



TAMPEREEN  
AMMATTIKORKEAKOULU

LIIKETALOUS

OPINNÄYTETYÖRAPORTTI

ELÄMYKSELLISEN TAPAHTUMAN TUOTTAMINEN YRITTÄ-  
JYYDEN VALMENNUSKESKUS VOIMALALLE

Salla Katavisto  
Susanne Mäenranta

Liiketalouden koulutusohjelma

Tammikuu 2008

Työn ohjaaja: Pietro Albanese



<b>Tekijät:</b>	Salla Katavisto Susanne Mäenranta	
<b>Koulutusohjelma:</b>	Liiketalouden koulutusohjelma	
<b>Opinnäytetyön nimi:</b>	Elämyksellisen tapahtuman tuottaminen yrittäjyyden valmennuskeskus Voimalalle	
<b>Title in English:</b>	The production of experiential event to Voimala, a training centre of entrepreneurship	
<b>Työn valmistumis- kuukausi ja -vuosi:</b>	Tammikuu 2008	
<b>Työn ohjaaja:</b>	Pietro Albanese	<b>Sivumäärä:</b> 66

---

## TIIVISTELMÄ

Yrittäjyyden valmennuskeskus Voimala on Tampereen ammattikorkeakoulussa syksyllä 2007 käynnistetty hanke. Hankkeella pyritään konkreettiseen yrittäjyyskasvatukseen eri koulutusasteiden välillä.

Tämän työn tarkoituksena oli järjestää tapahtuma, tarkemmin määriteltynä seminaari, jonka avulla Voimalan tunnettuutta haluttiin kasvattaa sen asiakaskunnan keskuudessa. Asiakaskunta koostui lähinnä Pirkanmaan toisen asteen koulutuksen päättäjistä, opettajista ja rehtoreista. Tarkoituksena oli myös herättää keskustelua yrittäjyyskasvatuksen tarpeesta, ja miten sitä voidaan jatkossa levittää isomman yleisön tietoisuuteen.

Tapahtumaksi valitsimme seminaarin elämyksellisyyden näkökulmasta. Seminaari tuotettiin pitkälti projektiluontoista työskentelyä hyväksi käyttäen. Projektityöskentely on perua ProAkatemialta, jossa asiakasprojektit suoritetaan aina projektityöskentelyn mallia noudattaen.

---

**Avainsanat:** Tapahtuma, projektinhallinta, projektityöskentely, elämys

**Writers:** Salla Katavisto  
Susanne Mäenranta

**Study programme:** Business economics

**Title of thesis:** Elämyksellisen tapahtuman tuottaminen yrittäjyyden valmennuskeskus Voimalalle

**Title in English:** The production of experiential event to Voimala, a training centre of entrepreneurship

**Month and year of Completion:** January 2008

**Supervisor:** Pietro Albanese **Number of pages:** 66

---

## TIIVISTELMÄ

Voimala, a training centre of entrepreneurship, is a project launched in fall 2007 in the University of Applied Sciences. The project aspires to concrete education of entrepreneurship between the different educational structures.

Aim to this task was to product an event, more closely a seminar, to make the project mark in its own customers. Customers were mainly upper secondary school's and vocational school's decision-makers, headmasters and teachers. The aim was also to provoke thoughts from the need of education of entrepreneurship and it can be spread to the knowledge of wide audience.

We chose to product an event in the experience point of view. The seminar was produced using the methods of a project work and project management. Project work is used in ProAcademy, where all the client production is accomplished using the project work.

---

**Key words:** Event, project management, project work, experience

## Sisällysluettelo:

1	TAUSTA.....	6
1.1	Johdanto.....	6
1.2	Toimeksiantaja .....	7
1.3	Työn tarkoitus.....	8
1.4	Tausta ja tarve.....	9
2	SUUNNITTELUVAIHE .....	11
2.1	Tapahtumamarkkinointi .....	11
2.2	Miksi tapahtuma .....	12
2.3	Miksi elämyksellinen tapahtuma.....	13
2.4	Tapahtuma projektina.....	15
2.5	Projektin määritelmä .....	16
2.6	Ideasta projektisuunnitelmaksi .....	17
2.6.1	Tavoitteet .....	18
2.6.2	Teema.....	19
2.6.3	Asiakkaat.....	21
2.6.4	Ajankohta .....	21
2.6.5	Paikka.....	22
2.6.6	Seminaarin ohjelma.....	23
2.6.7	Projektin SWOT.....	25
2.6.8	Budjetti.....	28
3	TOTEUTUSVAIHE.....	30
3.1	Projektin organisointi .....	30
3.2	Projektijohtaminen .....	31
3.3	Palaverit ja muistiot.....	32
3.4	Tiedottaminen.....	32
3.4.1	Ulkoinen tiedottaminen ja kutsut .....	33
3.5	Elämyksellisyyden toteuttaminen seminaarissa .....	36
4	PÄÄTTÄMINEN.....	41
4.1	Projektin päätöskokous.....	41
4.1.1	Palaute toimeksiantajalta.....	42
4.1.2	Palaute projektiryhmältä .....	42
4.1.3	Palaute osallistujilta .....	43
4.1.4	Palautteesta oppiminen.....	46
4.2	Projektin loppuraportti .....	46
5	YHTEENVETO .....	48

6	LÄHTEET.....	49
7	LIITTEET .....	52

# 1 TAUSTA

## 1.1 Johdanto

Erilaisia tapahtumia on järjestetty kautta aikojen ja tullaan tulevaisuudessa järjestämään varmasti vielä enemmän. Tämä opinnäytetyöraportti käsittelee tapahtuman tuottamista pitkälti projektiluontoista työskentelyä hyväksi käyttäen. Projektimuotoiseen työskentelyyn päädyttiin, sillä tapahtuman tuottaminen tarvitsi vahvaa suunnitelmallisuutta taustalle onnistuakseen. Projekti päätettiin jakaa kolmeen suurempaan kokonaisuuteen: suunnitteluun, toteutukseen ja päätökseen. Projektia varten laadittiin projektisuunnitelma aikatauluineen, jotta työn toteutumista voitiin paremmin seurata, sillä kokonaisuudessaan projektille oli aikaa kolme kuukautta.

Tämä opinnäytetyöraportti käsittelee lisäksi tapahtuman tuottamista elämyksellisyyden näkökulmasta, sillä liekö syynä uusi trendi vai uusi suuntaus palvelukulttuurin kehitykselle, elämykset ja elämyksellisyys ovat viime aikoina nousseet esille monessakin yhteydessä. Eritoten markkinointiin ja palvelukulttuuriin liitetään jo vahvasti elämyksellisyyttä, sillä se koetaan vahvaksi, raikkaaksi ja uudeksi kilpailueduksi.

Projektiryhmä päätyi ratkaisuun, jonka mukaan elämyksellisyyttä lähdettiin tavoittelemaan seminaarissa Pinen ja Gilmoren kirjan, Experience Economy, mukaisesti. Sen lisäksi, että projektiryhmä toivoi asiakkaidensa saavan vastinetta ajalleen, he toivoivat asiakkaiden tunteiden ja aistien herättävän heissä esiin jotain yksilöllistä sekä omaa. Opinnäytetyön pohjana on vahvasti haluttu korostaa kansantaloutemme kehitykseen vaikuttavaa tekijää, josta ennustetaan palvelukulttuurimme kehityssuunnan näyttäjää. ”Tietoyhteis-

kunta meni jo, eläköön tarinayhteiskunta!” (Alanen 2007)

## 1.2 Toimeksiantaja

Toimeksiantajana opinnäytetyössä toimii yrittäjyyden valmennuskeskus Voimala. Voimala on Tampereen ammattikorkeakoulussa syksyllä 2007 käynnistetty hanke, jolla pyritään konkreettiseen yrittäjyyskasvatuksen koulutusyhteistyöhön eri koulutusasteiden välillä. Yrittäjyyden valmennuskeskus Voimalan toiminta-ajatuksena on tarjota yrittäjyyden valmennusta toiselle asteelle, ammattikorkeakouluille ja yliopistoille, ja siten edistää voimakkaasti nuorten yrittäjyyttä Pirkanmaalla.

Voimala on perinteisiä koulutusaste- ja koulutusalarajoja rikkova hanke. Voimalassa pirkanmaalaisille nuorille, koulutusasteesta riippumatta, tarjotaan innovatiivista yrittäjyyden koulutusta ja luodaan myönteisiä mielikuvia ja kokemuksia yrittäjyydestä. Voimalassa nuori kulkee ”yrittäjyyden polkua”, joka alkaa toiselta asteelta, ja voi jatkua joko yrittäjänä tai yrittäjyyden korkeakouluopintoina ammattikorkeakoulussa tai yliopistossa. Voimalassa tuetaan nuoren yrittäjäksi kasvua eri vaiheissa.

Voimalan oppimiskäsitys perustuu tekemällä oppimiseen ja tiimioppimiseen eli hankkeessa oppiminen tapahtuu esimerkiksi projektien avulla. Käytettävät menetelmät ovat käytössä Tampereen ammattikorkeakoulun yrittäjyyden yksikössä ProAkatemiassa ja ne ovat tuottaneet erittäin hyviä tuloksia. Voimala-hankkeen perustajat ja valmentajat toimivat tällä hetkellä ProAkatemian nuorten yrittäjien valmentajina.

Voimala-hankkeen pilottikoulutukset käynnistyivät syksyllä 2007. Pilotteina käynnistettiin kaksi tamperelaisille lukioille suunnattua opintokokonaisuutta. Rahoitusta hanke on saanut Luova Tampere-hankkeelta ja Tampereen ammattikorkeakoululta. Voimala-hankkeen tarkoituksena on laajentua seudulliseksi hankkeeksi pilottien jälkeen. (haastattelu Tiina Lindberg 28.8.2007)

### **1.3 Työn tarkoitus**

Opinnäytetyön tarkoituksena oli järjestää Voimala-hankkeelle seminaari, jossa Voimala-hanke esittäytyi Pirkanmaan toisen asteen koulutuksen rehtoreille ja yrittäjyyskasvatuksesta kiinnostuneille opettajille ja lehtoreille. Toimeksiantona ja tapahtuman taustalla oli tutustuttaa tapahtumaan osallistuvat henkilöt Voimalan perusajatukseseen, opetus- ja oppimismetodeihin, valmentajiin ja apuvalmentajiin sekä työtiloihin. (Haastattelu Tiina Lindberg 28.8.2007)

Opinnäytetyön tavoitteena oli myös selvittää seminaarin avulla Pirkanmaan alueen toisen asteen koulujen päättäjien (rehtorien) mielipiteitä ja toiveita yrittäjyyskasvatuksen suhteen, kuten mitä rehtorit toivovat yrittäjyyskasvatukselta ja miten he aikovat toteuttaa yrittäjyyskasvatusta omassa koulussaan. Seminaari järjestettiin proAkatemian tiloissa perjantaina 16.11. 2007.

## 1.4 Tausta ja tarve

Yrittäjyyskasvatus on viime vuosina ollut suuri puheenaihe hallitus- ja ministeriötasolla. Opetusministeriö on korostanut halukkuuttaan kehittää ja vahvistaa myönteistä yrittäjyyskasvatusta oppilaiden ja opiskelijoiden keskuudessa. Yritystoiminnan tuntemusta on haluttu ja halutaan edelleen lisätä ammatinvalinnanohjauksen yhteydessä ja jatko-opinnoissa. Lisäksi opetusministeriö on maininnut yhteistyön koulutuksen ja työelämän sekä opettajien, oppilaiden ja opiskelijoiden, yrittäjien ja muiden asiantuntijoiden välillä olevan tärkeyttä. Opetusministeriö on toivonut, että kouluissa ja oppilaitoksissa kehitettäisiin yrittäjyyteen kannustavia opetusmenetelmiä, kuten projektityöskentelyä. (Pihkala 7.4.2004, tiedote) Myös vuoden 2007 hallitusohjelmassa on maininta, jonka mukaan ”hallitus jatkaa toimia yrittäjyyskasvatuksen monipuolistamiseksi ja laajentamiseksi kaikilla koulutusasteilla”. (Pääministeri Matti Vanhasen II hallituksen ohjelma 2007)

Voimala-hanke vastaa omalta osaltaan ministeriön ja hallituksen halukkuuteen kehittää ja lisätä yrittäjyyskasvatusta oppilaitoksissa. Vaikka ministeriö ja hallitus puoltavatkin yrittäjyyskasvatuksen kehittämistä ja vahvistamista, on koulujen vastaanotto Voimala-hankkeelle ollut hitaasti etenevää. Vastaanotto hankkeelle on ollut hyvä, mutta Voimala halusi lähestyä niitä tahoja, jotka voisivat olla kiinnostuneita Voimalan tarjoamasta yrittäjyysvalmennuksesta, erilaisen näkökulman tavoin.

Voimala-hankkeen käyttämät opetus- ja oppimismetodit ovat uuden aikaisia ja tehokkaita metodeja. Voimalassa ei tentitä opittua asiaa, vaan kaikki tieto luetaan kirjoista, keskustellaan tiimin kesken ja viedään opittu teoria käytäntöön projektin muodossa. (ProAkatemian kotisivut 2007)

Voimala haluaa näyttää todelliset voimavaransa ja osaamisensa, luoden positiivista mielikuvaa yrittäjyyteen ja yrittäjyyskasvatukseen. Hanke tarvitsi uudenlaisen ja tehokkaan näkökulman, jonka avulla pystyttiin tuomaan Voimala toisen asteen oppilaitoksien päättäjien tietoisuuteen myönteisellä tavalla. Koska elämys on viime aikoina noussut tärkeäksi näkökulmaksi liiketoiminnassa, Voimala päätti ottaa sen näkökulmaksi omassa markkinoinnissaan.

## 2 SUUNNITTELUVAIHE

### 2.1 Tapahtumamarkkinointi

Yksi tehokkaimmista ja mieleenpainuvimmista markkinoinnin keinoista on tapahtumamarkkinointi. Koska kyseessä on hyvin vaikuttava keino, voi sitä käyttää niin asiakasmarkkinointiin kuin henkilöstön motivointiin. Tapahtumamarkkinointi on myös hyvä keino käsitellä vaikeita ja laajoja asiakokonaisuuksia puuduttamatta potentiaalisia ja nykyisiä asiakkaita. (Show Companyn kotisivut 2007)

Tapahtumamarkkinointi määritellään kokemukselliseksi markkinointitoimenpiteeksi, jossa yritys kohtaa asiakkaansa ja muut sidosryhmänsä ennakkoon suunnitellussa tilanteessa ja ympäristössä. Tapahtuma voidaan luonnehtia olevan osa yrityksen markkinointiviestintää, jonka avulla yritys tuodaan lähemmäksi asiakkaita. Esimerkiksi myyntijohtaja Oskar Vahervuori Seikkailu Oy:stä on sanonut, että tapahtumamarkkinointi on tehokasta silloin, kun halutaan sitouttaa asiakas yritykseen ja saada kohderyhmä omalle puolelleen. (Muhonen & Heikkinen 2003: 41-42)

Tapahtumamarkkinoinnin tulisi tukea markkinoinnin strategisia keinoja (Muhonen & Heikkinen 2003: 44). Muhonen ja Heikkinen (2003: 45) toteavat, että tapahtumamarkkinointi erillisenä markkinointivälineenä ei ole tehokasta. Yrityksen markkinointiviestintää ei myöskään tulisi jättää ainoastaan tapahtuman varaan. Tapahtuman tulisi tuottaa positiivista tulosta yrityksen liiketoimintaan ja sitä kuului pitää suhdetoiminnan tärkeimpänä työkaluna (Muhonen & Heikkinen 2003: 57).

## 2.2 Miksi tapahtuma

Tapahtumamarkkinoinnin suuri vahvuus on kasvokkaisviestinnässä. Nykypäivänä markkinointi on lisääntynyt ja aiheuttaa tietotulvaa niin paljon, että kaikki markkinointikeinot eivät enää lyö itseään läpi halutulla tavalla. Tapahtumamarkkinointi sen sijaan tuo ihmiset saman katon alle ja antaa mahdollisuuden vuorovaikutukseen ja sen syventämiseen. Tapahtumamarkkinointi on henkilökohtaista ja intensiivistä, joten markkinointiviesti on lähempänä ja helpommin omaksuttavissa (Vallo & Häyrinen 2003: 26-27,51)

Hankkeen erilaiset ja uudet oppimismetodit ja keinot on koettu alusta asti hankaliksi selittää, joten parhain tapa tuoda Voimala lähemmäksi potentiaalisia asiakkaita oli kutsua asiakkaat Voimalan synnyin sijoille, ProAkatemialle. Tapahtuman määritelmä itsessään jo puoltaa Voimala-hankkeelle suunnattua markkinointikeinoa, sillä Voimalan oppimismetodit perustuvat dialogiin, ihmisten vuorovaikutukseen ja asian syventämiseen, kasvokkaisviestintään.

Tapahtumaa mietittäessä on hyvä lähteä siitä, miksi tapahtuma halutaan järjestään. Halutaanko esimerkiksi viihdyttää asiakasta, kohottaa organisaation imagoa tai taloudellista tulosta. Tämän jälkeen on tärkeä miettiä tapahtuman luonne. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002: 36)

Koska tapahtumien kirjo on suuri, piti järjestäjien löytää oikeanlainen tapahtuma kuvaamaan Voimalaa parhaiten. Järjestäjät päätyivät seminaariin, sillä tapahtuman luonteella haluttiin viestittää osallistujille Voimalan vahvaa osaamis- ja asiantuntijataustaa sekä haluttiin luoda osallistujille jotakin arvokasta, josta on tulevaisuudessa hyötyä. Seminaarin luonne itsessään antoi myös mahdollisuuden seminaariin osallistuvien verkostoitumiseen.

## 2.3 Miksi elämyksellinen tapahtuma

Palvelukulttuuri on kohdannut huippunsa ja on väistämätöntä, etteivät tuotteet ja palvelut itsessään enää riitä (Pine & Gilmore 1999: 11). Tapahtuman tarvitsee tuottaa osallistujalleen lisäarvoa, jotta se katsotaan onnistuneeksi ja merkitykselliseksi (Vallo & Häyrinen 2003: 269). Jo suunnitteluvaiheessa on hyvä lähteä miettimään, miten rikkoa markkinoinnin rajoja. Tapoja rajojen rikkomiseen on monia, yksi tapa on miettiä asioita aivan uudella tavalla, vaikkapa käänteisesti, ja välttää perinteisiä ajattelutapoja mahdollisimman paljon. (Johansson 2006: 45)

On havaittu uusi suuntaus, elämyksellisyys. ”Nykyaikainen kaupunkilainen on yhä useammin kulutushedonisti ja omaperäinen nautiskelija, joka ostaa tavaroiden sijasta elämyksiä ja aineettomia hyödykkeitä” toteaa Sam Inkinen artikkelissaan ”Elämys -trendi tuli jäädäkseen” (Inkinen 2007). Inkinen ei ole ainoa, joka puhuu aikakautemme nousevasta aiheesta, elämyksestä ja sen liittämistä osaksi palvelukulttuuriamme, ostokäyttäytymistämme ja talouttamme, sillä elämyksistä puhutaan nyt enemmän kuin koskaan. On jopa sanottu, että monet tuotteet ovat juuri viime vuosikymmeninä menettäneet pelkkään käyttöön liittyvää merkitystään, ja niiden elämyksellinen merkitys on vastaavasti lisääntynyt. (Alanen 2007) Eri-tyisesti yritykset ovat huomanneet kasvavan kysynnän ja hyödyntävät elämyksellisyyttä, sillä elämyksellisyys on muistettavaa ja arvokasta. Pääsääntöisesti kaikki hyödykkeet ovat avoimia kaikille, mutta elämykset ovat yksilöllisiä ja omia, mikä nostaa elämyksellisyyden arvoonsa. (Pine & Gilmore 1999: 11-12) Pine ja Gilmore toteavat myös, että elämyksellisyyttä käytetään ja siihen pyritään aina

silloin, kun yritys haluaa sitouttaa asiakastaan yksilöllisesti ja muistettavalla tavalla. (1999 :3)

Mutta mitä sitten on elämyksellisyys ja milloin se syntyy? Tilastokeskus määrittelee elämyksen lyhytaikaiseksi vaikutukseksi, joka koskettaa yksilöä voimakkaasti. Mikäli elämys kestää pidempään, voidaan puhua kokemuksesta ja vieläkin pidemmän ajanjakson kohdalla jopa muutoksesta. (Alanen 2007)

Elämyksellisyys määritellään syntyvän silloin, kun ihminen sitoutuu henkisellä, fyysisellä, tunteellisella ja/tai älyllisellä tasolla. Näin ollen kukaan ei voi kokea samaa kuin mitä toinen ihminen kokee. (Pine & Gilmore 1999: 11-12) Tätä asiaa puoltavat myös Vallo ja Häyrinen (2003: 63), sillä heidän mielestään elämyksellinen tapahtuma syntyy kun saadaan aikaan tunteita. Mitä tehokkaammin elämys valloittaa asiakkaan aistit, sitä paremmin elämys muistetaan. Jo yksi pienikin aistimus voi nostaa palvelun elämyksen tasolle. (Pine & Gilmore 1999: 59)

Nämä asiat on hyvä muistaa tapahtumaa suunniteltaessa, sillä tapahtuman ei tarvitse aina olla pelkkää asiaa; pienet huomionosoitukset, yllätykset, vitsit ja muut vastaavat, ilahduttavat ja luovat positiivisia tuntemuksia. (Vallo & Häyrinen 2003: 63) Elämyksellinen tapahtuma saattaa koostua monesta eri osasta, riippuen tapahtuman tavoitteesta, osallistujista ja ideasta. Tärkeintä kuitenkin on, että osaset on linkitetty toisiinsa ja kokonaisuus on yhtenäinen. (Vallo & Häyrinen 2003: 92)

Myös Muhonen ja Heikkinen ottavat kantaa elämyksellisyyteen ja sen syntymiseen tapahtumissa kirjassaan kohtaamisia kasvokkain. Tärkein elämyksellisyys syntyy Muhosen ja Heikkisen mielestä vaatimattomasti silloin, kun asiakas kokee tapahtuman hyväksi ja on saanut ajalleen vastinetta. (Muhonen & Heikkinen 2003: 42)

## 2.4 Tapahtuma projektina

Yleisölle järjestetyt tapahtumat voivat olla luonteeltaan hyvinkin erilaisia. Mahdollisuuksia on laidasta laitaan, muotinäytöksistä rekrytointitilaisuuksiin (Kauhanen ym. 2002: 23). Tapahtumia on järjestetty jo satoja, jopa tuhansia vuosia eri kulttuureissa. Nykypäivänä ne ovat iso osa yritysten liiketoimintaa ja ne toteutetaan useimmiten projektityöskentelyn periaatteita noudattaen. (Bowdin, Allen, O'Toole, Harris & McDonnell 2006: 30)

Erilaisuudesta huolimatta jokaista tapahtumaa yhdistää niiden monitahoisuus ja haaste pitää kaikki oikeat langat käsissä. Lisäksi tapahtumaa järjestettäessä tarvitaan asiantuntijuutta useilta eri aloilta aivan yksityiskohtia myöden, jolloin yhden henkilön panos ei millään riitä. Järjestelmällisesti toteutettu yleisötapahtuma tulisikin alusta alkaen toteuttaa projektityöskentelyä. (Kauhanen ym. 2002: 23)

## 2.5 Projektin määritelmä

Pitkän historian jo antiikin sotaretkien suunnitteluissa ja toteutuksissa omaava, latinan kielestä peräisin oleva sana, projekti, tarkoittaa ehdotusta tai suunnitelmaa (Kauhanen ym. 2002: 23). Projektin erottaa perinteisestä tuotantotyöstä alku ja loppu. Projektiksi määritellään projektiryhmän tuottama työkokonaisuus, jonka tavoitteena on aikaansaada määritelty kertaluontoinen tulos (Pelin 2004: 34). Työtapojen, kuten suunnitelmallisuuden sekä suunnittelun ja ohjauksen avuksi kehitettyjen menetelmien käyttö tekee työstä projektin (Pelin 2004: 26). Pelkällä nimityksellä projekti ei siis synny.

Projektit voivat olla hyvinkin erilaisia niin sisällöltään kuin luonteeltaan. Niitä voi esiintyä muun muassa yrityksen tuotannossa, hallinnossa ja markkinoinnissa. (Pelin 2004: 34) Projektin koko voi vaihdella pienestä suureen. Se saattaa koskettaa vain yhtä tai kahta henkilöä muutaman kymmenen euron budjetilla tai se voi koskettaa tuhansia ihmisiä miljoonien eurojen budjetilla. Myös projektin kesto voi liikkua tunneista vuosiin. (Newell & Grashina 2004: 1) ”Tärkein projektin määrittelevä seikka on ainutlaatuisuus. Projekti on kehityshanke, joka sisältää omat erityispiirteensä ja poikkeaa siten toisista vastaavista kehityshankkeista.” (Kettunen 2003: 16)

Projektille ovat ominaisia suunnitelmallisuuden ja ohjauksen lisäksi niiden helpotukseksi kehitetyt johtamismenetelmät. Vaikka suunnittelu on kovaa ponnistelua vaativaa työtä, pyritään jatkuvalla ohjauksella varmistamaan asetettuihin tavoitteisiin pääseminen. (Pelin 2004: 83) Projektin valvonta perustuu Pelinin mukaan projektisuunnitelmaan (2004: 85). Turhien resurssien ylläpito ei kuulu projektin luonteeseen, vaan tekijät varataan projektiin vain sen keston ajaksi, ja vapautetaan muihin projekteihin heti, kun työ on valmis. Projektin

käytössä voi myös olla alihankkijoita tai konsultteja. (Pelin 2004: 25)

Kaikille projekteille yhteisiä piirteitä:

- selkeä tavoite
- toiminnan ohjaus suunnitelmallisesti
- läpiviennistä olemassa oleva projektisuunnitelma
- projektiryhmän koonti, jolle jaetaan tehtävät ja vastuualueet
- ihmisten välinen yhteistoiminta
- aikataulun ja päättymispäivän asettaminen
- taloudellisten reunaehtojen asettaminen
- etenemisen ja tulosten seuranta

(Kettunen 2003: 15)

## 2.6 Ideasta projektisuunnitelmaksi

Projektin alussa tulisi laatia projektisuunnitelma, jotta suunnitelmallisuus toteutuisi projektissa. Suunnitelmaa aloitettaessa tulee projektin tavoitteet ja rajat olla selvillä, sillä projektisuunnitelma kertoo koska, miten ja kenen toimesta asetetut tavoitteet aiotaan saavuttaa. (Pelin 2004: 85 ja Kettunen 2003: 82)

Projektin suunnittelulla pyritään hakemaan ja tukimaan parhaita toteutusvaihtoehtoja ja -tapoja. Ratkaisevina kriteereinä ovat eri ratkaisujen ajalliset ja taloudelliset tulokset. Samalla pyritään kartoittamaan mahdollisia ongelmia ja riskejä sekä niille ratkaisuja. Lopputuloksen on oltava laatimishetken tietämykseen verrattava toteutamiskelpoinen suunnitelma. (Pelin 2004: 85 ja liite 1)

### 2.6.1 *Tavoitteet*

Yleisötapahtumaa ideoidessa ja valmistellessa, tulee tapahtuman tavoitteet miettiä tarkkaan. Tavoitteiden tulisi olla tasapainossa keskenään, minkä vuoksi koko tapahtuma olisi hyvä miettiä eri asiaryhmien ja kysymysten kautta. (Kauhanen ym. 2002: 35)

Tapahtumalla tulee olla selkeä tavoite mitä kohden kulkea, syy minkä takia tapahtuma järjestetään. Mitä selkeämpi tavoite tapahtumalle asetetaan, toisin sanoen, mitä paremmin tapahtuman järjestäjät tiedostavat, minkä takia tapahtuma järjestetään, sitä paremmin tavoitteen saavutusta pystytään mittaamaan tapahtuman jälkeen. (Vallo & Häyrynen 2003: 129-130) Tavoitetta mietittäessä tulee unohtaa omat mieltymykset ja keskittyä ajattelemaan, mitä asiakkaat haluaisivat, mistä he pitäisivät. (Vallo & Häyrynen 2003: 131)

Opinnäytetyön osa-tavoitteeksi oli asetettu selvitys siitä, mitä Pirkanmaan alueen toisen asteen koulujen päättäjien ja aiheesta kiinnostuneiden lehtorien

- mielipiteet ovat yrittäjyyskasvatuksesta/-koulutuksesta yleisellä tasolla
- mielipiteet ovat siitä, kuinka yrittäjyyskasvatusta/-koulutusta tullaan tulevaisuudessa toteuttamaan omassa koulussa/yrityksessä
- mielipiteet ovat Voimala-hankkeesta yleisesti

Tapahtuman tavoitteiksi asetettiin myös

- mielenkiinnon herättäminen seminaariin osallistujien keskuudessa yrittäjyyskasvatusta ja Voimalaa kohtaan
- uudenlaisen oppimistavan esittely konkreettisesti

- elämyksen tuottaminen
- onnistuneen tapahtuman tuottaminen

Kun projektia ollaan aloittamassa, on tapahtuman järjestäjän hyvä selvittää tilaisuuden ensisijaiset tavoitteet itselleen ja työryhmälle. Kun tavoitteet on sisäistetty, on tapahtumaa huomattavasti helpompi lähteä jatkosuunnittelemaan ja toteuttamaan. Näin ollen on helpompi miettiä käytännön toimia, joilla asetetut tavoitteet pyritään saavuttamaan. (Kauhanen ym. 2002: 45)

### **2.6.2 Teema**

Onnistuneessa tapahtumassa on sekä tunne että ajatus kohdallaan (Vallo & Häyrynen 2003: 119). Jotta ajatus saadaan kohdalleen, on ennen suunnittelun alkamista mietittävä tapahtuman teema. Pine ja Gilmore (1999: 46) puoltavat samaa asiaa puhuttaessa elämyksellisestä tapahtumasta; ensimmäinen askel on luoda teema, joka on hyvin määritelty.

Parhaimmillaan teema on kuin hyvin kirjoitettu kertomus, joka täydentyy vieraiden läsnäololla. Sopivan teeman kehittäminen elämykselle on haastavaa. Tärkeintä kuitenkin teemaa mietittäessä on määritellä, mikä on oikeasti valloittavaa ja mukaansatempaavaa.

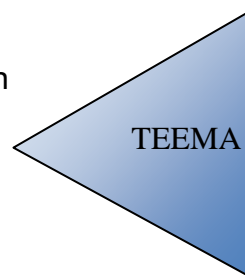
- Teeman tulisi muuttaa asiakkaan käsitystä realismista. Hyvä teema on jotain muuta kuin asiakkaan arkipäivää.
- Viehättävät teemat yhdistävät ajan, paikan ja asian kokonaisuudeksi.
- Teeman tulee sopia tapahtuman järjestäjän olemukseen.

(Pine & Gilmore 1999: 48-51)

Vallo ja Häyrinen puolestaan antavat viitteitä tapahtuman teemalle kolmio-kuvion mukaan. Kolmio on osa tapahtuman tuottamista ja näin olen projektipäällikön apu. Kolmiossa on kolme kysymystä, jotka osaltaan auttavat teeman rakentamisessa. (Vallo & Häyrinen 2003: 124)

Millainen on tapahtuman sisältö?

Miten tapahtuma toteutetaan  
ja miten tapahtuma  
resurssoidaan?



Kuka kantaa vastuun,  
kuka toimii isäntänä?

*Kuva 1. Tapahtuman teeman määrittely  
(Lähde: Vallo & Häyrinen 2003: 124)*

Tapahtuman teemaa mietittiin kauan, sillä teema oli se lähtökohta, millä elämyksellisyys saatiin mukaan osaksi seminaaria. Teemaa ei kuitenkaan haluttu erottaa kauaksi yrittäjyydestä ja yrittäjyyskasvatuksesta, sillä koko tapahtuma perustui asiasta puhumiseen ja sen tärkeyden korostamiseen. Lisäksi projektiryhmä halusi, että teeman avulla asiakkaille pystyttäisiin välittämään se ilo ja innostus, mikä projektiryhmällä oli ollut aina yrittäjyyden opintojen alkumetreistä asti. Teemaksi muodostui lopulta palo yrittäjyyteen. Teema tuntui

täydelliseltä ratkaisulta, sillä palo viittasi selkeästi innostukseen ja iloon ja tätä tuki selkeästi ProAkatemian punainen värimaailma. Lisäksi teema istui täydellisesti järjestäjien ajatusmaailmaan ja ole-mukseen, sillä kaikki henki yrittäjyyskasvatuksen puolesta puhumista. Palo sinänsä antoi lisäksi virikkeitä elämyksellisyyden korostamiseen.

### **2.6.3 Asiakkaat**

Jokaisella projektilla on yksi tai useampi asiakas. Yleensä asiakas on myös projektin tilaaja, mutta se voi olla myös loppukäyttäjä. Jo projektin suunnitteluvaiheessa on erittäin tärkeää ajatella asiakas-suuntaisesti eli mitä asiakas haluaa, ja toimia sen mukaisesti. (Kettunen 2003: 34-36)

Vaikka Voimala-hanke on pääsääntöisesti tarkoitettu kaikenikäisille ja kaikilla koulutusasteilla oleville nuorille, seminaarin kohderyhmää haluttiin rajata. Vieraksi valittiin pääsääntöisesti toisen asteen koulutuksesta Pirkanmaalla vastaavia rehtoreita ja opettajia sekä aiheesta kiinnostuneita lehtoreita. Kohderyhmää haluttiin pienentää seminaarijärjestelyistä johtuen. Syitä olivat tilan pienuus sekä asiakaskunnan keskittäminen.

### **2.6.4 Ajankohta**

Tapahtuman ajankohta määräytyy hyvin pitkälti asiakaskunnan ja tapahtuman luonteen mukaan, milloin se olisi asianmukaista järjestää (Kauhanen ym. 2002: 37). Ajankohdan valintaan vaikuttavat myös seminaarin perinteet, järjestäjien ja osanottajien loma-ajat, ti-

lojen saatavuus ja liikenneyhteydet (Kongressin järjestäjän opas 2007). On tiettyjä tapahtumia, joissa myös kellonajalla on suuri merkitys (Kauhanen ym. 2002: 37). Ennen kuin ajankohta lyödään lukkoon, on selvitettävä mahdolliset päällekkäisyydet muiden saman alan tapahtumien kanssa (Kongressin järjestäjän opas 2007).

Voimala-seminaarin asiakaskunta koostui lähinnä toisen asteen rehtoreista ja opinto-ohjaajista, aiheen ollessa osa heidän työtään. Ajankohtaa valitessa tärkeänä kriteerinä oli seminaarin sisällyttäminen osaksi heidän normaalia työaikaansa, jotta heidän oma vapaa-aikansa ei kulunut seminaarin vuoksi. Ajankohdan valinnassa ei epähuomiossa muistettu huomioida ylioppilaskirjoitusten tulosten julkistamisajankohtaa, mikä osaltaan verotti osallistujien määrää.

### **2.6.5 Paikka**

Tapahtumapaikka on hyvä valita jo suunnitteluvaiheen alussa, jotta ehditään miettiä eri vaihtoehdot, pyytää tarjoukset ja tehdä alustavat varaukset (Kongressin järjestäjän opas 2007). Tapahtumapaikan päättäminen on riippuvainen myös kohderyhmästä ja sen suuruudesta. On oleellista pohtia paikkaa kohderyhmän näkökulmasta. Onko paikka hyvin tavoitettavissa, riittävätkö lähialueen pysäköintitilat ja sisätilat. (Kauhanen ym. 2002: 38)

Voimala-seminaari päätettiin järjestetää proAkatemian tiloissa. Paikan valintaan oli monia positiivisesti vaikuttavia syitä. Tärkeimpänä koettiin, että osallistujien on mahdollista tutustua Voimalan tiloihin, jolloin yrittäjyyskasvatuskoulutuksen toimitilat tulevat tutuiksi ja luotettavuus kasvaa. Merkittävä kriteeri oli myös tilojen maksuttomuus ja keskeinen sijainti. ProAkademia sijaitsee Tampereen keskustas-

sa, aivan pysäköintimahdollisuuksien ja liikenneyhteyksien tuntu-  
massa.

### **2.6.6 Seminaarin ohjelma**

Seminaarin ohjelma haluttiin mielenkiintoiseksi, ajankohtaiseksi ja asiapainotteiseksi seminaariksi. Ohjelman suunnittelussa otettiin pääsääntöisesti huomioon tapahtuman tavoitteet. Koska seminaarissa yleensä pääroolissa ovat sen puhujat, aloitettiin ohjelman rakentaminen heitä miettimällä. Suunnitteluvaiheessa projektiryhmälle oli selkeää, että seminaarin asiapitoisuus tulisi näkyä seminaariohjelman sisällössä. Puhujiksi haluttiin vaikutusvaltaisia henkilöitä, jotka joko tukevat yrittäjyyskasvatusta/ -koulutusta omalla tahollaan jo nyt tai ovat selkeästi asiasta kiinnostuneita ja tietoisia yrittäjyyskasvatuksen tai yrittäjyyden merkityksestä. Lisäksi puhujia mietittäessä tuli ottaa huomioon heidän puheensa sisältö sekä puheen yhteensopivuus Voimalan esiintymisen ja puheenvuoron kanssa. Lisäksi suunnitteluvaiheessa tuli miettiä päivän kulku tarkkaan, jotta seminaarista ei tulisi liian raskas ohjelman puolesta. Tauot tuli siis suunnitella ja aikatauluttaa tarkkaan. (Ks. Liite 1: Projektisuunnitelma)

Ensimmäiseksi puhujaksi valittiin Irja Tulonen, Tampereen kaupungin apulaispormestari, joka on Voimala-hankkeen suojelija ja tukija. Arvovaltaisesta asemastaan johtuen, sekä tuestaan ja positiivisesta asenteesta yrittäjyyskasvatusta ja ProAkatemiaa kohden, oli hän selkeä valinta seminaarin puhujaksi. Tulosen puheenaiheeksi suunniteltiin yrittäjyyskasvatuksen merkityksestä kertominen, sillä puheenvuoro tuki Voimala-hankkeen mahdollisuutta vastata yrittäjyyskasvatuksen kasvavaan kysyntään.

Anna Sorainen, yrittäjä ja viestinnän asiantuntija, oli projektiryhmän toinen valinta seminaarin puhujaksi. Valintaa perusteltiin muun muassa sillä, että Soraisen kuluvan syksyn juontajan työ Leijonan kita-ohjelmassa Mtv3-kanavalla on luonut hänelle itselleen medianäkyvyyttä sekä mielenkiintoa häntä itseään kohden koko kansan silmissä. Sen lisäksi, että hän julkisuutensa takia luo kiinnostusta yleisöä kohden, on hänellä yrittäjä-tausta, kiinnostus yrittäjyyteen ja yrittäjyyskasvatukseen sekä vankka viestinnän asiantuntijuus. Soraisen puheenaiheeksi valittiin brändin merkitys yrityksissä ja yrittäjyydessä. Puheen sisältö tuki näin ollen päivän teemaa ja toi samalla asiantuntijan näkökulman päivän aiheeseen.

Ohjelmaa suunniteltaessa projektiryhmä toivoi, että Irja Tulonen avaisi seminaarin puheenvuorollaan ja Anna Sorainen puolestaan olisi ollut päivän pääpuhujana ja näin ollen seminaarin viimeinen esiintyjä. Projektiryhmä arveli, että Sorainen olisi seminaarin vetonaula, joten hänen esiintymisensä sijoittamisella pyrittiin välttämään asiakaskunnan kato seminaarin edetessä. Lisäksi Voimala haluttiin tuoda esille seminaarissa jo sen alkupuolella, sillä seminaari oli suunniteltu tuomaan Voimala esiin mahdollisimman tehokkaasti. Soraisen henkilökohtaisesta aikataulusta johtuen hänet jouduttiin kuitenkin sijoittamaan seminaarin toiseksi puhujaksi, jolloin Voimalan puheenvuoro siirtyi päivän loppupuolelle.

Aikataulullisista rajoituksista johtuen seminaarin alkupuolisko muodostui hyvin raskaaksi. Asiapitoisuutta pyrittiin kuitenkin keventämään tauoilla sekä runsaalla aamupalalla, jatkuvalla kahvituksella sekä humoristisilla ja kevyillä juonnoilla.

Seminaari-päivän runko suunniteltiin niin, että asiakkailla oli mahdollisuus lounastaa rauhassa seminaarin puolivälissä. Tällä ratkai-

sulla haluttiin antaa vieraille mahdollisuus verkostoitumiseen seminaarissa sekä ”hetki kerätä voimia ja sulatella seminaarista ammentamaansa uutta tietoa”.

Seminaaripäivän toinen puolisko jatkui lounaan jälkeen. Loppupäivän suurin kohokohta oli tietenkin Voimalan esiintyminen. Tavoitteiden pohjalta projektiryhmä päätyi myös ratkaisuun, jossa Voimalan opetusmetodeja pyrittiin tietoisesti tuomaan esille seminaariohjelman loppupuolella työryhmien muodossa. Työryhmien tarkoituksena oli esitellä Voimalan toimitiloja ja tutustuttaa kuuntelijakunta Voimalan dialogimuotoiseen oppimismetodiin. Seminaariin osallistujat jaettiin pienempiin ryhmiin, joissa Voimalan apuvalmentajat vetivät keskustelua yrittäjyyskasvatuksen merkityksestä. Työryhmien keskustelut kirjattiin ylös, jolloin Voimala sai arvokasta tietoa asiakunnastaan ja heidän mielipiteistään yrittäjyyskasvatusta kohtaan.

### **2.6.7 Projektin SWOT**

Tapahtuman tuottamisessa, kuten kaikissa projekteissa yleensä, on riskinsä epäonnistua. Projektiryhmä halusi järjestää onnistuneen tapahtuman ja ennakoida mahdolliset riskit ajoissa. Projektiryhmä otti avukseen niin sanotun SWOT-analyysin, jotta mahdollisilta epäonnistumisilta vältyttäisiin. (Ks. liite 1)

SWOT- analyysillä tarkoitetaan yksinkertaista analyysimenetelmää, jota kutsutaan myös nelikenttäanalyysiksi. Nimensä analyysi on saanut englanninkielisistä sanoista Strengths, Weaknesses, Opportunities ja Threats. SWOT- analyysissä tarkastellaan sisäisten ja ulkoisten tekijöiden kautta projektin olemassaoloa ja sen syitä. Sisäi-

siksi tekijöiksi lukeutuvat vahvuudet ja heikkoudet. Ne ovat tekijöitä, joihin projektiryhmä pystyy teoillaan itse vaikuttamaan. Vahvuudet ovat positiivisia tekijöitä, jotka auttavat saavuttamaan määritetyt tavoitteet ja päämäärät. Heikkouksilla on päinvastainen vaikutus, sillä ne taas estävät projektin menestyksestä edistymistä. Ulkoisia tekijöitä, jotka ovat vaikutusmahdollisuuksien ulkopuolella, ovat mahdollisuudet ja uhat. Mahdollisuuksia hyväksi käyttämällä projektin on mahdollisuus onnistua entistä paremmin. Mikäli uhat toteutuvat, projektin onnistuminen vaarantuu tai pahimmassa tapauksessa koko projekti lakkaa olemasta. (Yrittäjyysväylä)

	<b>Vahvuudet</b>	<b>Heikkoudet</b>
<b><i>Sisäiset tekijät</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tarve</li> <li>- Vahva proAkatemian verkosto</li> <li>- Osaaminen ja innostus</li> <li>- Maksuton</li> <li>- Kahvitarjoilu</li> <li>- Maksuton tila</li> <li>- Voimalan toimitilat tulevat tutuiksi potentiaalisille asiakkaille</li> <li>- Potentiaalisten asiakkaiden saaminen paikanpäälle</li> <li>- Paikanpäällä suosittelijoita -&gt; uskottavuuden luominen</li> <li>- Motivoituneet tekijät</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Voimalan heikko tunnettuus</li> <li>- Seminaari järjestetään arkipäivänä -&gt; työpäivä</li> <li>- Tilat (jos osallistujamäärä oletettua suurempi, tilat liian pienet)</li> <li>- Ulkoinen- ja sisäinen viestintä</li> </ul>
	<b>Mahdollisuudet</b>	<b>Uhat</b>
<b><i>Ulkoiset tekijät</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Seminaarin onnistuminen ja kiinnostuksen herättäminen yrittäjyyskasvatukseen ja Voimalaan</li> <li>- Asiakaskontaktit (mahdolliset tilaukset, kiinnostuksen kartoittaminen)</li> <li>- Voimala-tuotteen tunnettuuden lisääntyminen (myynti helpottuu)</li> <li>- Osallistujilla mahdollisuus vaihtaa ajatuksia kollegoiden kanssa</li> <li>- ProAkatemialaiset luovat positiivista mielikuvaa opetusmenetelmästä</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vähäinen osallistujamäärä</li> <li>- Puhujat sairastuvat/estyvät</li> <li>- Kahvitarjoilu (tarjottavat loppuvat kesken, jokin menee rikki)</li> <li>- Seminaari koetaan tylsäksi/hyödyttömäksi</li> <li>- Uskottavuuden puute</li> <li>- Kuuntelijoiden ”vanhanaikainen” ajatusmaailma</li> </ul>

Analyysin jälkeen projektiryhmä pyrki ottamaan riskit huomioon tapahtuman suunnittelun edetessä. Esimerkiksi viestintää pyrittiin tehostamaan, jotta asiakaskunta ei jäisi vähäiseksi. Lisäksi ohjelmas- ta pyrittiin kasaamaan mielenkiintoinen kokonaisuus, jotta asiakkaat eivät tylsistyisi.

### **2.6.8 Budjetti**

Tapahtumaa suunniteltaessa tulee ottaa huomioon järjestämisestä aiheutuvat kustannukset. Jotta budjetoinnista tulisi realistista, on hyvä tarkastella aikaisempia, samantyyllisiä tapahtumia ja ottaa mallia ja vinkkejä sieltä. (Vallo & Häyrinen 2003:165-167)

Voimala-seminaarin budjetoinnin laatiminen aloitettiin tarkastele- malla muiden proAkademia-opiskelijoiden järjestämiä tapahtumia ja niiden kustannusarvioita. Huomioon otettiin myös järjestäjien ko- kemukset tapahtumista, joihin on osallistuttu tai joita on järjestetty. Tarkastelussa otettiin huomioon niin pienten kuin suurtenkin semi- naarien budjetteja, esimerkiksi Visio-seminaarit 2006 & 2007 sekä Johtajuuden 360 astetta -seminaari. Lisäksi lähtökohdassa otettiin vahvasti huomioon Voimalan antama budjettikatto, 1 500 €.

Vaikka Voimalan määrittelemä budjetti oli suhteellisen realistinen pienen seminaarin järjestämiselle, oli se kuitenkin projektiryhmälle suuri haaste, sillä seminaarista haluttiin vaikuttava ja elämykselli- nen. Alustavaa budjettia lähdettiin laatimaan niiden perusasioiden pohjalta, jotka olivat tiedossa.

tilan vuokra 0€  
työntekijät/ ryhmien vetäjät 0€  
Voimalan puheenvuoro 0€  
seminaarikansiot 0€  
sähköisen kutsun laatiminen sekä lähetys 0€

Budjetoinnissa otettiin huomioon ainoastaan rahalliset kustannukset, aikakustannuksia ei otettu huomioon. Budjetin ollessa suhteellisen pieni, pyrittiin hyödyntämään ProAkatemian ja Voimalan verkostoja talkootyön keräämiseksi. Kustannuksia pienensi myös seminaaripaikan valinta sekä päätös siitä, että kutsut toteutetaan ja lähetetään sähköisesti.

Seminaariohjelmaan viitaten budjettiin tuli huomioida kahvitus suurena menoeränä. Vallo ja Häyrinen toteavat (2003: 167), että on eduksi, jos järjestäjillä on tietämystä kutsuttavien mieltymyksistä. Kohderyhmän ollessa selkeästi rajattuna, järjestäjät päätyivät panostamaan kustannuksissa kahvitukseen. Päätettiin, että kahvia on saatavilla koko seminaarin ajan sekä aamukahvilla on saatavilla kunnollinen aamupalasämpylä sekä iltapäiväkahvilla makea piirakka. Yhteensä kahvituksesta kertyi kustannuksia 350€ (sisältäen alv 22%). Kahvituspalvelu ostettiin osuuskunta Mengurulta. Toisena suurena menoeränä koettiin puhujien palkkiot.

Puhujien palkkiot 746,20€  
Lava, laitteet, tuolit 0€  
Kynttilät, pöytäliinat 10€  
Kahvitus 350€  
Pahviset somistukset, Kankaat 0€

## 3 TOTEUTUSVAIHE

### 3.1 Projektin organisointi

Projektin toteuttamista varten muodostetaan tarkoituksenmukainen projektiorganisaatio, jonka henkilömäärä vaihtelee projektin edetessä (Pelin 2004: 67). Projektiorganisaation valinta näyttelee tärkeää roolia projektin alkutekijöissä. On varmistettava resurssien riittävyys sekä luotava hyvä yhteistyöilmapiiri ryhmän jäsenten kesken. (Pelin 2004: 66) Henkilövalintoja tehdessä tulisi ottaa huomioon tehtävään hakevan henkilön kokemus sekä aikaisemmat näytöt. Yksinomaisena valintaperusteena ei saa olla pelkkä halu tai hetkellinen mielenkiinto. (Kauhanen ym. 2002: 31) Projektiryhmän jäsenen tulee olla yhteistyökykyinen sekä kiinnostunut toteuttamaan oman vastualueensa tehtävät. (Kauhanen ym. 2002: 33)

Koska Voimala-seminaari toteutettiin projektityöskentelynä, oli käytettävä organisointi projektiorganisaation mallin mukainen. Vaikka projektissa toimii yleensä yksi projektipäällikkö, Voimala-seminaarin esimiesroolissa oli kaksi projektipäällikköä, koska kyseiset henkilöt toteuttivat projektin opinnäytetyönään. Näin molemmat pysyivät ajan tasalla projektin edetessä, ja vastuun jakaminen helpottui.

Varsinaiset projektityöntekijät koostuivat Voimala-hankkeen kuudesta apuvalmentajasta sekä kahdesta proAkatemian opiskelijasta. Apuvalmentajien valinta ryhmään tapahtui yksinkertaisesti heidän osaamisestaan ja kiinnostuksestaan hanketta kohtaan koostuvista kriteereistä. Jokainen heistä työskentelee Voimala-hankkeen parissa osa-aikaisesti, jolloin heidän ammattitaitonsa seminaarin kantavan aiheen parissa voitiin luottaa.

## 3.2 Projektijohtaminen

Risto Pelin (2004: 25) määrittelee kirjassaan ”Projektinhallinnan käsikirja” projektijohtamisen yrityksen tai yhteisön toiminnan organisoimiseksi siten, että suurin osa työstä tehdään projektiryhmissä ja linjahenkilöstön määrä on pieni ja siinä on projektiorganisaatiota vastaavat käskysuhteet. Johtaminen vaatii, että projektin päällikkö on valmis projektin läpiviemiseksi käyttämään valtaa, joka hänelle on annettu (Kettunen 2003: 29).

Projekteilla tulee selkeästi olla joko henkilö tai ryhmä, joka toimii asettajana ja päättävät tapahtumasuunnittelun aloittamisesta sekä toimivat hankkeen rahoittajina. Asettaja nimeää yleensä yhden henkilön vastuuseen projektista eli projektipäälliköksi. Projektipäällikön tehtävänä on toimia johtoryhmän alaisuudessa ja johtaa muita ja heidän työskentelyään. (Kauhanen ym. 2002: 31) Projektipäällikön suoranaudessa alaisuudessa tekijöiden ei kuitenkaan tarvitse olla. (Pelin 2004: 25) Projektipäällikön vastuulla on projektin kokonaisuus ja onnistuminen, sekä johtoryhmän kanssa kommunikointi. (Kauhanen ym. 2002: 33)

Yleensä laajuudeltaan suurissa projekteissa käytetään johtoryhmää. Johtoryhmän tulee koostua henkilöistä, jotka ovat aiheesta kiinnostuneita ja joilla on projektille jotain annettavaa. Lisäksi ryhmä voi koostua yrityksen tai yhdistyksen hallituksen jäsenistä. (Kauhanen ym. 2002: 31) Johtoryhmä toimii projektin asettajan edustajana ja projektin korkeimpana päättävänä elimenä, jonka toimintaa ohjaavat asettajan antamat reunaehdot. (Kauhanen ym. 2002: 32) Voimala-seminaarin johtoryhmä koostui niin itse Voimalan avainhenkilöistä kuin aiheesta tietävistä ja kiinnostuneista.

### 3.3 Palaverit ja muistiot

Projektityöskentelyyn kuuluu olennaisena osana ryhmätyöskentely sekä yhteydenpito projektiryhmän ja sidosryhmien kanssa. Tämä edellyttää kokousten ja palaverien järjestämistä, jotta kaikki osapuolet pysyvät ajan tasalla ja työtehtävät ovat jokaiselle selkeät. (Ruuska 1999: 102)

Palaverit pidetään yleensä yhden tai kahden viikon välein ja niissä käydään projektipäällikön johdolla läpi projektin tilanne, joka laaditaan yleensä myös kirjallisena. Projektipalaverit eivät saisi kestää tuntia kauempaa ja ne tulisi järjestää aina samaan aikaan, jolloin jokainen voi varata ajan pidemmälle ajanjaksolle. Projektikokouksessa ei tehdä suunnittelu- tai toteutustyötä, vaan se toimii ainoastaan tilannekatsausta varten. Mikäli suunnittelulle tai toteutukselle tarvitaan lisäpalavereita, näistä voidaan sopia projektipalaverissa. Palaverien henkilömäärät tulee kuitenkin pitää mahdollisimman pieninä, jotta palaverit pysyvät tiiviinä ja asiapitoisina kokonaisuuksina. Myös mahdollisiin ongelmiin pyritään löytämään ratkaisut projektipalaverissa. (Ruuska 1999: 102-103)

### 3.4 Tiedottaminen

Projektityöskentelyssä tiedottamisen asema on merkittävä. On pysyttävä pitämään kaikki projektiin osallistuvat tahot tietoisina kaikista tapahtumista ja projektiryhmän on oltava tietoinen tehtävistään. Tehokkaita viestintätapoja on monia, kuten henkilökohtainen yhteydenotto ja puhelin, mutta yksi nykypäivän tehokkaimmista viestimistä on sähköposti. Sähköpostin edut tavalliseen postiin ja jopa puhelimeen verrattuna ovat sen nopeudessa sekä monen henkilön yhdistämisessä samalla viestillä. ( Ruuska 1999: 74-75)

Voimala-seminaarissa tiedottaminen hoidettiin pääasiassa sähköpostitse ja kasvotusten. Tämä johtui siitä, että projektiryhmän jäsenet näkivät toisiaan vähintään viikoittain, koska työskentelivät samoissa tiloissa proAkatemialla. Lisäksi tiedotettavat asiat olivat hyvin pieniä ja helppoja välittää projektiryhmän tietoisuuteen. Isot tiedotukset tulivat ajankohtaisiksi vasta tapahtumaa edeltävällä viikolla, jolloin kokosimme ryhmän yhteen.

### **3.4.1 Ulkoinen tiedottaminen ja kutsut**

Koska seminaari järjestettiin ainoastaan kutsuvieraille, ei ulkoista markkinointia tai mainontaa juuri käytetty. Tämä oli päätös, johon päädyttiin muun muassa sen takia, ettei sitä katsottu tarpelliseksi. Pääasiallinen tiedottaminen asiakaskunnalle tapahtui sähköpostitse kutsujen muodossa tai kasvotusten yhteistyökumppaneille.

Ulkoinen tiedottaminen tapahtumasta aiottiin toteuttaa ensin perinteisellä postitettavalla kutsulla. Tällä haluttiin luoda vaikutusta kutsuttaviin henkilöihin, herättää mielenkiintoa potentiaalisten asiakkaiden keskuudessa tulevasta seminaarista. Tapahtuman luonne kuitenkin määrittelee sen, millä tavoin tapahtumaan osallistuvat henkilöt halutaan kutsua. (Vallo & Häyrinen 2003: 137)

Vallon ja Häyrisen kommentti ”jokainen hukkaan mennyt postitus paitsi maksaa niin luo myös erittäin huonoa kuvaa järjestävästä organisaatiosta” (2003: 138) sai kuitenkin järjestäjien päät kääntymään. Näin ollen päädyttiin sähköiseen viestintään seuraavien argumenttien perusteella:

- Sähköinen kutsu on kustannustehokas tapa
- Sähköinen kutsu säästää aikaa (verrattaessa esimerkiksi postitettavaan kutsuun)
- Jokaiselta kutsuvieraslistaan merkityllä henkilöltä löytyi käytöstään sähköposti
- Mikäli sähköpostiosoite ilmenee virheelliseksi, tieto tulee lähettäjän sähköpostiin

On selvää, että toiset tapahtumat vetävät puoleensa enemmän osallistujia kuin toiset. Nykypäivän kiire ja valikoiman laajuus jouduttavat valikoitavuuden lakia. Koska aika ei enää riitä jokaiseen kutsuttuun tapahtumaan, asiakkaan on valikoitava, mihin aikaansa käyttää. Valikoitavuuteen vaikuttavat päällimmäisinä mielenkiinto sekä halu. (Vallo & Häyrinen 2003:140)

Koska kutsu haluttiin olevan teeman mukainen, Voimala-hankkeen ilmeen mukainen, kutsujen lähettäminen viivästyi. Koska ihmisten yleinen kiire ja halu tietää asioista ajoissa tiedostettiin, katsottiin tässä tilanteessa parhaaksi, että ennen virallisen kutsun lähettämistä lähetettäisiin kutsuttaville ennakkosähköposti. Tämä posti informoi kutsuttavia tulevasta tapahtumasta, sen sisällöstä ja ajankohdasta. Näin ollen järjestäjät saivat lisää aikaa varsinaisen kutsun lähettämiseen, mutta kutsuttavat eivät kärsineet informaation puutteesta.

Ennakkosähköposti oli sisällöltään informatiivinen. Viesti sisälsi päätösopetusministeriön sekä hallituksen toiveista kehittää yrittäjyyskasvatusta (ks. 1.4 tausta ja tarve). Viestissä kerrottiin myös lyhyesti Voimalasta sekä tulevasta seminaarista, missä ja milloin seminaari järjestetään, sekä ketkä seminaarissa on puhumassa.

Viestin sisältö rakennettiin niin, että asiakkaita haluttiin muistuttaa

tarpeesta yrittäjyyskasvusta kohtaan ja sen jälkeen tarjota heille helppoa, uutta ja mielenkiintoista ratkaisua. Viestin tavoitteena ei kuitenkaan ollut tyrkyttää Voimalan tarjoamaa palvelua, vaan osoittaa, että Voimalla osaa kuunnella asiakastaan ja ennen kaikkea sitä, mitä alalla tapahtuu. (Mattinen 2006: 108)

Kutsu tulee aina suunnitella mielenkiintoiseksi, jotta se herättää mielikuvia sekä halua osallistua seminaariin (Ks. liite 2). Tapahtuman kutsu on aina samalla esite tapahtumasta. Sen tulee myydä ja markkinoida tapahtumaa kutsun saaneille. (Vallo & Häyrynen 2003: 142-143)

Voimalla-seminaarin kutsu sisälsi informatiivisena osuutenaan tiedon, missä ja koska seminaari järjestetään. Kutsussa oli lyhyesti esitelty seminaarin ohjelma, ketä seminaarissa on esiintymässä ja mitä he puhuvat. Kutsussa haluttiin tietenkin korostaa seminaarin vetovoimaisinta puhujaa hänen medianäkyvyytensä sekä tunnettutensa johdosta, joten mukaan oli liitetty Anna Soraisen kuva herättämään mielenkiintoa seminaaria kohtaan. Lisäksi kutsuun lisättiin linkki, jonka kautta seminaariin oli mahdollista osallistua. Kutsu suunniteltiin avoimeksi, eli kutsussa oli tieto siitä, että kutsu ei ollut henkilökohtainen vaan seminaariin saivat osallistua kaikki kutsun saaneen yhteisöstä, mikäli he olivat kiinnostuneita yrittäjyyskasvatuksesta. Projektiryhmä päätyi niin sanottuun avoimeen kutsuun järjestäjän toivomuksesta. Tällä haluttiin antaa mahdollisuus niille henkilöille, jotka ovat kiinnostuneita yrittäjyyskasvatuksesta, mutta joista järjestäjä ei ollut tietoinen.

Kutsuja lähetettäessä tulee ottaa huomioon, että kaikki kutsutut eivät välttämättä pääse paikalle. Näin ollen kutsuttavien määrä voi olla suurempi kuin osallistujien määrä. Eri tapahtumat vetävät eri ihmismäärän paikalle ja tällaisen ihmismäärän arviointi voi olla vaikeaa. (Vallo & Häyrinen 2003: 140)

Voimala-seminaarin projektiryhmä päätti lähettää kutsun mahdollisimman monelle, sillä tietoa siitä, kuinka montaa ihmistä kyseinen aihe mahdollisesti kiinnostaisi, ei ollut. Voimala ja projektiryhmä olivat yksimielisiä siitä, että olisi parempi kutsua enemmän kuin mitä itse tilaisuuteen mahtuisi kutsuttavia. Lisäksi kutsuun liitettyllä ilmoittautumislomakkeella pyrittiin estämään liiallisen väen tulo pieneen tilaan.

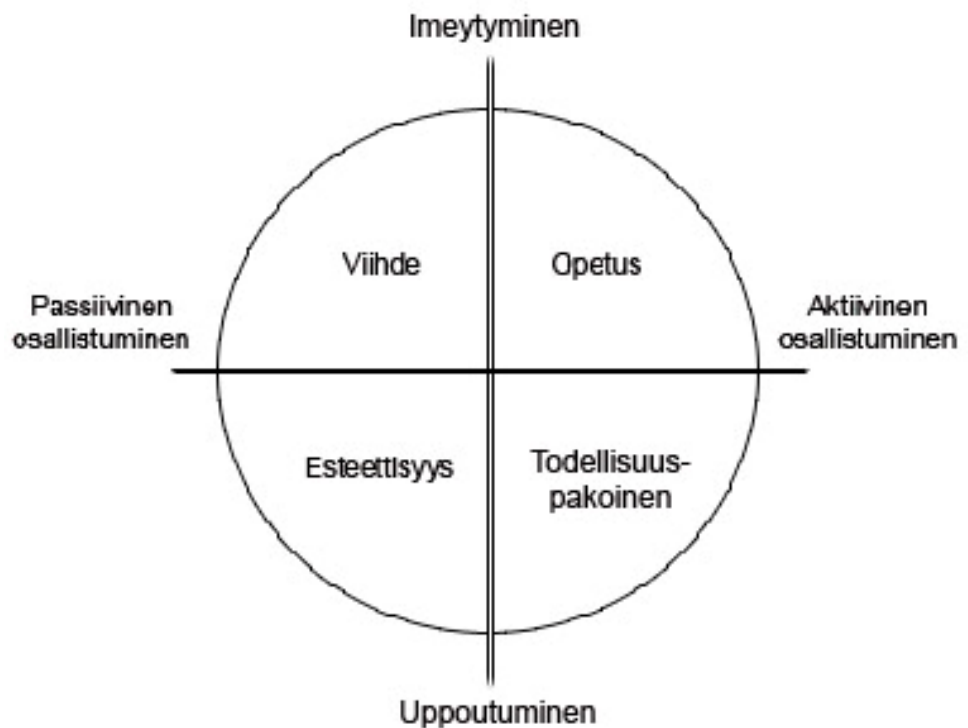
### **3.5 Elämyksellisyyden toteuttaminen seminaarissa**

Miten elämyksiä todella luodaan ja toteutetaan? Pääasiassahan elämysten tuottaminen on henkisen, mielikuvituksellisen ja innovatiivisen pääoman hyödyntämistä. (Laaksonen 2007) Tarssanen ja Snell (2007) kommentoivat artikkelissaan, ettei takeita elämyksellisyyden toteutumiseksi voida ikinä taata. Elämys on niin vahvasti sidoksissa yksilöön ja ympäristöön, ettei elämystä saada aikaan varmuudella. Yksilöllisellä ja huolellisella suunnittelulla voidaan kuitenkin parantaa todennäköisyyttä elämyksellisyyden syntymiselle.

Kuten tämän työn alkupuolella todettiin, onnistuneella tapahtumalla alkaa teeman rakentamisella. Teeman toteuttaminen on sidoksissa vahvasti myös elämyksellisyyteen. Alun perin Voimala-seminaarissa ja sen teemassa haluttiin hyödyntää Voimalan omaa ja uutta ilmettä. Valitettavasti ilme ei kuitenkaan ehtinyt valmistua

ajoissa, joten projektiryhmän oli tehtävä viime hetken muutoksia niin seminaarin ilmeen kuin teemankin suhteen. Seminaarissa päädyttiin hyödyntämään ProAkatemian ilmettä ja ilmeen mukaista teemaa. Ratkaisuun päädyttiin, sillä ilme kuvastaa yrittäjyyttä ja yrittäjyyskasvatusta ja lisäksi se antoi inspiraatiota projektin järjestäjille. Inspiraatio syntyi ProAkatemian ilmeen mukaisesta väristä, tumman punaisesta. Punainen väri kuvastaa vahvasti intohimoa, tunnetta, tulta ja liekkiä.

On hyvin yleistä, että nykypäivänä elämyksellisyys ja elämykset rinnastetaan virhellisesti ainoastaan viihteeseen ja viihdyttämiseen, sillä yksittäisiä kokemuksia on helppo luoda viihteen ja viihdyttämisen avulla. Elämyksellisyys on kuitenkin paljon muutakin kuin pelkän viihdykkeen lisäämistä tuotteeseen. Elämys on myös sitouttamista ja asiakkaan osallistuttamista itse tapahtumaan. Pine ja Gilmore kuvaavat elämystä ja sen ulottuvuuksia seuraavanlaisen kuvion avulla.



*Kuva 2. Elämysten ulottuvuudet  
(Lähde: Pine & Gilmore 1999: 30)*

Kuvan (kuva 2.) vaaka-akselilla kuvataan asiakkaan osallisuutta tapahtumaan ja näin ollen omaa vaikutusta elämyksellisyyden syntymiseen. Vasemmassa reunassa asiakas on passiivisesti osallinen eli hän ei vaikuta tapahtumaan. Kuvan oikeassa laidassa puolestaan hän on aktiivisesti mukana eli hän vaikuttaa tapahtumaan tai tapahtuman kulkuun. Pystyakseli puolestaan kuvaa yhteyttä tai ympäristöön aiheutuvaa suhdetta, joka yhdistää asiakkaan ja tapahtuman keskenään. Pystyakseli jaetaan imeytymiseen sekä uppoutumiseen. Imeytymistä tapahtuu lähinnä silloin, kun elämys itsessään tuodaan asiakkaan lähelle. Tällainen tapahtuma voi olla esimerkiksi videon katselu. Toinen ääripää elämyksen ja asiakkaan suhteesta ilmenee pystyakselin toisesta päässä. Tällöin elämystä ei tuoda asiakkaalle, vaan päinvastoin asiakas kulkeutuu elämykseen. Esimerkki tällaisesta syvällisestä elämykseen uppoutumisesta voisi olla esimerkiksi virtuaalipeliin osallistuminen, jolloin asiakas tekee itse oman elämyksensä itselleen. (Pine & Gilmore 1999: 29-31)

Kuvassa (kuva 2.) esiintyy myös elämyksellisyyden neljä osa-alueita. Nämä osa-alueet kuvaavat niitä asioita, joissa ihminen on altis kokemuksille. Näiden kokemusten keskipisteessä ihminen pääsee elämyksen todelliseen keskipisteeseen. (Pine & Gilmore 1999: 31) Voimala-seminaarista haluttiin luoda elämys, joka herättäisi tunteita, mielikuvia ja ajatuksia. Seminaarissa haluttiin päästä itse elämyksen syvinpään kohtaan, joten elämyksen neljää osa-alueita pyrittiin korostamaan koko seminaarin ajan.

Esteettisyys tuotiin esille tilassa ja sen somistuksessa. Yleensä seminaarin tila muodostuu lavasta, joka sijaitsee tilan etuosassa ja penkeistä, jotka sijaitsevat riveissä kohti lavaa. Voimala-seminaarissa pyrittiin erilaiseen ratkaisuun, sellaiseen, joka houkuttelisi ja antaisi esteettisyydellään osallistujalle virikkeitä. Lava muotoiltiin niin sanotusti catwalk-tyyppiseksi, eli pitkäksi lavaksi joka sijaitsi penkkien keskellä. Tällä ratkaisulla pyrittiin tuomaan seminaarin puhujat lähemmäs kuulijoitaan. Samaisella ratkaisulla saatiin aikaan myös se, että penkit sijoitettiin lavan ympärille, jolloin kutsuvieraat näkivät toiset kutsuvieraat kasvotusten. Penkkien rinkiäinen muodostelma korostaa samalla myös Voimalan oppimismenetelmää, jossa ”oppitunneilla” istutaan ringissä eikä riveissä kasvot kohti taulua.

Esteettisyyttä korostettiin lavan ja penkkien lisäksi myös somisteilla. Lava verhoitiin tumman punaiseksi, seinille askarreltiin pahvisia, ProAkatemian ilmeen mukaisia, yrittäjyyshenkisten nuorten silhuetteja, seminaaritalan takaosaan ja ikkunalaudoille aseteltiin pieniä tuikkuja kuvaamaan paloa ja innostusta, sekä lavan yläpuolelle aseteltiin pieniä pallovalaisimia luomaan tilaan valolla uutta ilmettä.

Opetus ja opettaminen tulivat seminaarissa esille puhujien puheen-

vuoroissa. Irja Tulosen, Anna Soraisen ja Voimalan osuuksista osallistujat saattoivat poimia jotakin uutta ja hyödyllistä, opettavaista.

Koska järjestäjät eivät halunneet seminaarista täysin asiapitoista ja he halusivat korostaa elämyksen kaikkia osa-alueita, lisättiin viihde osaksi seminaaria. Tämä osa-alue tuotiin esille videoiden, musiikin ja näytelmän avulla. Ohjelmaan upotettiin kaksi videonpätkää, jotka kumpainenkin esitettiin seminaarin toisessa osiossa. Ensimmäinen video oli Voimalan markkinointitarkoituksiin valmistettu videon pätkä ja toinen ProAkatemialta valmistuneen tiimin komedia-muotoinen pätkä ProAkatemian opiskelumuodoista. Ennen varsinaista ohjelman alkua sekä lounastauon jälkeen ennen seminaarin toista osuutta tila täytettiin musiikilla. Pienimuotoinen näytelmä taas esitettiin heti seminaarin alkuun. Näytelmä oli dialogimuotoinen, kahden henkilön improvisaatio, ja kertoi yrittäjyyskasvatuksesta.

Elämyksen viimeinen pala, eskapismi, todellisuuspakoinen elämys, tuotiin seminaariin työryhmien muodossa. Eskapismi voidaan luokitella vastakohtaksi viihteelle ja se vaatii täydellisen osallistujan huomion ja osallistumisen tilanteeseen. (Pine & Gilmore 2003: 33) Työryhmät otettiin osalliseksi seminaaria, sillä järjestäjät halusivat kuulla henkilökohtaisia mielipiteitä osallistujilta yrittäjyyskasvatuksesta, sekä samalla antaa mahdollisuuden osallistujien jakaa mielipiteitä keskenään, toisin sanoen tutustua dialogin maailmaan (Ks. liite 4). Osallistujat jaettiin kahteen ryhmään niin, että kummassakin ryhmässä oli tasapuolisesti sekä ProAkatemian oppilaita, Voimalan apuvalmentajia sekä kutsuvieraita. Työryhmien tarkoituksena oli herättää keskustelua ja samalla antaa osallistujille mahdollisuus luoda oma elämyksensä keskustelun voimalla.

## 4 PÄÄTTÄMINEN

### 4.1 Projektin päätöskokous

Projektityöskentelyssä on tyypillistä, että projektin päättymisen jälkeen sama ryhmä tuskin työskentelee yhdessä enää samalla kokoonpanolla. Projektipäällikön olisikin syytä koota koko ryhmä koolle varsinaisen työn päätyttyä. Kokouksessa jokainen voi kertoa tuntemuksiaan siitä, mikä meni hyvin ja mikä huonosti. Tällä tavalla saadaan projektipäällikön arvion lisäksi koko ryhmän näkemys siitä, miten yhteinen työrupeama sujui. Samalla projektipäällikkö saa lisää aineistoa loppuraportin työstämistä varten. (Ruuska 1999: 183)

Päätöskokouksen kantavina aiheina ovat projektin ja sen tulosten arviointi sekä jatkotoimenpiteiden käsittely. Projektia arvioidessa otetaan käsittelyyn edistymisen, resurssien ja budjetin arviointi sekä saatujen kokemusten arviointi. Tuloksia arvioitaessa näkökulmana on projektin kokonaisarviointi, jolloin huomio viedään myös projektin aikana tehtyihin kriittisiin ratkaisuihin. Lopuksi käsitellään jatkotoimenpiteet, kuten kehitysehdotukset ja jatkoprojektien käynnistämistä koskevat asiat. (Stenlund 1999: 38)

Heti Voimala-seminaarin jälkeen kokoonnuttiin toimeksiantajan ja projektiryhmän kanssa loppupalaveriin. Pääasiallisesti keskustelun kantavana aiheena toimi itse seminaari ja sen onnistuminen, mutta myös koko projektin elinkaari sai tarvitsemansa osan keskustelusta. Seuraavaa seminaaria ja sen järjestäjiä varten pyydettiin dokumentointia, jotta vastaavanlaisten tapahtumien järjestäminen helpottuisi. Tämän työn loppuun on koottu Voimala-seminaarin järjestäjän muistio juuri tähän tarkoitukseen.

#### **4.1.1 *Palaute toimeksiantajalta***

Toimeksiantaja antoi projektia koskevan palautteensa projektin päätöskokouksessa heti seminaarin jälkeen. Pääasiallisesti toimeksiantaja oli erittäin tyytyväinen päivän antiin. Vaikka projektipäälliköt olivat kriittisiä osallistujamäärän suhteen, oli toimeksiantaja kaikin puolin tyytyväinen myös siihen. He katsoivat projektiryhmän tehneen kaiken, mikä rajojen puitteissa oli tehtävissä ja osallistujien poisjäänti oli jo tiedostettu projektisuunnitelmassa riskejä kartoitettaessa. Toimeksiantaja koki saaneensa seminaarista juuri sen, mitä toimeksiannollaan haki, joten seminaari oli kaikin puolin onnistunut.

#### **4.1.2 *Palaute projektiryhmältä***

Projektiryhmä koki projektiin osallistumisensa olleen kaikin puolin onnistunutta ja kattavaa. Ohjeistusta tehtävien suorittamiseen oli annettu tarpeeksi ja itse tehtävät olivat opettavaisia ja juuri heidän osaamistaan hyödyntäviä. Seminaarin projektiryhmä koki mukavaksi ja opettavaiseksi, ja vastaavanlaisiin tehtäviin tulevaisuudessa osallistuminen ei tuntunut lainkaan mahdottomalta. Lisäksi projektiryhmä oli tyytyväinen, että heitä ei kuormitettu asiaankuulumattomilla tehtävillä vaan ohjaus toimi rajatusti ja onnistuneesti.

### 4.1.3 *Palaute osallistujilta*

Seminaarin päätyttyä kerättiin osallistujilta palaute valmiiksi tehdyllä palautelomakkeella (Ks. liite 3). Palautetta saatiin yhteensä 18 osallistujalta. Lisäksi seminaarijärjestäjät keräsivät palautteen toimeksiantajalta ja työryhmiin osallistuneilta Voimalan apuvalmentajilta. 16 vastanneesta yrityksestä/ koulusta mainitsi yrittäjyyskasvatuksen/-koulutuksen toteutuvan toimipaikallaan. Kahteen lomakkeeseen ei ollut tähän kysymykseen vastattu. Keskiarvo palautteesta oli seuraavanlainen:

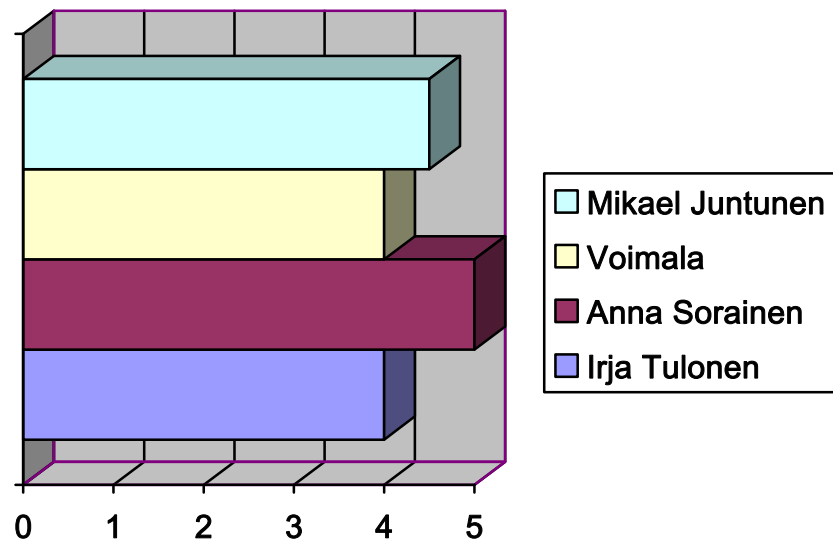
#### Ajankohta

Keskiarvo 4,5. Yksi osallistuja oli lisäksi maininnut, että ”poti huonoa omaatuntoa osallistumisestaan, sillä samaisella viikolla oli AvoinFuture-messut sekä ylioppilaskirjoitusten tulosten julkaisu”. Vaikka ajankohta sai palautteessa hyvän arvosanan, laskee arvosanan merkitystä osallistujien määrä, mikä rinnastetaan merkittävästi huonoon ajankohtaan ja/tai seminaarin sisällölliseen antiin.

#### Puhujat

Irja Tulonen sai arvosanan neljä (4), Anna Sorainen täyden vitosen (5), Voimala rankattiin nelosen (4) arvoiseksi ja seminaarin juontajana toiminut Mikael Juntunen sai arvosanan 4,5.

Erityisesti Anna Sorainen keräsi kehuja ja jäi parhaiten osallistujien mieleen puheenvuorollaan. Annan puheenvuorosta nostettiin esille eritoten mielikuvien merkitys, yksityisyyden ja median erottaminen sekä brändin rakentaminen. Kehuja keräsi myös seminaarin pääesiintyjä, Voimala.



*Kaavio 1.*

Yleisesti puhujia pidettiin hyvinä, mutta puhujien esiintymisjärjestykseen otettiin palautteessa kantaa. Kehitysehdotuksena oli, että Voimala olisi aloittanut seminaarin esittelemällä itsensä ja koko Voimalan työryhmän, jonka jälkeen Irja Tulonen olisi voinut aloittaa aikataulun mukaisesti. Toisena vaihtoehtona nähtiin, että Voimala olisi aloittanut koko seminaarin puheenvuorollaan ja Sorainen puolestaan lopettanut puheenvuorollaan.

#### Yleiset järjestelyt

Yleiset järjestelyt saivat arvosanaksi 4,5. Sanallisessa palautteessa kiiteltiin eritoten sitä, kuinka tylsästä tilasta oli tehty hieno ja tunnelmallinen. Tilaan aseteltu istumajärjestys antoi osallistujille mahdollisuuden nähdä toisensa, joka koettiin hyväksi. Tilaa kritisoitiin ainoastaan kuulemisen kannalta, sillä kaikkien osallistujien puheenvuorot eivät kuuluneet salin takaosaan asti.

Risuja saivat puhujien liian pitkät puheenvuorot. Osallistujat olisivat toivoneet pientä taukoa puhujien (Tulonen ja Sorainen) väliin, jotta vireystila olisi pysynyt vahvempana. Osallistujilta puuttui lisäksi

muistiinpanopaperia sekä seminaarin aikataulu seminaarikansioiden välistä, joista mainittiin myös palautteen yhteydessä.

Päivän suurimmat kolahdukset tuntuivat syntyvän Anna Soraisen ja Voimalan puheenvuoroista. Eritoten päivän parhaana antina pidettiin muun muassa toisen asteen koulutuksen ja ammattikorkeakoulujen verkostoitumista, ansiokasta ja rikasta keskustelua sekä miellyttävää tunnelmaa seminaarissa. Palautteesta käy ilmi, että kaksi koulua toivoo yhteistyötä Voimalan kanssa seminaarin perusteella ja yksi osallistuja kiittelee seminaarin annista, sillä sen perusteella hän jaksaa edelleen olla ”luova hullu ja viedä yrittäjyyttä omaan kouluunsa omalla tavallaan eteenpäin”. Päivän aikana syntyi myös kolahdus, jonka mukaan opettajat toisella asteella tulee saada innostumaan yrittäjyyskasvatuksesta, jotta yrittäjyyskasvatusta/-koulutusta saadaan vietyä eteenpäin Pirkanmaalla.

Palautetta saatiin myös eritoten kehitysehdotuksien muodossa, mm.

- Tulisiko seminaarin jatkossa olla maksullinen?
- Tulisiko seminaarin lounas olla ilmainen?
- Seminaari voitaisiin jatkossa järjestää ns. aamupalaverimuodossa
- Entisiä proAkatemialaisia toivotaan esiintymään seuraaviin seminaareihin
- Pitäisikö seminaarin olla ainoastaan puolen päivän mittainen?
- Miten saadaan ihmiset sitoutettua koko päiväksi, mikäli seminaari on koko päivän mittainen?
- Seuraavassa seminaari tulisi ”ylibuukata”

#### **4.1.4 Palautteesta oppiminen**

Vaikka projektiryhmä ei varsinaisesti palautetta väen vähyydestä saanutkaan, oli se yksi suurimmista hiljaisen palautteen oppimisista. On harmi, että ”kutsu saattaa saada ihmisen ilmoittautumaan, mutta vielä lähdön hetkellä kutsuttu voi peruuttaa tulonsa”. Tällainen ”no show” -tilanne tulisi jatkossa välttää, esimerkiksi ylibuukauksella (Vallo & Häyrynen 2003: 141).

## **4.2 Projektin loppuraportti**

Projektipäällikön viimeinen työ on tehdä loppuraportti siitä, mitä on tehty ja saatu aikaan. Loppuraportti on yhteenveto ja arvio projektin lopullisista tuloksista sekä dokumentti projektin tärkeimmistä tapahtumista (Ks. liite 5). Loppuraportin tulee myös arvioida tulevaisuutta, kertoa tai esittää miten projektin tuloksia voidaan hyödyntää tulevaisuudessa vastaavanlaisten projektien kohdalla. Se ei saa olla pelkkä lista hyvin ja huonosti menneistä asioista vaan pohdinnan on oltava kokonaisuutta koskevaa. Kun suurin työ on saatu tehtyä, on helpompi nähdä ja arvioida, mitä on saatu aikaan ja mitä tapahtuu, kun projekti on päättynyt. (Saveljeff ja Ruuska 1999: 182)

Tärkeä osa loppuraporttia ja sen koostamisvaihetta on saatujen kokemusten arviointi. Jos todellisuus ei ollut sitä, mitä projektisuunnitelmassa uskottiin tai jossain epäonnistuttiin, se kannattaa tunnustaa ja myöntää. Epäkohtien ohella on myös hyvä esittää niihin kehitysehdotuksia. Ellei kaikkia ja epäonnistumisia halua kirjata, ne kannattaa kuitenkin käydä läpi esimerkiksi projektiryhmän kesken jotta niistä edes itse voi oppia. (Saveljeff ja Ruuska 1999: 183 )

Tästä kaikesta on suuri hyöty tuleville projektiryhmille, jotta he tietävät miten tulee ja kannattaa toimia projektin eri vaiheissa. Loppuraportti on asiakirja, joka luetaan huolellisesti monen tahon toimesta. Siksi raportin kirjoittamiseen on syytä varata tarpeeksi aikaa, jotta sanallinen ulosanti on kaikkia osapuolia miellyttävää. ( Ruuska 1999: 183)

Voimala-seminaarin loppuraportin kirjoittaminen hoidettiin mahdollisimman pian päätöskokouksen jälkeen, jolloin kaikki projektia koskevat asiat olivat vielä tuoreessa muistissa. Myös muilta tahoilta päätöskokouksessa ilmi tulleet asiat saatiin dokumentoitua raporttiin ja näin ollen loppuraportin tulevaisuuden hyöty saatiin maksimoitua.

## 5 YHTEENVETO

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tuottaa Voimala-hankkeelle seminaari, jossa Voimala-hanke pääsi esittäytymään asiakaskunnalleen. Toimeksiantona ja seminaarin taustalla oli tutustuttaa seminaariin osallistuvat henkilöt Voimalan perusajatuksen, opetus- ja oppimismetodeihin, valmentajiin ja apuvalmentajiin sekä työtiloihin.

Seminaari toteutettiin projektimuotoisella työskentelyllä ja elämyksellisyyden näkökulmasta. Tehtävä oli haastava, sillä elämyksellisyys on vasta viime aikoina noussut pinnalle, eikä aiheesta ole kirjoitettu montaa teosta, joten teorian tiedon saaminen oli vähäistä. Tapahtuman järjestäminen yleensä vaatii tarkkaa suunnitelmallisuutta ja asiahallintaa, joten elämyksellisyyden korostaminen tapahtuman tuottamisessa vaati järjestäjiltä ylimääräistä tarkkuutta ja huolellisuutta. Apuna seminaarin suunnittelussa ja toteutuksessa käytettiin niin ulkomaalaisia kuin kotimaisia teoksia, artikkelitietokantaa sekä www-sivustoja, jotta mahdollisimman moni näkökulma tuli otettua huomioon. Vahvana tekijänä tapahtuman tuottamisessa oli kuitenkin järjestäjien pitkä tietotaito ja kokemus projektityöskentelyn saralta, mitä oli kertynyt ProAkademian opiskelujen ajan.

Lopputuloksena syntyi seminaari, joka rikkoi tyypillisen asiaseminaarin kaavoja niin sisällöltään kuin tilalliselta ulkoasultaankin. Seminaari oli kokonaisuudessaan onnistunut ja sekä toimeksiantaja että tapahtuman toteuttajat ovat tyytyväisiä lopputulokseen.

## 6 LÄHTEET

Kirjallisuus:

Berkun, Scott 2006. Projektinhallinnan taito. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Bowdin, Glen, Allen, John, O'Toole, William, Harris, Rob & McDonnell, Ian 2006. Events Management. Elsevier Ltd.

Johansson, Frank 2006. The Medici Effect. United States of America

Kauhanen, Juhani, Juurakko, Arto & Kauhanen, Ville 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. Vantaa: Dark Oy.

Kettunen, Sami 2003. Onnistu projektissa. Juva: WSOY.

Mattinen, Hannu 2006. Asiakkuus osaaminen, kuuntele asiakastasi. Hämeenlinna: Karisto oy.

Muhonen, Riikka Mari & Heikkinen, Laura 2003. Kohtaamisia kasvokkain. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Newell, Michael W. & Grashina, Marina N. 2004. The Project Management Book. United States of America.

Pelin, Risto 2004. Projektinhallinnan käsikirja. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Pine II, B. Joseph & Gilmore, James H. 1999. The Experience Economy. United States of America.

Ruuska, Kai 1999. Projekti hallintaan. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Stenlund, Heikki 1999. Projektijohtamisen perusteet. Helsinki: Hakapaino Oy.

Vallo, Helena & Häyrinen, Eija 2003. Tapahtuma on tilaisuus. Helsinki: Hakapaino Oy.

#### Internet-lähteet:

Alanen, Aku 2007. Elämiskulutus kiehtoo yhä useampia - samasta tuotteesta sekä hyötyä että elämystä. [online] [viitattu 10.1.2008].  
[http://www.stat.fi/artikkelit/2007/art\\_2007-09-10\\_004.html?s=0](http://www.stat.fi/artikkelit/2007/art_2007-09-10_004.html?s=0)

Alanen, Aku 2007. Elämystalouden laskenta - kysynnän vai tarjonnan kautta. [online] [viitattu 10.1.2008].  
[http://www.stat.fi/artikkelit/2007/art\\_2007-09-10\\_004.html?s=0](http://www.stat.fi/artikkelit/2007/art_2007-09-10_004.html?s=0)

Inkinen, Sam 2007. Elämystrendi tuli jäädäkseen. [online] [viitattu 2.10.2007].  
<http://www.viisitahtea.fi/content/view/2243/48/>

Kongressin järjestäjän opas 2007. Tampere Convention Bureau. [online] [viitattu 14.1.2008].  
[http://www.tampere.fi/conventionbureau/bureau/kuvat/kongressiopas\\_2007.pdf](http://www.tampere.fi/conventionbureau/bureau/kuvat/kongressiopas_2007.pdf)

Laaksonen, Pirjo 2007. Elämyksen merkit näkyvät koulutuksessa. [online] [viitattu 12.12.2007].  
<http://www.pohjalainen.fi/teemat/teematarticle.jsp?category=5&p=5&article=278179>

ProAkatemian kotisivut 2007. Tampereen ammattikorkeakoulu, ProAkademia.  
[online] [viitattu 3.10.2007]. [www.proakatemia.fi](http://www.proakatemia.fi)

Pääministeri Matti Vanhasen II hallituksen ohjelma 2007. Valtioneuvosto. [online] [viitattu 13.9.2007].  
<http://www.vn.fi/hallitus/hallitusohjelma/pdf/hallitusohjelma-painoversio-040507.pdf>

Saveljeff, Silja. Työtä se on pätkätyökin. [online] [viitattu 7.12.2007].  
<http://www.satakylat.fi/ABC3/loppuraportti.htm>

Show Companyn kotisivut 2007. Show Company yhtiöt. [online] [viitattu 10.9.2007]. <http://www.showcompany.fi/tapahtumamarkkinointi.php>

Snel, Anna J.M.C. & Tarssanen, Sanna. Elämystalouden uudet mahdollisuudet. [online] [viitattu 8.12.2007].  
<http://www.elamystuotanto.org/files/20070212132414.pdf>

Yrittäjyysväylä. Opetushallitus/etälukio. [online] [viitattu 3.12.2007].  
<http://www2.edu.fi/yrittajyysvayla/?page=223>

## **7 LIITTEET**

### **Liite 1: Projektisuunnitelma**

#### **Määrittely**

##### **Tausta**

Projekti on osa Salla Kataviston ja Susanne Mäenrannan opinnäytetyötä. Toimeksiantajana toimii Voimala- Hanke, yhteyshenkilönä Tiina Lindberg. Itse projekti on tapahtuma, tarkemmin määriteltynä seminaari, joka järjestetään Voimala-hankkeen pyynnöstä. Seminaari pidetään 16.11.2007 ProAkatemian tiloissa. Seminaarin pääpaino on yrittäjyyskasvatuksessa ja Voimala-hankkeen esittelyssä.

##### **Tavoitteet**

Projektin pääasiallisena tavoitteena on järjestää onnistunut seminaari Voimalahankkeelle.

Seminaarin idea on koota paikalle Pirkanmaan toisen asteen koulutuksen rehtoreita ja yrittäjyyskasvatuksesta kiinnostuneita opettajia ja lehtoreita. Tavoitteena on herättää kiinnostusta uudenlaiseen yrittäjyyskasvatukseen ja Voimalahanketta kohtaan, sekä kerätä tietoa ja mielipiteitä koulun päättäjiltä koskien yrittäjyyskasvatusta. (Mitä rehtorit/opettajat haluavat yrittäjyyskasvatukselta, miten he aikovat toteuttaa yrittäjyyskasvatusta kouluissaan, millaisena he näkevät Voimala-idean)

##### **Osallistujat**

##### **Projektiryhmä**

Projektiryhmä koostuu pääasiassa kahdesta henkilöstä, jotka vastaavat myös projektinhallinnasta, Salla Katavistosta ja Susanne Mäenrannasta. Projektiin osallistuu lisäksi Voimalahankkeesta Tiina Lindberg, Mikael Juntunen, Simopekka Katajala sekä ProAkatemian opiskelijoita.

Seminaarin puhujat

Seminaarin puhujakaartiin kuuluvat Tampereen varapormestari Irja Tulonen, Leijonan

Kita-ohjelman juontaja Anna Sorainen sekä Voimala.

Seminaarin kutsuvieraslista

Seminaariin kutsutaan Pirkanmaalaiset toisen asteen rehtorit, vararehtorit, opinto-ohjaajat sekä yrittäjyydestä kiinnostuneet opettajat.

## **Toteutus**

### **Projektin aikataulu**

Projekti alkaa vko 38

Aikataulutus

Tapahtuman suunnittelu

Puhujien suunnittelu, tämän hetken ehdotukset:

Opetushallituksen kehittämisestä vastaavat henkilöt kuten Jorma Kauppinen (lukio) ja Sirkka-Liisa Kärki (ammattikoulu)

Markku Lahtinen (tietoa hyvistä puhujista)

Opetusministeri Sari Sarkomaa ([sari.sarkomaa@minedu.fi](mailto:sari.sarkomaa@minedu.fi)) (luodaan tarve yrittäjyyskasvatuksen kehittämiseksi)

Tampereen kaupungin varapormestari Irja Tulonen (Voimala-hankkeen suojelija)

Kari Neilimo, Vuorineuvos

Kari Kankaala, Tampereen kaupungin elinkeinojohtaja (Voimala-hankkeen suojelija)

Anna Sorainen

Perjantai 9.11.2007 ( toimeksiantajalle ei sovi) tai puhujista riippuen toinen vaihtoehto perjantai 16.11.2007.

Vko 39

Puhujien hankinta (yhteydenpito, aiheen suunnittelu puhujan kanssa)

Tapahtuman suunnittelu jatkuu

Tilojen hankinta

Vko 40

Kutsujen suunnittelua ja tekoa

Puhujien varmistaminen

Tapahtuman suunnittelu jatkuu

Vko 41

Kutsuvieraslistan suunnittelu ja tarkistaminen Tiina Lindbergin kanssa

Kutsujen suunnittelu, teko ja lähettäminen

Kahvituksen/lounaan suunnittelu

Ilmoittautumisien vastaanotto, sähköisen lomakkeen valmistaminen

Vko 42

Projektiryhmän kokoaminen ja tehtävien jakaminen

juoksevien asioiden hoitoa

Kahvituksen/ lounaan hankinta

Vko 43

Ilmoittautumisien seuranta

Juoksevien asioiden hoitoa

Vko 44

ilmoittautumisien seuranta

juoksevien asioiden hoitoa

Vko 45

Seminaarien kansioden, palautelomakkeiden ja nimilappujen teko

Varmistus, että työntekijät tietävät tehtävänsä

Ilmoittautuminen päättyy

Vko 46

Tapahtuma

- Tilojen somistus ja siisteys (missä tapahtuu mitään)
- Laitteet toimivat

### **Seminaarin aikataulu**

Voimala-seminaari Perjantaina 16.11.2007

Juontaja: Mikael Juntunen (Menguru Osk/Voimala-hankkeen apuvalmentaja)

klo 9.00-9.15 Kahvit

klo 9.15-9.30 Alkusanat ja ohjelman läpikäynti (Mikael Juntunen)

klo 9.30-10.30 Irja Tulonen – Yrittäjyyskasvatuksen merkitys

klo 10.30-12.00 Anna Sorainen - Brändin merkitys yrittäjälle/ Brändin merkitys yrityksissä

klo 12.00-12.30 Ruokailu

klo 12.30-13.30 Voimala esittäytyy

klo 13.30-14.30 Työpajat

klo 14.30-15.00 Työpajojen yhteenveto ja seminaarin päätös (Mikael Juntunen ja Simo-pekka Katajala)

Päivä päättyy viimeistään klo.15.00

## **SWOT- analyysi**

### **Vahvuudet**

Tarve

Vahva proAkatemian verkosto

Osaaminen ja innostus

Maksuton

Kahvitarjoilu

Maksuton tila

Voimalan toimitilat tulevat tutuiksi potentiaalisille asiakkaille

Potentiaalisten asiakkaiden saaminen paikanpäälle

Paikanpäällä suosittelijoita -> uskottavuuden luominen

Motivoituneet tekijät

### **Heikkoudet**

Voimalan heikko tunnettuus

Seminaari järjestetään arkipäivänä -> työpäivä

Tilat (jos osallistujamäärä oletettua suurempi, tilat liian pienet)

Ulkoinen- ja sisäinen viestintä

### **Mahdollisuudet**

Seminaarin onnistuminen ja kiinnostuksen herättäminen yrittäjäyyskasvatukseen ja Voimalaan

Asiakaskontaktit (mahdolliset tilaukset, kiinnostuksen kartoittaminen)

Voimala-tuotteen tunnettuuden lisääntyminen (myynti helpottuu)  
 Osallistujilla mahdollisuus vaihtaa ajatuksia kollegoiden kanssa  
 ProAkatemialaiset luovat positiivista mielikuvaa optusmenetelmästä

### **Uhat**

Vähäinen osallistujamäärä  
 Puhujat sairastuvat/estyvät  
 Kahvitarjoilu ( tarjottavat loppuvat kesken, jokin menee rikki)  
 Seminaari koetaan tylsäksi/hyödyttömäksi  
 Uskottavuuden puute  
 Kuuntelijoiden ”vanhanaikainen” ajatusmaailma

### **Riskit**

Tekniikka pettää (tarkistus aamulla, katsotaan, että paikalla osaava henkilö)  
 Puhujat estyvät (varasuunnitelmat)  
 Vähän osallistujia (proAkatemialaisia ”täytteeksi”, jos ilmoittautuneita liian vähän viikkoa ennen seminaaria, Salla soittaa kutsun saaneille)

### **Budjetti**

Käytettävissä oleva budjetti 1500 -2000€ Budjetti jaetaan seuraavanlaisesti:

Puhujat

Anna sorainen 600 €+ matkakulut n.80€

Irja Tulonen 0€

Voimala 0€

Kahvi ja tarjoilut n.300€

Tarjottavat

Kutsut (parempilaatuinen paperi, hinta?)

Kutsujen postitus (käytämme Tampereen kaupungin kuoria) kuoret ja postitus yht. 0€

Seminaarikansiot, kynät, palautelomake

Tila 0€

### **Palaverit**

Projektipäälliköt palaveeraavat säännöllisin väliajoin, palaveriajat on lyöty lukkoon jo

ensimmäisellä viikolla

Palaverit Tiina Lindbergin kanssa: Tavataan lähinnä tarvittaessa

Projektiryhmä ja projektipäälliköt palaveeraavat viikolla 43 ensimmäisen kerran, tämän jälkeen tarvittaessa. Palaveri pidetään ennen seminaaria.

Projektipäälliköt kirjoittavat projektiryhmälle palaverimuistion palaverin jälkeen.

### **Tiedottaminen**

Projektipäälliköt ja projektiryhmä: kasvokkain, puhelin, sähköposti

Projektipäälliköt ja Voimala: kasvokkain, sähköposti, puhelin (tiedotusta tapahtuu aina muutoksen yhteydessä)

Projektipäälliköt ja Irja Tulonen: puhelin (ja sähköposti)

Anna Sorainen ja Tiina Lindberg: puhelin

Kutsuvieraat kutsutaan tilaisuuteen kutsulla, joka lähetetään postitse, yhteyttä pidetään myös sähköpostilla (ja viimeisenä keinona käytetään Sallan puhelinta)

Kutsuvieraat ilmoittautuvat sähköisellä lomakkeella

## Liite 2: Seminaarin kutsu

### Kutsu

Tervetuloa Voimalan ensimmäiseen yrittäjyyskasvatuksen ja -koulutuksen seminaariin perjantaina **16.11.2007 klo 9-15!**

Seminaari järjestetään proAkatemian tiloissa osoitteessa Finlaysoninkuja 5, 5.kerros. (Tarkemman sijainnin kartalta löydät [tästä](#).)

Ohjelmassa:

- Seminaarin avaus kahvien kera
- Tampereen kaupungin apulaispormestari **Irja Tulonen**
  - Yrittäjyyskasvatuksen ja – koulutuksen merkitys
- Yrittäjä ja viestinnän asiantuntija **Anna Sorainen**
  - Yrittäjä ja brändi
- Omakustanne lounas
- **Voimala**
- Työryhmät iltapäiväkahvien kera sekä seminaarin päätös



Anna Sorainen juontaa  
MTV3-kanavalla torstaisin  
klo 20 nähtävää Leijonan Kita -ohjelmaa

Seminaari on maksuton.

Ilmoittaudu mukaan klikkaamalla alla olevaa linkkiä:

[Ilmoittautumislomake](#)

Kutsu ei ole henkilökohtainen, eli jos et itse pääse paikalle, voit pyytää kollegaasi edustamaan yhteisöäsi.

Huomaathan, että seminaariin pääsee mukaan ainoastaan **50 ensimmäistä** ilmoittautunutta!

Ystävällisin terveisin: Voimala

**Liite 3: Palaute-lomake**  
**Voimala -seminaari**  
**16.11.2007**  
**Palaute**

**Nimi:**

**Koulu/ yritys:**

**Koulussamme/ yrityksessämme toteutetaan yrittäjyyskasvatusta:**

	Ei				Kyllä
	Parantamisen				
	varaa				Nappi suoritus!
<b>Ajankohta</b>	1	2	3	4	5
<b>Tilat</b>	1	2	3	4	5
<b>Puhujat</b>					
Irja Tulonen	1	2	3	4	5
Anna Sorainen	1	2	3	4	5
Voimala	1	2	3	4	5
Mikael Juntunen (juontaja)	1	2	3	4	5
<b>Yleiset järjestelyt</b>	1	2	3	4	5

**Päivän suurin kolahdus**

**Muuta**

**Kiitos Palautteestasi!**



## Liite 4: Työryhmien koosteet

### Voimala-seminaari 16.11.2007

#### Työryhmä 2.

##### Kerättyjä ajatuksia:

- Voimalan aikataulusta: nopea tempo! Koulumaailmassa on tiukka aikataulu, ei ole helppoa yhtäkkiä lisää kursseja tmv. kesken lukukauden.
- Kaarilan oppilaat ovat antaneet erittäin positiivista palautetta meneillään olevista Voimala-kursseista.
- Ylioppilastutkintouudistus hankaloittaa sitoutumista: lukioissa on koko ajan yhä vähemmän aikaa muuhun kuin kirjoituksiin valmistautumiseen.
- Henkilöstöjohtaminen: muutoksia saa aikaan vain lukioiden / ammattikoulujen henkilöstön kautta, erityisesti rehtorien kautta. Rehtorien johtamistyyliin vaikuttaminen!
- Yrittäjyys on enemmänkin näkökulma kuin ase markkinoida Voimalaa.
- Voimala voidaan esittää enemmänkin täydennyksenä lukion yrittäjäkurseille kuin omana kokonaisuutenaan.
- Opettaja-lehdessä on loistavia yrittäjyys-ajatuksia → ideoita Voimalaan?
- 5 vuotta sitten ei juurikaan oltu kiinnostuneita yrittäjyydestä: nyt TAMK & Voimala ovat juuri oikeaan aikaan liikenteessä.
- Jokaisella opettajalla on oikeus 3 päivän TET-jaksoon: Voimalan intensiivikurssi? Vaikutetaan näin opettajiin. Rehtoreiden tuki? (=pakottaminen osallistumaan ☺)
- Koulut haluavat yritysmaailman kontakteja: mennään jatkuvasti paikan päälle esittäytymään. Pelkkä s-posti ei riitä.
- Voimalan tarve pitäisi tulla myös suoraan nuorilta opettajille → sosiaaliset mediat?
- Mikä on Voimalan antama lisäarvo esim. lukioissa?
- Maakunnissa ollaan täysin informaatiopimennossa → lisää markkinointia! Ja erilaista sellaista.
- Yhteistyökuviot esim. Parkanon lukion kanssa!

##### Kolahdukset:

- Mahdollisuuksia Voimalan kehittymiseen on, on vain yksi suunta: ylöspäin.
- Voimalan osa semmasta oli paras: idea tuli vihdoon selväksi
- Sorainen sai uskomaan, että viestinnän ja markkinoinnin merkitys on suuri. Miten tätä hyödynnetään Voimalassa?
- Jokainen seminaarin puheenvuoro oli siis tarpeellinen.
- Tämän hetken trendikkäitä aloja ovat AV-, kauneudenhoito ja luovat alat. Miten Voimala huomioi tämän?

## Työryhmä 1

### Kerättyjä ajatuksia:

- Vuosien varrella yrittäjyyskasvatuksen merkitys sanana muuttunut, ennen yrittäjä miellettiin esim. edesvastuuttomana
- Yrittäjyys on peikko
- Mahdollisuus unelmien työpaikkaan
- On haaste saada nuorille ymmärrystä yrittäjyyskasvatuksesta ja yrittäjyydestä, vaikka sille selvä tarve onkin.
- Nuorille olisi saatava tieto, että yrittäjyyskasvatus ei välttämättä aina tarkoita, että sen käyneistä tulee automaattisesti yrittäjiä. YK luo myös ammattitaitoisia työntekijöitä, jotka ymmärtävät työnantajaa ja työnantajan vastuut.
- YK antaa nuorille enemmän valtaa tehdä OIKEITA päätöksiä ja ratkaisuja koskien omaa elämäänsä, muut eivät tee päätöksiä heidän puolestaan. YK haluaa rikkoa rajoja, joissa opiskelijan omaa vapautta rajoitetaan.
- Oppijat otettava vahvemmin huomioon, jolloin saadaan ponnahduslautoja omaan elämään.
- Oppijoiden erilaisuus YK:ssa auttaa tulevaisuudessa, pystytään tukeutumaan toisiinsa, jakamaan tietoa ja oppimista
- YK:lla mahdollista auttaa nuoria, joille perinteinen oppimismetodi epäsopeva eli ponnahduslautoja omaan elämään.
- YK näkyy oppilaitoksissa, jos opettajien asenteet ovat yrittäjyysmyönteisiä.
- Opetussuunnitelmiin lykätyt yrittäjyyden kurssit eivät saa tarpeeksi huomiota. Ovat liian samankaltaisia perinteisten kurssien kanssa, joten hukkuvat massaun, jolloin vaikea saada innostusta heräämään.
- Voimalasta kiinnostuneet nuoret kyselleet opettajilta, uskaltavatko osallistua, onko kamalan työläs. Pelkoa yrittäjyyttä kohtaan.
- Opettajien asenteisiin halutaan muutosta. Opettajat hakevat opekosta neuvoa, mutta opeko ei koe tarjontansa olevan riittävää, sillä kysyntää on.
- YK tarkoittaa vapautta! Vapautta tehdä mitä haluaa!
- Tampere edelläkävijä
- Muutos tuo pelkoja
- YK:n kautta nuoret ottavat
- Nuoret oppivat YK:n kautta ottamaan vastaan ja antamaan palautetta, niin kirjallisesti kuin suullisesti. Perinteistä numeroarvosanaa voidaan myös avata eikä vain antaa esim. 8 ja that's it. Juteltavaa palautettava opeteltava, auttaa myös työelämässä. Tehdään palautteesta tapa.

### Millä keinoilla viedä YK:n ajatusta eteenpäin?

- ammattiopistotasolla esim. opiskelijoille enemmän valtaa asiakaskontakteihin, tapaisivat itse asiakkaan. Eli enemmän oikeita työelämän kokemuksia, TET ei riitä.

- Opettajat herätettävä valmentamiseen: ei anneta enää kaikkea valmiina opiskelijalle vaan vaaditaan oman järjen käyttöä, ohjataan oikeilla kysymyksillä oikeaan suuntaan, annetaan mahdollisuus AHAA-elämyksiin.
- Opettajille lisättävä YK:ta, jotta asenteet muuttuu, tätä kautta saadaan lisää YK:ta nuorille eri koulutustasoille
- Opettajien koulutuspäiville YK:ta!
- proAkatemialle opettajia mukaan seuraamaan jokapäiväistä arkea -> fiilis! Avoin ajattelu!
- Usein ihminen ei lähde asian luo vaan asia on vietävä ihmisen luo, opet ei lähde helpolla luokastaan! Tempauksia siis kouluille! Rikotaan vanhoja rajoja, pyritään saamaan opettajat laittamaan itsensä alttiiksi YK:lle.
- YK:ta tukevia opettajia mukaan kannustamaan muita opettajia, paras esimerkki on oma kollega!
- Vastareaktio muutokseen, pelätään työmäärän lisääntymistä -> olisi siis korostettava helppoutta, YK voisi helpottaa open työtä, kun kaikkea ei enää annettaisikaan valmiina oppijoille.
- Nuorilta palautetta, millä tavalla mielestään oppivat parhaiten -> mikä paras tapa oppia
- ProAkatemialle TET:läisiä!
- Voimala suunnittelee VESOn
- Täsmäiskuja opettajien kokoontumisiin
- Lukiolaisia ja amiksia sekaryhmiin.

## **Liite 5: Loppuraportti**

### **Yleiskuvaus**

Projekti oli osa Salla Kataviston ja Susanne Mäenrannan opinnäytetyötä.

Toimeksiantajana toimi Voimala- Hanke, yhteyshenkilönä Tiina Lindberg. Itse projekti oli tapahtuma, tarkemmin määriteltynä seminaari, joka järjestettiin Voimala-hankkeen pyynnöstä. Seminaari pidettiin 16.11.2007 ProAkatemian tiloissa. Seminaarin pääpaino oli yrittäjyyskasvatuksessa ja Voimala-hankkeen esittelyssä.

### **Tavoitteet ja niiden toteutuminen**

Projektin pääasiallisena tavoitteena oli järjestää onnistunut seminaari Voimala-hankkeelle.

Seminaarin idea oli koota paikalle Pirkanmaan toisen asteen koulutuksen rehtoreita ja yrittäjyyskasvatuksesta kiinnostuneita opettajia ja lehtoreita sekä Voimala-hankkeen yhteistyökumppaneita. Osallistujia pyrittiin saamaan noin 50. Tässä tavoitteessa onnistuimme kiittävästi. Tavoitteeseen pääseminen aloitettiin määrittelemällä kutsuvieraslista, josta seminaariin ilmoittautui noin 30 henkilöä. Ilmoittautuneista paikalle saapui noin puolet. Alkuperäisestä tavoitteesta siis jäätii, mutta toimeksiantaja oli lopputulokseen tyytyväinen, sillä järjestäjät tekivät parhaansa saadakseen loputkin ilmoittautuneet paikalle.

Tavoitteena oli myös herättää kiinnostusta uudenaikaiseen yrittäjyyskasvatukseen ja Voimala-hanketta kohtaan, sekä kerätä tietoa ja mielipiteitä koulun päättäjiltä koskien yrittäjyyskasvatusta. (Mitä rehtorit/opettajat haluavat yrittäjyyskasvatukselta, miten he aikovat toteuttaa yrittäjyyskasvatusta kouluissaan, millaisena he näkevät Voimala-idean). Tätä tavoitetta mitattiin palaute-lomakkeilla sekä kirjaamalla ylös työryhmien aikana käydyt keskustelut. Dokumentoinnin perusteella Voimala-hanketta pidetään positiivisena ja mielenkiintoisena hankkeena, jolle on kysyntää Pirkanmaalla. Eli tavoitteessa onnistuttiin.

## **Osallistujien toiminta**

### **Projektipäälliköt**

Projektipäälliköiden pääasiallisina tehtävinä olivat seminaarin suunnittelu ja toteutus alusta loppuun sekä projektiryhmän organisointi ja johtaminen.

Projektipäälliköt huolehtivat projektin aikataulusta, seminaarin aikataulusta, budjetista, yleisistä järjestelyistä, alihankinnasta ja tiedottamisesta.

### **Projektiryhmä**

Projektiryhmä koostui seuraavista henkilöistä:

Mikael Juntunen

Simopekka Katajala

Eva-Maria Mikkola

Mirva Sormunen

Tiia Koskinen

Jaana Savolainen

Timo Kukkonen

Ryhmä valittiin sillä perusteella, että kyseiset henkilöt toimivat Voimala-hankkeessa apuvalmentajina (pois lukien Timo Kukkonen). Mikael Juntusen tehtäväksi määräytyi seminaarin juontaminen, muut apuvalmentajat toimivat työryhmien vetäjinä sekä keskustelun herättäjinä. Timo Kukkonen vastuualue oli AV-puolen hoitaminen itse seminaarissa. Tehtävään hänet valittiin osaamisensa perusteella.

### **Valmennusryhmä**

Varsinaista valmennusryhmää ei projektille perustettu, vaan projektin etenemistä valvoi ja sparrasi Voimalan valmentaja ja opinnäytetyön toimeksiantaja Tiina Lindberg. Tapaamiset projektipäälliköiden sekä Lindbergin kesken järjestettiin aina tarvittaessa. Lisäksi yhteyttä pidettiin sähköpostin välityksellä aina muutoksien yhteydessä.

## **Toteutuksen raportointi**

### **Aikataulu**

Projektille suunniteltu aikataulu piti suunnitelman mukaisesti koko projektin ajan seuraavia poikkeuksia lukuun ottamatta:

Kutsujen lähettäminen viivästyi noin viikolla, koska kutsuihin odotettiin Voimalalle suunnitteilla ollutta uutta ilmettä, jota niihin ei lopulta valitettavasti saatu.

Kutsujen lähettämisen viivästymisestä johtuen ilmoittautumisien vastaanotto viivästyi.

Seminaarin aikataulussa ilmeni vain pari muutosta:

Aamukahvitus viivästyi alihankkijan myöhästymisestä johtuen noin 10 minuutilla.

Voimalan esiintyminen viivästyi lounaan venymisestä johtuen noin 10 minuuttia.

### **Budjetti**

Seminaarin budjetiksi annettiin noin 1500 euroa. Menot olivat lopulta noin 1200 euroa eli budjetissa pysyttiin täydellisesti.

### **Erityistä huomioitavaa**

#### **Onnistumiset**

Erityistä kiitosta saivat lämminhenkisesti sisustetut tilat sekä mukava tunnelma, joka oli avoin vilkkaalle keskustelulle.

Projektiryhmän resurssit todettiin täysin riittäviksi.

#### **Epäonnistumiset**

Vaikka toimeksiantaja oli tyytyväinen seminaarin osallistujamäärään, kokivat projekti-päälliköt epäonnistuneensa ilmoittautuneiden sitouttamisessa.

Riskeistä siis toteutui ennakoitu vähäinen osallistujamäärä, mikä saatiin kuitenkin paikattua täyttämällä tyhjät paikat proAkatemian opiskelijoilla.

#### **Jatkotoimenpiteet**

Voimala-seminaari oli ensimmäinen laatuaan, mutta käytäntöä aiotaan jatkaa. Kaikki seminaarin järjestämistä koskeva tieto löytyy opinnäytetyöstämme, joka säilytetään Voimalan arkistoissa. Seuraavan seminaarin suunnittelu kannattaa aloittaa ajoissa.

## VOIMALA-SEMINAARIN JÄRJESTÄJÄN MUISTIO

Tämä muistio on laadittu lähinnä niille henkilöille muistilistaksi, jotka tulevaisuudessa tulevat järjestämään Voimalan seuraavaa seminaaria.

- **Aloita seminaarin suunnittelu ajoissa.** Seminaarin ja sen teeman valmistelulle on hyvä varata runsaasti aikaa.
- **Tee seminaarista SWOT- analyysi.** Heti suunnitteluvaiheen jälkeen ennen varsinaisten järjestelyiden aloittamista on hyvä kartoittaa seminaarin vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat.
- **Tee kohderyhmäanalyysi.** Mieti, ketä haluat seminaariin kutsua ja onko tahoja, joiden läsnäolo on seminaarissa välttämätöntä.
- **Pohdi kohderyhmän tarpeita.** Mieti, mitä kohderyhmä odottaa seminaarilta ja mitkä olisivat kohderyhmälle sopivimmat vuorovaikutuskeinot.
- **Valitse projektille esimies.** Pohdi, kuka olisi seminaaria järjestettäessä tietotaidoiltaan sopivin vetämään projektin järjestelyitä.
- **Tee projektisuunnitelma.** Tärkeä osa projektin suunnitteluvaihetta on perusteellisen suunnitelman teko ja eläminen sen mukaisesti.
- **Aikatauluta projekti järjestelmällisesti.** Tee projektille aikataulu, josta koko projektiryhmän on helppo pitää kiinni.
- **Tee työnjako.** Kun vastuut ja työt on jaettu järjestelmällisesti, varmistat, että työt tulevat hoidettua.
- **Kartoita riskit.** Mieti, mitä seminaarin järjestämiseen liittyviä riskejä on olemassa ja miten niitä voisi hallinnoida tai kokonaan poistaa.
- **Muista kokonaisuus.** Pidä seminaarin yhtenäisenä pieniä yksityiskohtia myöden.
- **Tiedota.** Muista tiedottaa tarpeeksi koko projektin ajan projektiryhmälle ja sidosryhmille, jotta he ovat tietoisia projektin kulusta.
- **Muista varautua ongelmiin.** Ongelmia tulee vastaan joka tapahtumassa vaikka niihin olisi varauduttu.
- **Ota vastaan ja anna palautetta.** Niin antamalla kuin vastaanottamalla palautetta voit sen käsittelemällä oppia.
- **Tee loppuraportti.** Koko projektista koottu kirjallinen raportti auttaa tulevia järjestäjiä seuraavien seminaarien suunnittelussa ja järjestelyssä.