. 2020. E-urheilutapahtumatuottajan käsikirja. Viitattu 23.9.2021. Saatavissa <https://urn.fi/URN:ISBN:978-951-827-347-2>
- Autio, V. 2020. Hybriditapahtuman järjestäminen [5 askelta toimivaan tapahtumaan liveä ja verkossa]. Viitattu 23.11.2021. Saatavissa <https://www.eventilla.com/hybriditapahtuman-jarjestaminen-5-askelta-toimivaan-tapahtu-maan-livena-ja-verkossa/>
- Capell, L. 2013. Event management for dummies. Chichester, West Sussex: Wiley.
- Catani, J. 2017. Onnistunut yritystapahtuma. Viitattu 23.10.2021. Saatavissa [https://bisneskirjasto-almatalent-fi.ezproxy.saimia.fi/teos/IAJBXCTEB#kohta:I\(\(20\)ON-NISTUNUT\(\(20\)TAPAHTUMA\(\(20\):TAPAHTUMAN\(\(20\)TAVOITTEET\(\(20\)piste:b238](https://bisneskirjasto-almatalent-fi.ezproxy.saimia.fi/teos/IAJBXCTEB#kohta:I((20)ON-NISTUNUT((20)TAPAHTUMA((20):TAPAHTUMAN((20)TAVOITTEET((20)piste:b238)
- Gramex ry. Mikä Gramex on? 2021. Viitattu 23.11.2021. Saatavissa <https://www.gramex.fi/portfolio-items/gramexpalvelee/?portfolioCats=24>.
- Huttunen, P. 2020. Tapahtumien tulevaisuus on hybridi. Viitattu 23.11.2021. Saatavissa <https://www.eventilla.com/tapahtumien-tulevaisuus-on-hybridi/>
- Kinnunen, S. 2017. Oikeanlainen sisältö elävöittää tapahtuman. Messukeskus. Viitattu 23.9.2021. Saatavissa <https://messukeskus.com/blogs/oikeanlainen-sisalto-elavoittaa-tapahtuman/>
- Lindberg-Repo, K. 2005. Asiakkaan ja brändin vuorovaikutus: miten johtaa brändin arvo-prosesseja? Helsinki: WSOYpro: Suomen ekonomiliitto.
- Liveto 2021, Järjestyksenvalvonta. Viitattu 17.11.2021. Saatavissa <https://materials.liveto.io/tapahtumanpelikirja/turvallisuus/jarjestyksenvalvonta>
- Liveto 2021, Rakenna tapahtumallesi ylivoimainen asiakaskokemus. Viitattu 23.11.2021. Saatavissa <https://cdn2.hubspot.net/hubfs/4397742/Rakenna%20tapahtumallesi%20yli-voimainen%20asiakaskokemus%20opas%202.pdf>

Maaninka, A. 2020. Hybridi on uusi musta. Viitattu 23.11.2021. Saatavissa

<https://unie.fi/mika-on-hybriditapahtuma/>

Nielsen, R. & Karhulahti, V. 2017. The problematic coexistence of internet gaming disorder and esports. In Proceedings of the 12th International Conference on the Foundations of Digital Games. Viitattu 12.11.2021. Saatavissa <https://core.ac.uk/download/pdf/147570077.pdf>

Pekonen, P; Mäkikangas, H; Franssila, H & Salmi, J. 2021. Mitä lisääntyvä monipaikkaisuus meille mahdollistaa? Valtiovarainministeriö. Viitattu 30.10.2021. Saatavissa: <https://vm.fi/-/mita-lisaantyyva-monipaikkaisuus-meille-mahdollistaa->

Pelastuslaki (390/2005). Viitattu 17.11.2021. Saatavissa <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2011/20110379#L4P23>

Poliisi 2021. Yleisötilaisuus. Viitattu 23.11.2021. Saatavissa <https://poliisi.fi/yleisotilaisuudet>

Puusa, A. & Juuti, P. 2020. Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Helsinki: Gaudeamu.

Saksala, E. 2015. Tuottajan käsikirja. Helsinki: Like.

Seul 2014. Suomen elektronisen urheilun liiton www-sivut, viitattu 23.9.2021 https://seul.fi/wpcontent/uploads/2014/01/tapahtumajarjestajan_kasikirja_uusi.pdf

Kraneis, S & Rantala, K. Kaikki E-urheilusta 2018. Helsinki: Urheilumuseo.

Kokoontumislaki (404/1961) Viitattu 17.11.2021. Saatavissa <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19990530>

Takahashi, D. 2018. 4 biggest Western esports events generated 190.1 million viewing hours. Viitattu 23.11.2021. Saatavissa <https://venturebeat.com/2018/12/06/4-biggest-western-esports-events-generated-190-1-million-viewing-hours>

Teosto 2021. Tekijänoikeudet musiikki. Viitattu 23.11.2021. Saatavissa <https://www.teosto.fi/usein-kysyttya/>

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Vallo, H. & Häyrynen, Eija 2012. Tapahtuma on tilaisuus: tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Helsinki: Tietosanoma.

Visit Tampere 2021. Tapahtumajärjestäjän opas. Viitattu 17.11.2021. Saatavissa

https://visittampere.fi/wp-content/uploads/2018/09/Tapahtumajariestajan_opas_verkko.pdf

Liitteet

Liite 1. Tyhjä kyselylomake, kyselytutkimus

Liite 2. Tapahtumajärjestäjien vastualueiden kysely (vastaukset)

Liite 1. Tyhjä kyselylomake, kyselytutkimus

Tapahtumajärjestäjien vastualueiden kysely

Tämän kyselyn tarkoitus on kerätä tietoa LAB-ammattikorkeakoulun opinnäytetyötä varten. Tuloksilla saadaan lisää tietoa siitä, kuinka järjestäjien olisi mahdollista luoda kävijöille paras mahdollinen elämys ja millä yleisesti parantaa vastualueiden toimintaa. Kysely on tarkoitettu pääjärjestäjille, tiiminvetäjille ja muille henkilöille, jotka ovat olleet vastuussa e-urheilutapahtumissa muista järjestäjistä ja oman alueen tehtävistä.

*Pakollinen

1. 1. Oletko toiminut tapahtumassa aikaisemmin päävastuussa tapahtumajärjestäjänä? Mikä oli vastualueesi ja mitä teit yleisesti? Pääjärjestäjä, tiiminvetäjä tai muu johtamistehtävissä oleva rooli. *

2. 2. Oliko omalla elämyksellä aikaisemmissa tapahtumissa vaikutusta valintaasi hakea esim. tiiminvetäjäksi? *

3. 3. Perehdyttikö joku sinut vastualueeseen vai opettelitko itse asiat tai käytitkö aikaisempaa kokemusta, jostain mitä olet oppinut esim. koulutus? *

4. 4. Paransiko, tai olisiko perehdytys vastualueeseen parantanut tapahtuman laatua omalla vastualueellasi? *

5. 5. Millä tavoilla helpottaisit ja tukisit tulevien henkilöiden tehtäviä roolissasi, jos et itse toimisi enää tai et toimi enää tulevaisuudessa? *

6. 6. Olisiko työmääräsi voinut olla enemmän keskitettynä tapahtuman laadun parantamiseen vai oliko mielestäsi riittävää? *

7. 7. Millä voisit itse parantaa vastualueellasi tapahtuman laatua? *

8. 8. Järjestäisitkö mieluummin fyysisen, virtuaalisen vai hybriditapahtuman? Miksi? *

9. 9. Miten sinun mielestäsi online-tapahtumien elämyksestä saataisiin rikkaampi? *

10. 10. Mitkä asiat ovat sinun mielestäsi tärkeimpiä onnistuneen tapahtumaelämyksen kannalta? *

11. 11. Miten mielestäsi onko vastuualueellasi ollut tarpeeksi budjettia? *

12. 12. Vapaa sana

Google Forms

Liite 2. Tapahtumajärjestäjien vastuualueiden kysely (vastaukset)

1. Oletko toiminut tapahtumassa aikaisemmin päävastuussa tapahtumajärjestäjänä? Mikä oli vastuualueesi ja mitä teit yleisesti? Pääjärjestäjä, tiiminvetäjä tai muu johtamistehtävissä oleva rooli.

Olen ollut infotiimin vetäjä, sekä olen seuraavassa fyysisessä tapahtumassa myös pääjärjestäjä. Olin vastuussa infon tietoteknisestä puolesta "lippujärjestelmät, perehdytykset jne"

Tiiminvetäjä

Olen toiminut tapahtumatuottajana sekä päävastuussa koko tapahtumakokonaisuudesta, että vastuussa osatapahtumasta.

Puheenjohtaja/Pääjärjestäjä

Kyllä.

Yleisöpelitiimin vetäjä. Tässä tapahtumassa turnaus-tiimin vetäjä.

Kyllä. 4. vuosi menossa tapahtumatuottajan roolissa.

Lava-Admin cs:go turnauksissa, mikä sisältää pelaajien lavakäyttäytymisen valvomista, muiden adminien ohjausta sekä yleisestä ulkonäöstä huolehtimisesta.

Tiiminvetäjä

Markkinoinnista ollut vastuussa

Infotiimiä hoidin joskus vuosia sitten. Hoidettiin kiskaa, tiedottamista ja pitsatilauksia

Yleisöpelien tiimivetäjä

Valoja muutamassa tapahtumassa ollut päävastuussa

Buildin päävastuussa ollut joskus eli rakennuksesta tapahtuman aikana ja purkaminen Sähkövastaava

Verkkoa ollut tekemässä pääroolissa

olen ollut useissa tapahtumissa vastuutehtävissä / tapahtuman tuottajana

2. Oliko omalla elämyksellä aikaisemmissa tapahtumissa vaikutusta valintaasi hakea esim. tiiminvetäjäksi?

Oli

Kyllä

Yhteisöllisyys ja luotto omaan tekemiseen auttoivat uralla eteenpäin.

Oli. Intohimoni on ollut johtaa kaltaista tapahtumaa.

Mikä vaikutti siihen että otin työn oli kaksi syytä, oma intohimo e-urheiluun sekä näen sen myös auttavan urani kehittymistä.

Kyllä, pidän tiimin vetäjän roolista

Organisaation sisäinen hyvä ja tsemppaava ilmapiiri sai hakeutumaan johtotehtäviin.

En ole koskaan hakenut tiimin vetäjäksi, mutta minut on asetettu saman tyyliseen rooliin, koska minulla on ollut kokemusta rooliin tarvittavista aiheista.

Joo. Aikaisemmissa tapahtumissa käyneenä halusin itse kuulua tapahtuman tekemiseen.

Aikaisemmin en ole ollut e-urheilutapahtumissa, joten oli mielenkiintoista lähteä yrittämään aivan uudenlaista puolta.

Mukavat järjestäjät sai mukaan hakemaan tapahtumajärjestäjäksi

Otin tehtävän itselleni, kun muita halukkaita ei löytynyt

Aivan porukan takia lähtenyt mukaan

Mielummin käskin henkilöitä, kuin olin käskytettävänä

Ei ollut

Kysyntää ollut kovasti niin varsinaisesti ei ei, olin vain päätenyt oman tekemisen ja intohimon kautta vastuutehtäviin.

3. Perehdyttikö joku sinut vastuualueeseen vai opettelitko itse asiat tai käytitkö aikaisempaa kokemusta, jostain mitä olet oppinut esim. koulutus?

Minut perehdytettiin edellisen tiiminvetäjän toimesta

Opettelin itse

Sain perehdytystä johtotehtäviin. Koulutuksesta ollut apua johtamiseen, kirjoitustyöhön ja välillisesti analyttiseen ajatteluun, sekä järjestelmälliseen työskentelyyn. Hyvin laajasti on täytynyt opetella itse.

Kouluttauduin itse

Kokemus sekä ei niin perehdytys mutta rinnalla kulkeminen ja auttaminen koko ajan.

Aikaisempien tapahtumien järjestämisestä saatu kokemus

Joihinkin asioihin sain perehdytystä. esim. Tietojärjestelmät ja niiden käyttö, sekä tapahtuman kokonaiskuvan johtamisesta, mutta muuten todella pitkälti itseoppinut lanitapahtumia tehdessä. Olen kiertänyt useammassa eri tapahtumassa suomessa eri työtehtävissä hakien sieltä oppia tapahtuman tekoon.

Päälavavastaava opasti ja kertoi miten tulee toimia lavatyössä. Myöhemmin olen käyttänyt aiempaa kokemusta uuden oppimiseen.

Sain pienen perehdytyksen, mutta koulutuksen vuoksi sain hyvin hoidettua hommat Koulutus auttoi ja markkinoinnin puolella ei hirveästi ole ollut vastuuhenkilöä eli nolliasta sai lähteä liikenteeseen

Mitään perehdytystä ei ollut, mutta lukion taidoilla mentiin!

Pientä näkemystä oli jo toimittuani aikaisemmin tiimissä

Itse valojen kanssa toiminut aikaisemmin niin aivan itsenäisesti opittu

Pääjärjestäjä perehdytti tehtävään hyvin

Koulutuksen avulla

Oman alan koulutus koulutti tähän tehtävään

suurimman osan opiskelin itsenäisesti ongelmien tullessa eteen.

4. Paransiko, tai olisiko perehdytys vastuualueeseen parantanut tapahtuman laatua omalla vastuualueellasi?

Paransi

Parantanut tapahtumalaatua

On ehdottomasti parantanut. Itse opetelluilla osa-alueilla olisi auttanut laskemaan työ-määrää, kun olisin päässyt yhtä hyviin tai parempiin tuloksiin nopeammin.

Otin uteliaasti selvää asioista etukäteen, silloin tapahtuman järjestys onnistui suunnitelmien mukaan.

Mielestäni ajoitaiset palaverit ja "työn seuranta" ovat hyviä kannustimia.

Ei

Todennäköisesti olisi. Olisi ainakin ollut alusta asti paljon valmiimpi olemaan noinkin vastuullisessa tehtävässä, mutta toisaalta myös hyppy tuntemattomaan auttoi myös kasvamaan itse tapahtumatuottajana, koska joutui ratkomaan todella paljon ongelmia, mistä ei välttämättä ollut tietoa itsellä ollenkaan.

Paransi huomattavasti. Ilman koulutusta lavatyö olisi ollut haastavaa.

Kokeilemalla oppii parhaiten, mutta perehdytys olisi varmasti edistänyt omia tehtäviä. Perehdytys ehdottomasti. Tietäisi mitä ollaan jo yritetty ja mitä lähteä kokeilemaan tapahtumamarkkinoinnin puolesta

Olisipa joku ollut perehdyttämässä. Tyhjään pöytään sai mennä

Tieto mitä ollaan tehty auttoi suunnattomasti suunnittelussa

Varmasti perehdytys olisi poistanut muutaman tunnin suunnittelusta

Ilman perehdytystä olisi ollut vaikeata lähteä tekemään suunnitelmia ja hyvä kun tiedostoja löytyi

Vanha sähkövastaavan työ auttoi paljon

Tietämykseni aiheesta on riittänyt tehtävän hoitamiseen ja verkon saa aina tehdä eri tavalla tapahtumasta riippuen

useissa tapahtumissa oma alueeni on ollut kokeellinen tai osatapahtumatestaus. perehdytys vastaaviin tehtäviin/ syvempi tieto olisi ollut hyödyllistä ettei lopputuotteessa olisi niin paljon ns lastentauteja

5. Millä tavoilla helpottaisit ja tukisit tulevien henkilöiden tehtäviä roolissasi, jos et itse toimisi enää tai et toimi enää tulevaisuudessa?

Olen laatinut perehdytyspohjan, jossa on kaikki hyödyllinen

Kirjaisin tehtävät omalta toimialueeltani mitä pitää huomioida

Ottaisin hänet perehdytykseen kahdeksi tai kolmeksi vuodeksi. Asiat käytäisiin läpi yksi osa-alue kerrallaan, noin kuukausi tai kaksi per osa-alue ja lopuksi ohjattua harjoittelua avustavana tuottajana.

Kerron historiastani ja siitä mitä missäkin roolissa on otettava huomioon. Kerron kokemuksistani ja siitä millaista E-urheilu tapahtumien järjestäminen on.

Nostaisin jonkun joka on ollut tekemässä jo kyseistä tapahtumaa jolla on jo kokemusta työskennellä kyseisessä osa-alueessa. Ja on jo ottanut oppia edelliseltä vastuuhenkilöltä. Toimisin konsulttina, jolta voi tulla kysymään tarvittaessa ajatuksia/mielipiteitä. Tai voisimme pitää yhdessä suunnittelupalaverin.

Pitkän aikaan ollut haaveena toteuttaa tapahtumanjohtamiseen liittyvä opas, josta kävisi selväksi pääpiirteittäin tapahtumanteon eri vaiheet. Niihin on silloin todennäköisesti helpompi valmistautua. Tämän kokisin yhdeksi hyväksi perehdytys apuvälineeksi

Olisin tarpeen tullen langan päässä apua antaen, sekä antaisin perusteet ennen oman roolin päättymistä.

Varmaan kirjoittaisin mitä olen itse tehnyt ja mikä toimi niin ei tarvii samoja asioita kokeille mitkä eivät toimineet.

Dokumentoisin kaiken, että olisi selvät sävelet mitä lähteä kokeilemaan palaamatta entisiin keinoihin

Perehdytin seuraavan henkilön tehtävään ja jätin muutamia tiedostoja mistä pystyi seurata aikaisempien vuosien tapahtumia

Mitä ollaan tehty aikaisemmin ja miten seuraavalle varmaan ihan jees

Yksi tiedosto selittäen pähkinänkuoressa mitä pitää tehdä ja ottaa huomioon

Jättäisin suunnitelmat vanhoista tapahtumista ja perehdyttäisin uuden henkilön

Piirrustukset ja tiedot sähköistä miten aikaisemmin vedettiin

Kouluttaisin tehtävään tai opastaisin jälkeempään. Jonkin sortin tietämys aiheesta etukäteen helpottaisi tietysti

tietotaidon siirtämiseen tarvittaisiin joko useampi tapahtuma tiimityötä tai että kirjottaisin kirjan.

6. Olisiko työmääräsi voinut olla enemmän keskitettynä tapahtuman laadun parantamiseen vai oliko mielestäsi riittävää?

Mielestäni oli riittävää

Riittävä

Olisi ehdottomasti voinut olla paremmin keskitettyä laadun parantamiseen. Olen aivan liian kuormittunut tehtävistä, joita voisi tehdä joku muu, kuin tapahtumatuottaja, enkä kerkeä tekemään tarpeeksi strategista suunnittelua.

Työmäärä oli itselläni melko iso koska olimme nuoria henkilöitä joista kaikki eivät osanneet tehdä vielä mitään. Isoin taakka oli minulla tapahtuman järjestämisessä ja suunnittelussa.

Kaiken voi aina tehdä paremmin. Mutta näen että kyllä.

Oli riittävää

Mielestäni se on ollut ekaa vuotta lukuunottamatta täysin riittävä.

Oli riittävää. Enempi työ olisi luonut tapahtuman aikana kiireitä

Aina voi parantaa!

Markkinointi on jatkuvaa työtä ennen tapahtumaa, sen aikana ja jälkeen. Hommaa on aina riittävästi, mutta jos aikaa jäisi enemmän niin saisi tehtyä ulospäin menevästä materiaalista aina parempaa ja pystyisi kehittämään uusia asioita

Mielestäni tehtävät olivat riittäviä. Tietysti näin jälkeensä mietittynä olisi voinut tehdä jotain parantaakseen infoa

Tehtävät olivat mielestäni riittäviä. Aina sai olla kaikkialla

Riittävää

Riittävä

Sähkököt riittäneet eli ei lisää ole tarvinnut

Riittävää

jos muut osais hakea tietoa tai selvittää omat ongelmansa olisi oma vastualueeni paremmin ja laadukkaammin hoidettu

7. Millä voisit itse parantaa vastualueellasi tapahtuman laatua?

En osaa vastata, kaikki meni hyvin

-

Esimerkkejä on loputtomasti, sillä kaikki tekeminen on itse-johdettua. Muutama esimerkki: Hankkimalla lisää resursseja, parantamalla organisaation fyysistä ja henkistä hyvinvointia, vetämällä selkeää suuntaa koko tapahtumabrändille, parantamalla organisaation viestintää ja markkinointia, sekä tiedostonhallintaa.

Tapahtuma suunniteltaisiin täsmällisesti ja tarkasti.

Heti alusta tehdä suunnitelma mitä milläkin viikolla tehdään ja deadlinet

Tarkastella ja kysyä aktiivisemmin muiden tiimiläisten mielipiteitä sisällöstä.

Mikäli pääsisi kokoaikasesti (työt haittaavat harrastamista) tekemään tapahtumaa, niin uskoisin silloin olevan enemmän aikaa paneutua tapahtuman suunnitteluun ja parantamaan myös laatua samalla.

Opastamalla muita adminiteitä töihinsä mahdollisimman hyvin.

Kehittämällä omaa ja tiimin toimintaa, että saadaan kaikki hoidettua ajoissa.

Tuottamalla hyvää markkinointimateriaalia ja saamalla sen näkyville juuri oikealle kohderyhmälle

Ihmiset pääsee sisälle vaivattomasti ja turvallisesti. Sama poistuesssa.

Varmaan yleisöpelialueen ulkonäköön panostaisin. Näyttää välillä hieman laaduttomalta jos ollaan rehellisiä, vaikka se ei ole tapahtuman pointti

Lisää valoja!

Välineistö ja tavarat paikalle nopeasti niin pääsee muut tekemään parhaansa oman alueensa laittamiseksi kuntoon

Mitään ongelmia tällä puolella ei ole ollut eli en osaa sanoa

Paras tapa parantaa tapahtuman laatua omalta osaltani on, ettei verkko kaadu kesken tapahtuman.

parantamalla omaa dokumentaatiota, jotta voisi siirtää vastuuta tasaisemmin ettei osa-alue olisi kokonaan omilla harteilla

8. Järjestäisitkö mieluummin fyysisen, virtuaalisen vai hybriditapahtuman? Miksi?

Fyysisen, koska siinä on ihan eri fiilis

Hybridin, sillä asiakaskunta voisi silloin olla isompi Hybriditapahtuman brändin kasvun luomiseksi. Online puolella saadaan kehitettyä kansainvälisyyttä ja lukuja myyntiin, sekä tuloksia hankkeille rahoitusta varten. Fyysisessä tapahtumassa on aina se oma fiiliksensä mikä tuo motivaatiota huolellisemman ja laadukkaamman tapahtuman järjestämisestä.

Fyysisen

Hybriditapahtuman. Siinä on mielestäni sopivasti molempia: Töitä voi tehdä pääosin kotona käsin, joka huipentuu yhteiseen tapahtumaan.

Hybriditapahtuma kiinnostaa tällä hetkellä eniten ja se et kuinka siitä saisi kaikki osallistujat elämyksen irti, niin kotona koneella ku itse paikalla olevat.

Hybridin. Omassa tilanteessa kyseessä on cs:go turnaus ja hybridi tekisi karsinnoista huolehtimisesta paljon helpompaa. Fyysisenä toteutettaisiin BO8 alkaen kaikki pelit ja tällä saataisiin tuotettua lisäkontenttia livelähetyksiin. Fyysiset tapahtumat ovat mukavampia asiakkaille koska paikanpäällä on huomattavasti kivempi seurata pelejä.

Fyysisen tai hybridin. Tiimin vetäjiä ei tarvita oikein virtuaalisissa tapahtumissa.

Hybridi tai fyysinen tapahtuma. Molemmista saa paremmin materiaalia ja virtuaalisesta saa vain oikeastaan mitä live tuottaa pihalle

Fyysinen!

Fyysinen

Fyysinen

Fyysinen tapahtuma

Fyysinen

Hybridi- tai fyysinen tapahtuma

yhdessä, erikseen ja kimpassa. erilaiset tapahtumat erilaisille ryhmille. kaikille on kysyntää.

9. Miten sinun mielestäsi online-tapahtumien elämyksestä saataisiin rikkaampi?

En osaa vastata tähän, ne on hyvät!

Monimuotoisten ohjelmien ja digitaalisen elämyksen tarkan ohjelmanumeron käsikirjoittaminen ja suunnittelu

Lisäämällä interaktiivisuutta lähetyksiin ja saamalla sisällöstä tunnerikkaampaa. Verkkosivut ja striimi täytyy palvella tätä tarkoitusta.

Lisäämällä siihen monipuolisesti kaikille avointa toimintaa.

Saada kävijöille semmoinen olo että he eivät ole yksin

Katsojia tulisi aktivoida enemmän eri tavoin, jotta he tuntisivat olonsa tärkeiksi.

Lähetysten laadun tulee olla ensiluokkaista ja keksimällä enemmän keinoja aktivoida katsojia ruudun toisella puolella.

Katsojia pitää aktivoida erilaisin striimiin vaikuttavin keinoin taukojen aikana sekä saada tuotannon taso sellaiselle tasolle että katsoja haluaisi sitä seurata.

Tuntee olevansa osa tapahtumaa kotona.

Erinomainen kysymys. Varmaan vastaisin, että miten saadaan osallistujia kokemaan osana yhteisöä ja tapahtumaa.

Katsojan ja pelaajan kokemus tapahtumassa on niin erilainen, että vaikeata sanoa

Jotenkin et saada osallistujat pelaa yhdessä ja tutustumaan toisiinsa

Pelejä missä täysi kaaos osallistujien kanssa. Tarkoittaen, että he eivät osaa välttämättä odottaa mitä tulee tapahtumaan

Juontaja saa olla kyllä niin kiinnostava tai aivan uus peli, että jaksaa kiinnittää huomiota

En ole online-tapahtumissa ollut mukana paljon niin en osaa antaa omaa näkemystä

Lähetykset eivät pätki ja katsojat tai osallistujat eivät joudu tämän takia tiputtautumaan pois

keskityttämällä enemmän sisällön laatuun kuin määrään, tukahduttamalla osallistujat määrällä saadaan korkeintaa keskinkertaista elämystä.

10. Mitkä asiat ovat sinun mielestäsi tärkeimpiä onnistuneen tapahtumaelämyksen kannalta?

Hyvät muistot

Asiakkaan tyytyväisyys

Sisäinen ja ulkoinen viestintä, monipuolinen ohjelma, toisista ihmisistä tarttuva hyvä fiilis Tapahtuman kävijät olisivat tyytyväisiä ja järjestäjille tulee myös onnistunut fiilis tapahtuman suhteen. Vielä jos tapahtumassa kävijät osallistuvat uudestaan uusien tapahtumien tullessa.

Asiakaspalvelu. Hyvät pisteet

Tärkeää on mielestäni avoin ja iloinen kohtaaminen asiakkaiden kanssa, jotta asiakkaan suhtautuminen järjestäjään olisi lämmin.

- Hieno lanihalli
- Laadukkaat lähetykset
- Tyytyväinen asiakas
- Tyytyväinen tapahtumantuotantotiimi
- Onnistunut suunnittelu

Asiakkaan tyytyväisyys sekä heidän tahto tulla paikalle uudestaan ystävien kanssa.

Kaikilla on hauskaa ja voidaan nauraa asioille, jos jotain menee mönkään. Niistä ne parhaat muistot on jäänyt!

Halua osallistua uudestaan ilman, että tarvitsee miettiä "kannattaako"

Se kun olet järjestämässä tapahtumaa viidennettä kertaa tai enemmän

Yleisöpelialueella on jengiä niin paljon, että eivät malta poistua edes yöksi

Voi vuosien jälkeen naureskella kiikkustuolissa kaikista asioista tapahtumassa. Hyvistä ja huonoista. Molemmat osa elämystä!

Kannattaa tulla ensi vuonna uudelleen

Asiakkailla on mukavaa ja saavat kaverit paikalle

Osallistujilla ja järjestäjillä hyvä fiilis tapahtuman jälkeen

tapahtumaelämyksen laatu riippuu suurimmaksi osaksi siitä saadaanko osallistujan tiedostomattomat tarpeet tyydytettyä jolloin osallistuja ei edes ymmärrä millaisen elämyksen hän on saanut --> jää muistiin ja haluaa lisää.

11. Miten mielestäsi onko vastuualueellasi ollut tarpeeksi budjettia?

On ollut

Ei

Ei. Tarvitsemme moninkertaisen budjetin ja noin 15-20k puskuria.

Budjetti voisi olla isompi. Rahan saanti on ollut haasteellista Kuopiossa koska kaupunki ei ole ollut tukemassa edes nuorten järjestämää tapahtumaa millään lailla.

On

Kyllä

Ei ole ollut vielä päivää, että budjetti olisi ollut sillä mallilla, et saisi kaikki suunnitelmat paperilta toteutettua tapahtumassa

Ei. Lavalla tarvitaan usein enemmän erilasia tarvikkeita joita ei pystytä kaikille jakamaan hintojen sekä budjetin pienuuden takia. Tämä tosin on ymmärrettävää. Tämän takia olisi kannattavaa hankkia sponsoreita joilta tarvittavia tuotteita voitaisiin saada halvemmalla tai ilmaiseksi lainaan.

Käsiä ja päitä hommiin on hyvä olla aina lisää. Tietysti jokainen järjestäjä maksaa hie-
man niin sanoisin, että on ja ei.

Ei. Markkinointi on ensimmäinen mistä leikataan pois ja toivon, että jatkossa olisi enem-
män niin voidaan tuottaa tarkempaa markkinointia rahallisesti. Myös markkinointia varten
tehtävien materiaalien ja muiden tuottaminen maksaa.

Kiskalle olisi ollut tietysti kiva olla kaikkea lisää, mutta hyvin pärjättiin niillä mitä oli. Ra-
halle tietysti löytyy aina käyttöä parantaakseen pistetä

Pelien hankkimiseen aina voisi olla enemmän budjettia. Joku muu uhrautunut tuomaan
omat laitteet välillä

Valot maksaa eli saa laittaa budjettia lisää

Rakennustiimille lisää laitteistoa siirtämään tavaraa edes takaisin

Kaikki tarpeellinen on löytynyt

Piuhat riittäneet aina eli on

ei ****ssa. oispa ***** ees mitään budjettia ettei tarvis rautaa kaivaa ser-jätteestä.

12. Vapaa sana

:)

Kiitos kyselyn pitäjälle!

Kehitystä miettiessä on tärkeää myös muistaa onnistumiset ja kaikki hyvä, mitä ollaan
saatu aikaan. Kannattaa olla ylpeä tekemisestä vaikka haetaan kehitystä ja kasvua.
Lähdimme suunnittelemaan viiden 15-vuotiaan nuoren kassa tapahtumaa ilman mitään
aikaisempaa kokemusta. saimme lan-tapahtumamme onnistumaan aivan täydellisesti.
Tavoitteet seuraavaan tapahtumaan ovat korkealla. Pyrimme tekemään tulevaisuudessa
yhden isoimmista laneista Suomessa. Electrolanien järjestämisessä olemme päässeet
kokemaan kaikenlaista.

Hauki on kala.

Tapahtuman järjestäminen on parasta, kun se järjestetään yhdessä hyvän porukan kes-
ken. Eli tiimihengen tulee olla hyvällä mallilla.

Lavatyö poikkeaa muunlaisesta tapahtuman vastaavan työstä huomattavasti. He näky-
vät lavalla pelaajien takana ja samalla tekevät töitä lavan takana. Moni ei tiedä mikä hei-
dän oikea tarkoitus on ja heitä usein verrataan lavan tuomariksi. Tämä ei periaatteessa
ole väärin, tosin työnkuva sisältää paljon muutakin kuin tuomaroinnin.

Rakkaudesta lajiin tätä on aina tehty ja varmaan tullaankin tekemään, kunnes esport ym-
päriille alkaa kertyä rahaa enemmän henkilöstön puolesta.

Mielenkiintoista tapahtumia on markkinoida, mutta tuntuu aina kaiken tulevan sitten sen
niskaan, joka sitä lähtee tekemään. Luullaan, että kun isketään sosiaaliseen mediaan
muutama julkaisu niin sali on täynnä. Tämä ei vastaa todellisuutta ollenkaan ja haastavin
osa-alue tapahtumien kannalta. Tapahtuma voi olla hyvä, mutta tarvitaan ihmisiä kerto-
maan siitä eteenpäin

Pitäkää hyvä meno yllä! Varmasti vaikeata olla järjestää tapahtumia koronan takia :(

Ei muuta sanottavaa. Tsemppii tapahtumien kanssa

Näin eläköityneenä tapahtumajärjestäjänä seuraan innolla miten seuraavat tapahtumat
tulee kehittymään

Toivottavasti olette saaneet lisää logistiikkaa tavaroiden kuljetukseen

lycka till. tapahtumissa missä olen ollut mukana on kiinnitetty enemmän huomiota "mitä
muut ajattelee ja tekee" vs "mitä me halutaan osallistujan kokea". pelkällä lukujen

tuijottelulla ja tulostavoitteellisuudella saadaan tasapaksua tuotetta. pitäis rohkeasti kokeilla _uusia_ asioita vaikka ne menis aivan **** vihkoon.