

# KOKOUSTEKNOLOGIA JA WEBMEETING

Kuinka innovatiivinen teknologia auttaa saamaan tuloksia?

LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU

Matkailun ala

Tapahtuma- ja kokousmatkailu

Opinnäytetyö

Syksy 2010

Susanna Kanervo

Lahden ammattikorkeakoulu

Matkailun Koulutusohjelma

KANERVO, SUSANNA:

Kokousteknologia ja webmeeting

Kuinka teknologia auttaa saamaan tuloksia?

Tapahtuma- ja kokousmatkailun opinnäytetyö, 69 sivua, 3 liitesivua

Syksy 2010

TIIVISTELMÄ

---

Suomi on maailmanlaajuisesti tunnettu ja arvostettu korkean teknologiaosaamisen vuoksi. Suomi on tunnettu Nokian sekä muiden suunnittelun, software-kehittämisen sekä tietotekniikan osaamisen hallitsevien yritysten menestyksen vuoksi. Kokous- ja kongressialan eräs merkittävimmistä tämän hetken, ja arvioidusti myös tulevaisuuden, trendeistä on kokousteknologia sekä sen mahdollistamat välineet ja Internet-pohjaiset web 2.0- ja webcasting- kokoukset.

Tämä opinnäytetyö perehtyy siihen, kuinka nämä teknologiset työvälineet ovat käytössä Suomessa. Työssä selvitetään, mitä hyötyjä tai haasteita näiden teknologioiden käytöstä voi olla kokouksia järjestäville organisaatioille. Opinnäytetyön tarkoitus on nostaa esiin kokouksen aikana käytettäviä kokousteknologisia välineitä, joiden avulla kokousomistaja voi saada parempia tuloksia. Työssä esitellään kokouksen aikana käytettäviä kokousteknologioita, joiden avulla voidaan vaikuttaa kokoustavoitteisiin eli osallistujien oppimiseen, motivoitumiseen tai verkostoitumismahdollisuuksiin. Työssä ei tutkita kokousta ennen tai sen jälkeen hyödynnettäviä kokousteknologisia välineitä. Työssä perehdytään myös siihen, kuinka kokousteknologian tuottamia tuloksia voidaan mitata Event ROI-kannattavuuslaskumenetelmällä.

Tutkimusta varten tehtiin sähköpostikysely tapahtumanjärjestäjille sekä Professional Congress Organiseille (PCO) eli kongressijärjestäjille, jotta saatiin luotettavaa tietoa siitä, käytetäänkö kokousteknologiaa Suomessa järjestettävissä kokouksissa. Kyselyn vastauksista selvisi, että vastanneet järjestävät Suomessa yhteensä 133 – 159 kokousta vuodessa. Kyselyssä tiedusteltiin, kuinka vastaajat tunsivat kymmenen esiteltyä kokousteknologista menetelmää, jotka oli jaettu kolmen kokoustavoitteen mukaan sekä sitä, kuinka kokousteknologian kehitys on otettu huomioon koulutuksessa. Suurimmalle osalle monet kyselyssä esitellyistä kokousteknologisistavälineistä olivat tuntemattomia. Kyselyn tulosten mukaan suurin osa kyselyyn vastanneista ei ollut kiinnittänyt huomiota tai vastaavasti saanut koulutusta työnantajaltaan kokousteknologian käytöstä. Osa heistä kuitenkin osoitti kiinnostusta oppia näistä kokousalan teknologisista innovaatioista lisää. Kyselyssä tiedusteltiin myös, kuinka Event ROI-kannattavuuslaskumenetelmä tunnettiin ja käyttävätkö vastaajat tätä menetelmää

selvittääkseen kokouksien taloudellisia tuloksia. Lähes puolet vastanneista eivät tunteneet menetelmää ja vain yksi näistä 14 vastaajasta on hyödyntänyt kannattavuuslaskumenetelmää.

Kyselyn tuloksien pohjalta tehtyjen päätelmien mukaan kokousteknologiset välineet ovat marginaalisesti tunnettuja, mutta alan ammattilaiset ovat kiinnostuneet oppimaan näistä välineistä. Kyselyn tuloksia ei voida otoksen pienuuden vuoksi yleistää koko Suomeen. Työn tarkoitus oli saada aikaan keskustelua kokousteknologiasta alan ammattilaisten keskuudessa, ja tässä tavoitteessa onnistuttiin sillä alan ammattilaisten kiinnostus heräsi jo työn tekovaiheessa.

Avainsanat:

Kokous, kongressi, kokoustavoite, kokous- ja tapahtumateknologia, innovaatio, WEB 2.0, webcasting, wiki

Lahti University of Applied Sciences  
Degree Programme in Tourism and Hospitality Management

KANERVO, SUSANNA:

MEETING OF TECHNOLOGY AND  
WEBMEETING

How can innovative technology help to  
get results?

Bachelor's Thesis in Tourism and Hospitality Management, 69 pages, 3 appendices

Autumn 2010

ABSTRACT

---

Finland has established globally a reputation known for its knowledge and know-how in technology and innovations. The country is known and appreciated for companies which develop and design software and technology such as Nokia which is the world leader in mobile phone industry. Meeting technology, like Internet based webcasting and web 2.0, is one of the most influential trends in the conference and congress sector at this moment and also it has been estimated that the trend will continue in the future. This thesis focuses on how the technology-empowered tools are known and used in the meetings industry in Finland.

The aim is to identify the benefits as well as the challenges of using these tools for planning and executing meetings. The purpose of this thesis is to raise awareness of some technological tools which can be used during meetings and which can improve the return on investment of a meeting. This thesis introduces some of the many technologies that can be used during the meeting to improve learning and networking opportunities for the meeting attendees and also increase attendee motivation. This thesis does not research the meeting technologies which are used before and after the meeting but only the ones which are used during the meeting. This study also researches how the financial results of using these meeting technologies can be measured according to the Event ROI (Return on Investment) mythology.

To get reliable information on how the meeting technologies are used in the meetings organised in Finland, a selected group of Professional Congress Organisers (PCO) has answered a survey. The results showed that the respondents organise 133 – 159 meetings per year in Finland. This survey researches, how the respondents recognized ten individual meeting technology tools which are represented in this survey and the aim is also to find out if there is enough training for industry professionals about the usage of meeting technologies. These ten tools were selected from the meeting motive categories which are learning, networking and motivation.

Most of the represented tools were not familiar to the survey respondents. The major part of the respondents were not acquainted with the represented tools. The results show also that most of the respondents have not received equivalent training in these meeting technologies. However some of them showed interest in gaining more knowledge about these industry innovations. The survey research also showed how well Event ROI mythology is known and if the respondents use this mythology to study the results of the meetings they organise. Almost half of the respondents were not aware of the Event ROI mythology and only one of them has used this method.

The conclusions based on the results of this meeting technology survey are that meeting technologies are marginally known but the industry professionals are interested in learning more about them. Due to the small respondent sample these results and conclusions should not be generalised to the whole Finland. The purpose of this thesis was to raise awareness about meeting technology, and this was accomplished already in the process when industry professionals got interested in the topic.

Key words:

Meeting, congress, meeting motive, meeting technology, innovation, WEB 2.0, webcasting, wiki

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
	1.1 Opinnäytetyön taustaa	1
	1.2 Tutkimuksen tavoite ja rajaus	2
	1.3 Toimeksiantajan esittely	3
2	KESKEISET TERMIT	4
	2.1 Teknologia ja innovatiivinen teknologia	5
	2.2 PCO eli Professional Congress Organiser ja MPI eli Meeting Professionals International	6
	2.3 Webcasting-etäkokoukset	7
	2.4 VOIP ja Skype	7
	2.5 WEB 2.0 ja Wiki	8
3	KONGRESSI JA KOKOUS	8
	3.1 Kokous-termin määrittely	9
	3.2 Työssä käytettävät kokousalan termit	11
4	KOKOUSTAVOITTEET	12
	4.1 Kokouksen järjestämistavoitteet	13
	4.2 Oppimista edistävä kokous	14
	4.3 Verkostoitumista edistävä kokous	14
	4.4 Motivaatiota edistävä kokous	15
5	KOKOUSTEKNOLOGIA	16
	5.1 Innovatiivinen kokousteknologia	17
	5.2 Kokousteknologia trendinä ja sen kehitys	18
	5.3 Kokousteknologian tuomia haasteita	19
	5.4 Webcasting-etäkokoukset	21
	5.5 Oppimista edistävä kokousteknologia	24
	5.5.1 ”Minikokouksia” Wikin avulla	25
	5.5.2 Tuotantojärjestelmät, esimerkiksi Sony anycast	25
	5.5.3 Äänestysteknologia, Response-äänestyslaite	26
	5.6 Verkostoitumista edistävä teknologia	28
	5.6.1 Kokousverkostointia edistävä teknologinen laite Spotme	28
	5.6.2 Kokousverkostointia edistävä teknologinen laite Badge2Match	30

5.6.3 Kokousverkostointia edistävä teknologinen laite nTag	31
5.7 Motivaatiota edistävä teknologia	32
5.7.1 Kokouksen avausshow´ssa käytettävä teknologia	33
5.7.2 Kokouksessa käytettävä laservaloshow	34
5.7.3 Kokouksessa käytettävä interaktiivinen lattia	35
5.7.4 Kokouksessa käytettävät Gobo-projektorit	35
6 KOKOUSTEKNOLOGIAN VAIKUTUSTEN MITTAAMINEN ROI-MENETELMÄLLÄ	36
6.1 Return on investment-menetelmäopin perusteet	37
6.2 Return on investment-menetelmäoppi	39
7 TUTKIMUSMENETELMÄ JA TOTEUTUS	40
7.1 Tutkimusmenetelmät kvalitatiivinen ja kvantitatiivinen tutkimus	41
7.2 Kyselyn suunnittelu ja otoksen valinta	42
7.3 Kyselyn toteutus	43
7.4 Kyselyn aikataulu	44
8 KOKOUSTEKNOLOGIAKYSELY	44
8.1 Kokousteknologian käyttö	45
8.3 Kokousteknologiat kokoustavoiden mukaan	46
8.4 Webcasting-kokousten käyttö	51
8.5 Kokousteknologian kehityksen vaikutus kokousjärjestäjän työhön ja kokousteknologiakoulutus	53
3.6 Event ROI-tutkimuksen käyttö	55
9 TUTKIMUKSEN ANALYSOINTI JA JATKOTUTKIMUSIDEOITA	57
10 YHTEENVETO	61
LÄHTEET	64
LIITTEET	70

## 1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni on kartoitus innovatiivisen kokousteknologian käyttötasosta Suomessa. Tutkin, mitä kokousteknologia on, miten sitä voi hyödyntää sekä kuinka sen avulla saatuja liiketaloudellisia tuloksia voidaan mitata. Teknologia on 2000-luvun kokousalan nouseva trendi, jonka hyödyntämisestä yritykset ja organisaatiot voivat erottautua kilpailijoista.

Kokousalan suurimman järjestön Meeting Professionals Internationalin (MPI) järjestämässä, kokousalan ammattilaisille suunnatussa, European Meetings and Events Conference-tapahtumassa helmikuussa vuonna 2009 sekä 2010 oli useita luennoitsijoita puhumassa kokousteknologiauudistuksista sekä niiden hyödyntämisestä. Vuonna 2009 MPI järjestön tapahtuma järjestettiin Italiassa, Torinossa sekä samaan aikaan seuraavana vuonna Espanjassa, Malagassa. Näiden tapahtumien luentotilat täyttyivät nopeasti aiheesta kiinnostuneista kuulijoista. Tämänkaltaisia tilaisuuksia järjestetään jatkuvasti, sillä nopean teknologiakehityksen vuoksi alan ammattilaisten on vaikea pysyä kehityksessä mukana. Teknologisia välineitä kehitetään jatkuvasti tukemaan kokouksen aikaista oppimista, verkostoitumista tai motivoitumista. (Vanneste 2008, 49.)

Suomi tunnetaan kansainvälisillä markkinoilla teknologian huipputaitajana. Kuitenkin kokousteknologiasta on Suomessa tehty hyvin vähän tutkimusta. Näin ollen haluan selvittää, onko Suomen kokousteknologian käyttötaito odotetulla tasolla.

### 1.1 Opinnäytetyön taustaa

Kiinnostuin kokousteknologiasta ollessani työharjoittelussa The Meeting Support Institutessa Belgiassa vuonna 2008. Meeting Support Institute on järjestö, joka tarjoaa kongressijärjestäjille apua tapahtumien järjestämisessä. Järjestön jäsenenä on kokouspalveluita tarjoavia yrityksiä, joille järjestö tarjoaa näkyvyyttä



kokousjärjestäjien keskuudessa eri markkinointikanavien kautta. Suurin osa jäsenyrityksistä on kokousteknologiaa tarjoavia pienyrityksiä. Vuonna 2008 liityin myös edellisessä kappaleessa mainitun Meeting Professionals International-järjestön opiskelijajäseneksi. Järjestön kautta pääsin seuraamaan asiantuntijoiden keskustelua kokousalasta ja sen trendeistä niin alan artikkeleista kuin internetlähteistä. Työharjoitteluni ja MPI-jäsenyyden kautta innostuin kokousteknologiasta, sillä opin, kuinka suuri merkitys sen käytöllä voi olla kokouksessa oppimisen, motivoitumisen ja verkostoitumisen vahvistamisessa. Näin ollen innovatiivisen teknologian käytöllä on suora vaikutus myös järjestetystä tapahtumasta saatuihin taloudellisiin tuloksiin.

## 1.2 Tutkimuksen tavoite ja rajaus

Tutkimuksen tavoitteena on kartoittaa, minkälaista kokousteknologiaa on käytössä suomalaisten yritysten tai organisaatioiden järjestämissä kokouksissa ja kuinka niitä hyödynnetään. Tapahtuman järjestämisessä voidaan käyttää paljon teknologiaa läpi tapahtuman elinkaaren, suunnittelusta toteutuksen kautta jälkimarkkinointiin. Keskityn opinnäytetyössäni vain kokouksen aikana käytettävään teknologiaan. En siis tutki kokousta ennen tai sen jälkeen hyödynnettäviä teknologioita. Esittelen teknologiaa ja sen mahdollistamia tuotteita pääpiirteisesti, sillä myös kokouksen aikana hyödynnettävää teknologiaa on paljon ja yksityiskohtiin keskittyminen vaatisi huomattavasti laajemman tutkimusprosessin. Kokousteknologiasta kirjoittaessani kerron nimenomaan teknologioista, joiden avulla parannetaan kokouksen tuottavuutta ja tehokkuutta. En perehdy perinteiseen teknologiaan kuten projektorit, tietokoneet, valot, vaan sen sijaan keskityn innovatiivisiin välineisiin. Tutustun Internet-pohjaisiin webmeetingmahdollisuuksiin, kuten web 2.0, webcasting sekä wiki. Tutkimuksen tarkoituksena on myös kartoittaa Internetpohjaisen kokoustamisen etuja ja haittoja.

Tekniikka- ja teknologiatermit sekoittuvat helposti arkikielessä. Tässä työssä käytän teknologiatermiä, sillä se on kansainvälisesti vakiintuneempi. Sanalla tekniikka tarkoitan toimintamenetelmiä, en teknologisia välineitä. Myös kokous-

ja kongressisanojen kanssa syntyy sekaannusta kokousalalla, sillä niitä käytetään jokseenkin synonyymeinä. Käytän opinnäytetyössäni pääosin kokous- sanaa tarkoittaen sillä kaikkia kongresseja ja kokouksia.

Kokouksessa hyödynnettävät teknologiat valitaan kokousmotiivin eli sen järjestämisen tarkoituksen mukaan niin, että niistä saatava hyöty voidaan maksimoida. Esittelen kolme kokousmotiivia, joita ovat oppiminen, verkostoituminen sekä motivoituminen. Nostan esiin myös joitain kokoustuloksiin vaikuttavia teknologisia välineitä jokaista motiivia kohden. Selvitän, kuinka innovatiiviset kokousteknologiat voivat parantaa kokouksen asiasisältöä ja oppimista niin, että liiketaloudelliset tulokset maksimoidaan. Tutkimukseen liittyvän, PCO:ille (Professional Congress Organiser eli kongressijärjestäjät) suunnatun kyselyn tavoitteena on selvittää, ovatko tutkimani teknologiset välineet käytössä Suomessa järjestettävissä kokouksissa. Työni tarkoitus on myös saada aikaan kiinnostusta kokousteknologiaa kohtaan ja sitä kautta saada alan ammattilaisia kiinnostumaan omien taitojensa kehittamisestä.

Vaikka kansainvälisessä taloudessa on taantumia ja yritykset sekä organisaatiot pyrkivät kiristämään budjettia, siitä huolimatta kokouksia ja muita yritystapahtumia tullaan järjestämään säännöllisin väliajoin. Tämä johtuu siitä, että organisaatioilla on velvoitteita järjestää esimerkiksi vuosikokouksia, tuotteiden lanseerauksia, osakeomistajien tapaamisia ja muita tilaisuuksia (Rogers 2008, 83). Teknologiaa asiantuntemuksella käyttäen voidaan löytää myös taloudellisesti edullisia ratkaisuja tapahtumien järjestämiseen. Esimerkkinä tästä on muun muassa Internetin mahdollistama webcastingkokousvaihtoehto.

### 1.3 Toimeksiantajan esittely

Kiinnostuessani kokousteknologiasta syksyllä 2008 ajattelin Finland Convention Bureau ry:n sopivaksi toimeksiantajaksi, joten esittelin työn aiheen, pyysin heitä toimeksiantajaksi ja sain myöntävän vastauksen. Opinnäytetyötäni ohjasi ja seurasi järjestökongresseihin, tilastointiin ja tutkimukseen suuntautunut markkinointipäällikkö Pirjo Vainio-Hätönen.

Finland Convention Bureau ry (FCB ry) markkinoi Suomea kansainvälisten kongressien ja yritystapahtumien kohdemaana. FCB ry kuuluu Euroopan vanhimpiin kokousoalan organisaatioihin ja se on markkinoinut Suomea jo vuodesta 1974 lähtien. Järjestön jäsenlistalla on yrityksiä ja organisaatioita monelta alalta. Jäseniin kuuluu kuntia, kaupunkeja ja matkailualueita, kokouspaikkoja, hotelleja ja ravintoloita, kuljetusyrityksiä, sekä kongressipalvelutoimistoja. Suomi erottuu muista maista, sillä Suomessa on valtakunnallinen Convention Bureau eli kongressitoimisto, kun monilla muilla Euroopan mailla on pääosin vain kaupunkitai aluekohtaisia kongressitoimistoja. (Finland Convention Bureau 2009.)

Finland Convention Bureau ry:n (FCB ry) toiminnot siirtyvät 1.1.2011 alkaen osaksi Matkailun edistämiskeskus MEKiä. Tämä uudistunut järjestely vastaa useimmissa Euroopan maissa käytössä olevaa mallia, jossa kansallisen kongressitoimiston taustalla on MEKiä vastaava organisaatio. (Finland Convention Bureau 2010.) Finland Convention Bureau ry on Suomen kokousoalan tukirakenne yhdessä MEKin ja MPI Finlandin eli MPI:n Suomen osaston kanssa. Nämä Suomessa toimivat järjestöt myös kehittävät ja markkinoivat Suomea kokouskohteena kansainvälisillä kokousmarkkinoilla.

## 2 KESKEISET TERMIT

Tässä luvussa avataan opinnäytetyössä käytettyjä termejä, jotka voivat useille lukijoille olla tuntemattomia. Osion tarkoituksena on pohjustaa työn sisältöä.

## 2.1 Teknologia ja innovatiivinen teknologia

Teknologia mahdollistaa palveluntuottajien tehtävissä erikoistumista. Tieto- sekä viestintäteknologia mahdollistavat palveluiden digitalisoinnin, jonka avulla löydetään uusia toimintatapoja. Palvelualan työntekijöiden työtaakkaa voidaan helpottaa, ja yrityksen tuottavuus paranee. Tuottavuutta kehittävät myös uuden teknologian mahdollistamat palvelut sekä liiketoimintamallien innovaatiot.

Yleiskäyttöisen teknologian tunnistuskriteerit ovat juuri sen tarjoamat taloudelliset kehitysmahdollisuudet. Suorituskyvyn parantumisen myötä uusi teknologia haastaa vanhat toimintamallit ja näin sen käyttöönottokynnys alenee. (Maliranta & Ylä-Anttila, 2007, 83-86, 108-109.)

Teknologia on siis ihmisen kehittämä väline, jonka avulla helpotetaan työtaakkaa, jotta saavutetaan taloudellisia tuloksia. Innovatiivinen teknologia tarkoittaa teknologiaa, joka uudistuu jatkuvasti. Innovatiivisen teknologian avulla etsitään ratkaisuja uusiin haasteisiin ja pyritään parantamaan tulosta.

”Innovaatio on uutta asiaa, joka otetaan käyttöön hyödyllisesti.” Tämä on Max McKeownin mielestä paras määritelmä innovaatiolle. (McKeown 2008, 2.) Tekes eli teknologian ja innovaatioiden kehittämiskeskus pitää innovaatioita haasteena yrityksille ja niiden henkilöstölle. Innovatiivisuus on jatkuvaa uuden luomista ja uusien mahdollisuuksien näkemistä. (Tekes 2009.)

Innovaatiot jaetaan avoimiin ja suljettuihin innovaatioihin. Avoin innovaatio tarkoittaa sitä, että yrityksen koko liiketoiminnan kannalta merkittävää tietoa kulkee yli yrityksen rajojen molemminpuoleisesti. Näin yritykset pyrkivät kaupallistamaan sekä omia, että muiden kehittämiä innovaatioita. Suljettu innovaatio on kuitenkin tavallisempi muoto, sillä se tarkoittaa sitä, että yritys kaupallistaa kaikki omat keksintönsä esimerkiksi myymällä niitä tai lisensoimalla tuotteensa. Tätä mallia käyttävät yritykset pyrkivät itse tuottamaan kaikki innovaationsa omaa tuotekehitystä sekä myyntiä varten. Menestyksekkäs

innovaatiotoiminta vaatii yrityksiltä kontrollia, jolla onnistutaan pitämään oma innovaatiotoiminta yrityksen sisällä.

Avoin innovaatio on kuitenkin kasvanut erityisesti teknologian ja Internetin kehittymisen, digitalisoinnin sekä globalisaation myötä.

(Maliranta & Ylä-Anttila 2007, 175.)

## 2.2 PCO eli Professional Congress Organiser ja MPI eli Meeting Professionals International

PCO eli Professional Congress Organiser eli kongressipalvelutoimisto on kongressien ja kokousten järjestämiseen erikoistunut yritys. Nämä yritykset yleensä järjestävä kokouksia, joihin liittyy suunnittelu, ilmoittautumisen järjestäminen, budjetin hallinta, kokouspaikan valinta ja varaus, markkinointi sekä muun muassa tapahtumateknologian ja muiden palveluiden järjestäminen.

(Wikipedia 2010.) PCO toimihenkilö pitää huolen siitä, että tapahtuma on sujuva suunnittelusta toteutukseen saakka.

Meeting Professionals International eli MPI on suurin maailmanlaajuinen kokousalan ammattilaisten järjestö. Järjestön visio on kouluttaa ja luoda verkostoitumismahdollisuuksia sen jäsenille. Järjestöön kuuluu noin 24 000 jäsentä, joihin kuuluu tapahtumanjärjestäjiä, palveluiden tarjoajia, järjestöjä sekä akateemisia ja opiskelijajäseniä. Palveluidentarjoajajäsenet ovat suurimmilta osin hoteleissa ja kongressikeskuksissa työskenteleviä kokousalanammattilaisia.

MPI:n pääkonttori on Texasissa, Dallasissa ja sillä on alueelliset toimistot myös Torontossa sekä Luxembourgiin. MPI tarjoaa palveluita kansainvälisille jäsenilleen aluekohtaisten jaostojen avulla, sekä kansainvälisen Internet-sivustonsa tarjoamien jäsenetujen avulla. MPI:lla on yhteensä 71 jaostoa eri maissa, joista 12 on Euroopassa. Euroopassa jäseniä on noin 2300. Suomessa toimii paikallisesti MPI Finland Chapter, jossa on tällä hetkellä yli 100 jäsentä.

(Meeting Professionals International 2010.)

### 2.3 Webcasting-etäkokoukset

Webcastin on Internetin ja tietokoneiden avulla virtuaalisesti toteutettava kokoustapa, jota hyödynnetään etäkokouksia järjestettäessä. Webcasting-teknologian avulla kokousoosallistuja voi osallistua virtuaaliseen kokoustapahtumaan istumalla tietokoneen ääressä kuunnellen tapahtuman kulkua. Osallistuja voi ottaa osaa kokoukseen sen aikana tai kuunnella tilaisuuden puheet jälkikäteen sähköiseltä nauhoitteelta (Rogers 2008, 85.). Webcasting-teknologiaa käytetään muun muassa valtakunnallisten ja kansainvälisten televisio-ohjelmien lähettämisessä. Esimerkiksi Eurovision-ohjelma välitettiin Suomesta kansainvälisille televisiokanaville webcastingohjelman avulla vuonna 2007.

### 2.4 VOIP ja Skype

Voice over Internet Protocol eli VOIP on yleinen termi tekniikalle, jolla voidaan siirtää reaaliaikaisesti äänikommunikaatiota Internetin tai jonkin muun IP-protokollaa käyttävän verkoston välityksellä. IP-protokolla on koko Internetin ydin ja ainoa asia, joka yhdistää kaikkia Internetiä käyttäviä tietokoneita. Tämä teknologia on ollut huomattava kehitys eritoten tietokoneen kautta käytävien kansainvälisten puhelujen kehittämiseksi. Tämä teknologia muuttaa puheen digitaaliseen muotoon ja siirtää sitä paketteina Internet-verkon yli.

IP-puheluita varten tarvitaan päälaite sekä Internet-yhteys. Päälaite voi olla IP-puhelimen lisäksi muun muassa tietokone. Toiminnon käyttämiseen tarvitaan sekä kuulokkeet että mikrofoni. (Wikipedia 2010.)

Skype puolestaan on johtava maailmanlaajuinen Internetin välityksellä toimiva kommunikaatioyritys. (Skype 2010.) Skype käyttää samaa teknologiaa kuin VOIP, mutta Skype-ohjelmisto käyttää puolestaan omaa protokollansa, eikä ole yhdistettävissä muihin verkkopuheluohjelmiin. Nykypäivänä Skype-ohjelma on käytössä niin yrityksillä kuin yksityishenkilöilläkin. Ohjelman käyttäjät voivat soittaa maksutta toiseen Skype-osoitteeseen tai maksullisesti soittaa Skypen kautta

lanka- tai matkapuhelinliittymiin. Skypen kautta voidaan soittaa myös videopuheluita. (Wikipedia 2010.)

## 2.5 WEB 2.0 ja Wiki

Internetin välityksellä käytettävä Web 2.0 on sosiaalinen tiedon jakamisen alusta. Tämänkaltaisen teknologian avulla voidaan päivittää tiedostoja useilta eri tahoilta samanaikaisesti, ja ne tallentuvat Internetiin rakennetuille ohjelmasivustoille. Web 2.0-ohjelmaa voidaan käyttää sosiaalisena mediana, etäkokouksen tiedostopohjana tai tiedostona, jonka avulla jaetaan ideoita niin paikan päällä kuin etänä. Ohjelman kautta voidaan valitun ryhmän kesken jakaa tekstiä, kuvia tai videoita.

Wiki on software eli ohjelmisto, jonka avulla osallistujat voivat vapaasti luoda ja editoida Internetsivuston sisältöä käyttäen mitä tahansa Web tuottajaa, kuten Internet Exploreria, Firefoxia tai Safaria. Softwareteknologia mahdollistaa niin Internet-pohjaisten kuin käsin käytettävien välineiden tuottamisen. Software on yleinen termi monille erilaisille ohjelmille, joita käytetään tietokoneissa ja muissa teknologisissa välineissä. (Search Software Quality 2009.) Ensimmäinen Wiki oli nimeltään WikiWikiWeb ja se luotii vuonna 1995 c2.com- nimiselle Internet verkkotunnukselle (Wikipedia 2010a.). Wiki-sana on havajin kieltä ja tarkoittaa ”nopeaa” (c2 2009.). Wikiä käytetään helpottamaan kommunikaatiota ryhmässä. Wikiin voi olla vapaa pääsy kaikilta, tai sen käyttäjiä voidaan määrittää salasanoin.

## 3 KONGRESSI JA KOKOUS

Niin Suomessa kuin muualla maailmassa kokousalan termistö on edelleen kirjavaa. Erityisesti eri ikäpolvien ammattilaiset puhuvat monesti samoista asioista eri sanoin. Tony Rogersin mukaan termistön puutteellisuus sekä olemassa olevien termien kirjava käyttäminen eri puolella maailmaa sekä maiden sisällä johtuu siitä, että monet alalla työskentelevät ihmiset ovat ajautuneet alalle toisilta toimialoilta, eikä heillä ole kokousalan koulutusta. Hän kuitenkin toteaa, että asia

on onneksemme muuttumassa alan koulutuksen lisääntyessä eri puolilla maailmaa. (Rogers 2008, 20.) Kokoukselle, kongressille, konferenssille ynnä muille alan termeille on kuitenkin viralliset määritelmät, jotka vain arkikielessä unohtuvat helposti. Useat näistä määritelmistä ovat toisistaan poikkeavia.

### 3.1 Kokous-termin määrittely

Mirja Rautiainen ja Mika Siiskonen esittelevät kirjassaan Kokous- ja kongressipalvelut IAPCO:n eli International Association of Professional Congress Organisers määritelmät eri termeistä (IAPCO (2007) Rautiainen & Siiskonen 2007, 25.). Tämän määritelmän mukaan ”conference” eli konferenssi ja myös kokoukseksi suomeksi kutsuttava tilaisuus on pienempi kuin kongressi sekä luonteeltaan valikoidumpi. Konferenssi järjestetään asioiden selvittelyä, ongelmanratkaisua ja konsultointia varten. Tilaisuuden luonne ja osallistujamäärän pienuus mahdollistavat paremman tietojen vaihdon. Konferenssitermillä ei ole viitteitä tilaisuuden toistuvuudesta, eikä kestoa ole määritelty. Konferenssi kestää yleensä etukäteen määritellyn ajan ja sillä on selkeät tavoitteet. Tony Rogers määrittelee konferenssin pääosin samoin ja lisää myös, ettei konferenssi ole traditioon perustuva, vaan se voidaan kutsua koolle kun tarpeen vaatiessa (Rogers 2008, 20.).

Tony Rogers tukee IAPCO:n määritelmiä pääosin myös kongressista. Kongressi on suurempi ja säännöllisesti järjestettävä tilaisuus, johon IAPCO:n mukaan osallistuu jopa satoja tai tuhansia ihmisiä. Kongressin aikana järjestetään useita samanaikaisesti toteutettavia pienempiä koulutus- ja verkostoitumistilaisuuksia. Kongressi kestää myös useita päiviä. Rogers kirjoittaa, että kongressin toistuvuus määritellään suunnittelun alussa. Hän mainitsee myös, että kongressit voivat olla järjestöjen jäsenille suunniteltuja tilaisuuksia. IAPCO määrittelee, että kansainväliset kongressit järjestetään joko vuosittain tai useamman vuoden välein, kun taas kansalliset kongressit voidaan järjestää useamman kerran vuodessa. (Rogers 2008, 21.) Samalla kuitenkin järjestön määritelmän mukaan kongressissa tulee olla vähintään 300 osallistujaa, jotka tulevat vähintään viidestä eri maasta ja joista vähintään 40 prosenttia on ulkomaalaisia. Tässä kohden on epäselvää, voiko



suuria kansallisia tilaisuuksia, jotka täyttävät muut edellä mainitut määritelmät kutsua kongresseiksi. Sekaannusta aiheuttaa myös se, että Rogers mainitsee termiä ”kongressi” käytettävän myös eurooppalaisena määritelmänä vastaamaan Yhdysvalloista tutumpaa convention-termiä, jolle esimerkiksi suomen kielessä ei ole suoraa käännöstä.

Convention-termi määritellään IAPCO:n mukaan vastaamaan kokous- tai kongressi-sanaa, ja sillä on kaksi eri määritelmää. Se on lainsäätöelimen tai jonkin muun määrätyn ryhmittymän yleinen ja virallinen kokous, jonka tarkoitus on yksimielisyyden saavuttaminen ja se on kestoaltaan rajattu. Conventionilla on määrätty tavoitteet sekä aihe, josta keskustellaan ja neuvotellaan. Tämänkaltaiselle tilaisuudelle ei ole määritelty säännönmukaista toistuvuutta. Toisena määritelmänä IAPCO mainitsee convention-sanan merkitsevän Yhdysvalloissa käytettävää liiketilaisuutta, ja ne voivat joskus olla kansainvälisiä. Näissä tilaisuuksissa joko keskustellaan tai järjestetään kaupallisia näyttelyjä tai molempia. Tony Rogersin mukaan convention- tapahtuma sisältää verkostoitumismahdollisuuksia, erilaisia tilaisuuksia sekä ideoiden vaihtomahdollisuuksia. Hänen mukaan convention-tilaisuudessa saatetaan myös järjestää mahdollisuus messuille. (Rogers 2008, 21.) IAPCO:n määritelmät on otettu Rautiaisen ja Siiskosen kirjasta, sillä alkuperäisiin lähteisiin ei pääse ellei ole IAPCO:n jäsen.

Sekaannusta termistössä aiheuttaa sekin, että IAPCO määrittelee convention-termin merkitsevän samaa kuin kongressi- tai kokoustermit, joiden on kuitenkin määritelty sisältävän hieman eri asioita.

Rautiainen ja Siiskonen kirjoittavat, että kokouksen tarkoituksena on tehdä päätöksiä, tiedottaa, mahdollistaa keskustelua sekä valita henkilöitä eri tehtäviin. Kokous voi kestää useamman päivän tai vain muutaman tunnin. Kokous voi sisältää tilaisuuksia, joita järjestetään eri tiloissa mahdollisesti samanaikaisesti. Kokouksissa tarjotaan usein ruokaa, juomia, sosiaalisia tapahtumia, virkistysmahdollisuuksia sekä oheisohjelmaa. Mikäli tilaisuus on useampipäiväinen myös majoitus ja mahdollinen kuljetus tapahtumapaikalle on järjestetty. Kokouksia on monenlaisia ja ne voivat olla pieniä yhdistyksien kokouksia tai suuria

lääketieteellisiä kokouksia. Tilastoihin eri kokoukset määritellään seuraavasti: Kotimaisessa kokouksessa tulee olla vähintään 10 osallistujaa, joista yli 60 prosentin tulee olla kotimaisia. Kansainväliseen kokoukseen tulee osallistua vähintään 10 henkilöä, joista vähintään 40 prosentin on oltava ulkomaalaisia. Tilastoihin määriteltävät yhden päivän kokoukset ovat kestoaltaan 1 - 24 tunnin pituisia. (Rautiainen & Siiskonen 2007, 24.) Edellä mainitun määritelmän mukaiset tilaisuudet voitaisiin kuitenkin jakaa IAPCO:n mukaan eri termien alle, kuten konferenssi ja kongressi.

Tony Rogersin mukaan kokous on samantyylinen kuin convention. Sekavuutta esiintyy myös tässä määritelmässä, sillä hän määrittelee convention-termin tarkoittavan joissakin tilanteissa eurooppalaista kongressia. Hänen mukaansa osallistujat käyvät useissa, samanaikaisesti järjestettävissä, tilaisuuksissa, kuten tiedollisissa seminaareissa tai verkostoitumistilaisuuksissa. Hänen mukaan kokouksiin ei liity messutilaisuutta, mikä on erona kokouksen ja conventionin ja eurooppalaisen kongressin välillä. (Rogers 2008, 21- 22.)

Lehtori Rob Davidson Lontoon Westminster-yliopistosta opettaa liikematkailua sekä kongressien johtamista. Hän määrittelee kokouksen sateenvarjotermiksi, joka käsittää monenlaisia tapahtumia, kuten yritysten ja yhdistyksien järjestämiä konferensseja, opetusseminaareja, tuotelanseerauksia ja vuosittaisia yrityskokouksia. Hän esittää, että näiden tilaisuuksien tarkoitus on saada aikaan keskustelua osallistujien ja järjestäjien kesken. Osallistujat tämänkaltaisissa tilaisuuksissa voivat olla esimerkiksi työntekijöitä, osakkaita, asiakkaita tai jäseniä. (Davidson 2003, 3.)

### 3.2 Työssä käytettävät kokousalan termit

Opinnäytetyössäni käytän kokous-termiä kaikista tilaisuuksista, niin suurista kansallisista ja kansainvälisistä kokouksista, kuin pienemmistä tilaisuuksista.

Kokousten järjestämiseen liittyviä henkilöitä kutsutaan eri nimikkeillä ja suomenkieleen vakiintuneet käsitteet ovat pääosin lainattu suoraan

englanninkielen käsitteistä. Kokouksen alullepanija on yleensä taho, joka haluaa eri motiivien takia kutsua koolle valitut osanottajat. Englanninkielessäkin on ollut vaikeuksia löytää vakiintunutta termiä, mutta esimerkiksi Maarten Vannesten käyttämä content owner eli sisällön omistaja on alkanut vakiintua kokousalalla hänen Meeting Architecture-kirjansa julkaisun jälkeen. (Vanneste 2008, 31.) Tulen tässä työssäni käyttämään Vannesten sisällön omistaja-käsitettä. Maarten Vanneste on belgialainen kokousalan ammattilainen, joka on suosittu luennoitsija esimerkiksi MPI:n sekä sen aluekohtaisten jaostojen, joita kutsutaan nimellä Chapter, tapahtumissa. Hän on Abbit-yrityksen omistaja, joka tarjoaa kokousteknologia palveluja, sekä on kokousalan teknologia yrityksiä tukevan Meeting Support Institute- järjestön perustaja.

Kokouksen järjestämiseen liittyy myös kokousjärjestäjä, joka voi olla tapahtuman järjestävän tahon palveluksessa toimiva henkilö tai Professional Congress Organiser (PCO). PCO:ta voidaankin näin ollen kutsua kokouksen tuottajaksi.

#### 4 KOKOUSTAVOITTEET

Kokouksia järjestetään eri syistä ja niillä on aina jokin tavoite. Perehdyn kolmeen eri kokoustavoitteeseen eli kokouksen järjestämisen perimmäisiin motiiveihin. Nämä ovat uuden tiedon tai taidon opettaminen osallistujille, verkostoitumisen edistäminen sekä motivaation kasvattaminen. Kokoustavoitteet ovat merkittävien lähtökohdista kokousta ja sen sisältöä suunniteltaessa. Monesti kokous kuitenkin järjestetään, koska on vuosittaisen tapaamisen aika. Sisällön omistaja osaa kertoa, että kokouksen tarkoitus on verkostoitua, kehittää ideariihä, oppia uutta, kehittää tietoa ja taitoa, suunnitella tulevaa, markkinoida tuotetta tai yritystä tai nostaa esiin muita vastaavia yksittäisiä kokouksen esillekutsutumien tarkoituksia. Tämänkaltaisessa tilanteessa tapahtumanjärjestäjän tai PCO:n tulee osata kysyä oikeat kysymykset saadakseen selville tapahtuman todelliset sekä yksilölliset tavoitteet. Mikä on juuri tämän kokouksen tarkoitus tuoda valitut henkilöt tai tahot yhteen? Tavoitteen tietäessään tapahtumanjärjestäjä aloittaa tapahtuman rakentamisen, sen vaatimien tavoitteiden mukaisesti.

#### 4.1 Kokouksen järjestämistavoitteet

Perustan kokoustavoitteiden jaon Vannesten Meeting Architecture a manifesto- teoksen kolmijakoon. Perustelen valintani sillä, että kirja on vuoden 2009 yksi kohutuimmista kokousalan kehittämisestä kertovista teoksista, jonka yksi lähtökohta on juuri kokouksen tarkoituksen selvittäminen. Myös alan kirjailijat ovat kirjoittaneet uudempia kirjoja käyttäen Maarten Vannesten termistöä sekä kokoustavoitejakoa, kuten Steve de Wit kirjassaan Secrets of Effective Meetings & Events (2009). Steve de Wit on belgialainen kokousalan ammattilainen. Steve de Wit on ollut vuodesta 1989 vuodesta lähtien kahdenkymmenen vuoden ajan kokousjärjestäjä omassa BarranCo- nimisessä yrityksessään. Tämän jälkeen hän on alkanut luennoida eritoten kokouksien tehokkuudesta. Maarten Vanneste jakaa kokousmotiivit oppimiseen, verkostoitumiseen sekä motivoimiseen. (Vanneste, 2008.)

Kokousten tarkoitus on tuoda ihmisiä yhteen, jakaa ideoita, oppia uutta, neuvotella määrätyistä aiheista tai tiedottaa uusista tuotteista ja palveluista. Nämä tilaisuudet pyrkivät myös edistämään verkostoitumista sekä parantamaan osallistujien suorituskykyä. Kokous on Tony Rogersin mukaan yleistermi, jolla tarkoitetaan erilaisia kommunikaatiota mahdollistavia tilaisuuksia. Ihmisillä on luontainen tarve tavata kasvotusten ja näin mahdollistaa uusien ideoiden syntyminen sekä ongelmien ratkominen yhdessä. Nykypäiväisten kokousten juuret lähtevät pääosin poliittisten sekä uskonnollisten kokouksien järjestämisestä jo satoja vuosia sitten, kauan ennen kuin itse kokousalasta on edes puhuttu. Nyt kokoukset ovat usein liiketapahtumia sekä järjestöjen jäsenten kokoontumisia. (Rogers 2008, 4.)

Kokouksen järjestämisen ja toteuttamisen jälkeen tulee keskittyä siihen, että uutta opittua tietoa hyödynnetään parhaalla mahdollisella tavalla. Työssäni esittelemäni teknologiset välineet auttavat sisällön omistajia saavuttamaan parhaan mahdollisen tuloksen, sekä myöhemmin esille tuleva Event ROI eli Return on Investment laskelma auttaa laskemaan tuloksia.

## 4.2 Oppimista edistävä kokous

Oppimisen edistäminen on tunnetuin kokouksen tavoite. Uudesta toimintatavasta tiedottaminen, toimintasuunnitelman julkistaminen, uuden tuotteen lanseeraus tai uuden tuotantovälineen käyttöohjeiden selvittäminen ovat kaikki uutta tietoa antavia tilaisuuksia. Tilaisuuden tarkoitus on tällöin opettaa uutta tietoa, jota hyödyntämällä henkilöstö saa aikaan parempia tuloksia. Monesti opettavan kokouksen aikataulu on täytetty power point-esitelmillä. Näin ammattilaisten tieto ja taito välitetään osallistujille.

Osallistujien tulisi saada tutustua tapahtuman alkuvaiheessa toisiinsa, esimerkiksi esittäytymiskierroksen avulla. Näin ilmapiiri kevenee, jäykkyys poistuu ja osallistujien välille muodostuu luottamus. Näin he uskaltavat kertoa mielipiteensä. (Ravn 2006, 41.) Ravn korostaa, että tulisi muistaa antaa kuulijoille myös aikaa kirjoittaa ja sisäistää tietoa esitelmien aikana. Keskustellessaan muiden osallistujien kanssa osallistajat oppivat niin asiantuntijalta kuin myös toisiltaan. Ongelman ratkomistilanteessa erilaisten ihmisten päättelykyky auttaa oikean ratkaisun löytämisessä.

Ei kuitenkaan ole merkityksellistä, kuinka viisaita osallistajat ovat vaan tärkeää on, että ongelmaa pohditaan yhdessä. Kokouksessa merkittävää on ryhmässä syntyvän viisauden voima. (Surowiecki 2004, 29–36.) Myös Vanneste nostaa esiin, että järjestävä taho (yritys tai järjestö) voi oppia niin asiantuntijoilta kuin myös kokoukseen osallistujilta, kun heille annetaan kokouksessa tilaa tuoda esiin omia mielipiteitä sekä kokemuksia. Näin tilaisuuden hyöty maksimoidaan. (Vanneste 2008, 59.)

## 4.3 Verkostoitumista edistävä kokous

Verkostoituminen on erityisen tärkeää uusien innovaatioiden sekä ideoiden syntymiselle. Vanneste esittelee teknologian käyttömahdollisuuden verkostoitumisen yhteydessä. Pienien laitteiden avulla on mahdollista tavata satojenkin osallistujien tapahtumissa juuri se oikea henkilö, johon osallistuja on

halunnut tutustua. (Vanneste 2008, 65–68.) Esittelen itse välineet hieman myöhemmin.

Nykyään globalisaation yleistyessä verkostoitumista edistävät tapahtumat ovat lisääntyneet. Monikansalliset yritykset laajenevat ja niitä syntyy lisää. Monikansallista liiketoimintaa auttaa muun muassa halpalentoyhtiöiden myötä syntynyt liikkuvuuden helpottumien sekä kustannuksien lasku. Haasteina ovat kuitenkin muun muassa lentomatkoista lisääntyvät päästöt, jotka vaikuttavat ilmaston lämpemiseen, sekä taloudellisen taantuman aiheuttamat matkustusbudjettien leikkaukset. Verkostoitumista edistävän tapahtuman tarkoituksena on tavata uusia ihmisiä ja löytää heidän joukostaan juuri omalle alueelle hyödylliset yhteistyökumppanit tai asiakkaat.

Valtaosalle suomalaisista niin sanottu pakkoverkostoituminen ja itsensä esitteleminen uusille tuttavuuksille ei ole synnynnäisesti luontaista vetäytyvän luonteemme vuoksi. Tällöin lähestymistä avustava teknologia on hyödyllinen suojakilpi verkostoitumistilanteeseen.

#### 4.4 Motivaatiota edistävä kokous

Motivoivan tilaisuuden tarkoituksena on luoda uutta energiaa osallistujiin. Motivoimista ei usein ilmaista tapahtuman järjestämisen syyksi tai tarkoitukseksi, mutta kuitenkin sen rooli on merkittävä kokouksen kokonaistavoitteita asettaessa. Kokoukseen osallistuja harvoin pitää motivoitumista osallistumisen syynä. Motivoimiseen keskittyvät tapahtumat ovat pääosin virkistyspäiviä, joilla pyritään yhteishengen kohottamiseen. Näitä ovat muun muassa yritysten järjestävät pikkujoulut, kannustematkat, uuden yrityksen lanseeraamistapahtumat sekä erilaiset näytökset ja esitykset. Motivoivassa tilaisuudessa teknologia toimii elävöittäjänä ja luovuuden välittäjänä.

Vanneste käyttää PERFECT akronyymiä selittämään motivaatiokeskeisen tapahtuman olennaisia piirteitä. P tarkoittaa sanaa ”professional” eli kokouksen ammattimaista etenemistä. E tulee expertise-sanasta, jolla hän tarkoittaa

ammattiosaajien puheita ja sessioita. Näin kokoukseen saadaan asiantuntijoilta osallistujille arvokasta tietoa. Kuuluisien puhujien läsnäolo myös motivoi kutsuttuja osallistumaan kokoukseen. R tarkoittaa sanaa ”respect” eli kunnioitusta. Kuten jo aiemmin viittasin, on tärkeää että osallistujaa sekä hänen mielipiteitään kuunnellaan ja kunnioitetaan. F tulee sanasta ”fun” eli hauska. Kokouksissa tulee aina olla myös jokin hauska elementti, jotta osallistujat ylläpitäisivät kiinnostuksensa. On tärkeää ottaa osallistujat aktiivisesti mukaan opetukseen eikä panna heitä kuuntelemaan pitkän päivän ajaksi pelkkiä esitelmiä. Monesti hauskuuselementti tuodaan esiin vasta varsinaisen opetustuokion jälkeen illallisella tai iltaohjelmalla. Vanneste kuitenkin huomauttaa, että olisi hyvä ottaa hauskuus osaksi itse opetusosiota. Näin kuulijat pysyvät motivoituneina läpi istunnon.

Seuraava E tulee sanasta ”evaluation”, tällä Vanneste tarkoittaa testaamista. Hyvä tapa pitää yllä motivaatiota on, testata osallistujien oppima tieto heti kokouksen jälkeen. Kun osallistuja tietää tulevasta testistä, hän keskittyy aiheeseen paremmin. C eli ”continuation” tarkoittaa sitä, että kokouksen jälkeen tulisi nostaa siellä puhuttu aihe toistuvasti uudelleen esiin. Näin tilaisuudessa opittu tieto jää paremmin mieleen ja sen oppimiselle syntyy merkitys. Viimeinen kirjain T tarkoittaa ”tying” eli yhteen sitominen. Seuraavassa kokouksessa tulee palauttaa mieleen edellisen kokouksen tulokset ja pohtia niitä uusien päätelmien ja tulosten valossa. Kun yksittäisestä kokouksesta tehdään osa kokoussarjaa, on osallistujien helpompi pysyä motivoituneina ja näin he myös oppivat paremmin uusia asioita. (Vanneste 2008, 69–71.)

## 5 KOKOUSTEKNOLOGIA

Teknologian ja digitaaliteknologian kehitys on helpottanut kokouksien ja tapahtumien järjestämistä, niin ennen, tapahtuman aikana kuin sen jälkeenkin, ja tehnyt siitä tehokkaampaa. Videokonferenssit, virtuaaliset kokoukset, käsin käytettävät välineet ynnä monet muut teknologiset kokousjärjestämistä helpottavat välineet pohjautuvat Internetin sekä software-tekniikan kehittymiseen. Internetyhteys ja sen kautta käytettävä World Wide Web (eli www)

mahdollistavat esimerkiksi maailmanlaajuisen markkinoinnin, rekisteröitymisen sekä virtuaaliset kokoukset. ( Fenich 2005, 158–159, 405–412, 434, 434.)

Viime puolentoista vuosikymmenen aikana on tapahtunut huomattava muutos informaatioteknologiassa ja siinä, kuinka yksilöt voivat käyttää sosiaalista teknologiaa, esimerkiksi verkostoitumiseen sekä uuden tiedon välittämiseen. Tähän muutokseen on vaikuttanut teknologian nopea kehitys. Digitaalisesta ympäristöstä on tullut merkittävä tekijä yrityskehityksessä. (Benkler 2006, 1 - 2, 11. )

Nykyään Internet on osa monien päivittäistä elämää, niin työssä kuin arjessa, eikä sitä pidetä enää teknologisena innovaationa. Kuitenkin niin Benkler kuin Fenich korostavat Internetin nopean kehityksen merkitystä kokous- ja tapahtuma-alalla. (Benkler 2006, 1 - 3; Fenich 2005, 405.) Nopeasti muuttuvan teknologiakehityksen perässä pysyminen on vaikeaa, erityisesti kongressikeskuksien johtajille (Fenich 2005, 416.). Samaan viittaa Corbin Ball, teknologia-asiantuntija sekä tapahtumanjärjestäjä, esittäessään kuinka tärkeää kokouskeskuksille on, että niillä on oikea sekä laaja-alainen teknologinen infrastruktuuri eli kokouskeskukseen valmiiksi asennettu teknologia, kuten esimerkiksi langaton Internetmahdollisuus, johon on helppo yhdistää uusia innovatiivisia välineitä (Unique Venues Viewpoint 2007).

### 5.1 Innovatiivinen kokousteknologia

Max McKeown'n mukaan: ”innovaatio on uutta asiaa, joka otetaan käyttöön hyödyllisesti”. Jotkut innovaatiot ovat riippuvaisia toisista innovaatioista. Esimerkki tällaisesta innovaatiosta on sähkölamppu, joka on riippuvainen sähkösaannista, generaattoreista sekä johdottamisesta. (McKeown 2008, 2 - 4.) Kokousalalla tällaisesta innovaatiosta esimerkkinä on Ballin huomio siitä, että tarvitaan laaja-alainen teknologinen infrastruktuuri pohjaksi, johon on helppo yhdistää uusia innovatiivisia välineitä (Unique Venues Viewpoint 2007).



Tekes määrittelee innovaation haasteeksi yrityksille ja niiden henkilöstölle. Innovatiivisuus on jatkuvaa uuden luomista ja uusien mahdollisuuksien näkemistä. Tekesin julkaisussa ”Innovaatiotoiminnan vaikutukset” kerrotaan, kuinka innovaatiotoiminnan välittömät vaikutukset näkyvät olemassa olevien yritysten kasvuna ja menestyksenä sekä julkisten palvelujen tehostumisena. Innovatiivisuus auttaa parantamaan yritysten tuotteita ja kasvattaa niiden liiketaloudellisia tuloksia globaalissa taloudessa. (Tekes 2008.) Kokousala on Suomessa vielä pieni ja kasvun edessä. Näin ollen innovaatioilla on suuremmat mahdollisuudet saada näkyvyyttä sekä menestystä. Teknologian kehittämällä mahdollisuuksilla on voimakas vaikutus uusien innovaatioiden mahdollistamiselle kokousalalla. Digitalisoinnin sekä Internetin avulla on kehitetty niin tapahtumarekisteröintiohjelmia kuin webcastingetäkokous-ohjelmistoja.

## 5.2 Kokousteknologia trendinä ja sen kehitys

Kokousteknologia ovat vallitseva trendi kokousalalla. Rogersin mukaan nykyään odotetaan, että teknologian avulla kokousten osallistujamäärä saadaan kasvamaan. Teknologian avulla osallistuminen on edullisempaa ja tapahtumiin osallistuminen on helpompaa suuremmalle, erityisesti kansainväliselle, yleisölle. (Rogers 2008, 84.)

Tony Roges kirjoittaa teknologian kehityksestä viittaten Englannin konferenssimarkkina- tutkimukseen (Rogers 2008, 84). UK Conference Market Survey 2006 paljastaa, että Englannissa toteutetun tutkimuksen vastaajista 63 prosenttia käytti videokonferenssia, kun vuonna 2005 vastaava luku oli 51 prosenttia. Puhelinkonferenssia käytti 81 prosenttia 2005 vuoden vastaajista, kun 2001 vuoden tutkimuksessa luku oli 72 prosenttia. Webcasting-teknologiaa käytti vuonna 2005 19 prosenttia vastaajista, kun edellisenä vuonna sen käyttäjiä oli vain yhdeksän prosenttia vastaajista. Keskiarvona tämä on lähes 10 prosentin kasvu kaikkien mainittujen teknologioiden käytössä.

Virtuaalisten kokousten määrän oletetaan nousevan huomattavasti teknologian kehityksen myötä. Kokousalan johtava kansainvälinen julkaisu MPI:n ONE+, omisti koko maaliskuun 2010 numeron kokousalan teknologialle ja sen kehitykselle. Pääkirjoituksessaan lehden päätoimittaja David Basler nostaa esiin teknologiajulkaisun Wired Magazinen viimeisimmän tutkimuksen, joka ennustaa, että vuonna 2010 kokousala tulee todistamaan 500 prosentin kasvun virtuaalisten kokousten käytössä. (Basler 2010, 2.)

### 5.3 Kokousteknologian tuomia haasteita

Palvelutalous on ollut nousussa kehittyvissä maissa viime vuosikymmeninä, mutta teknologian keinoin sitä ei ole voitu kehittää samassa mittakaavassa kuin teollisuustaloutta. Näin ollen on tullut tarve keskittää voimavaroja teknologisiin innovaatioihin, mikä vaatii yrityksiltä innovaatiopolitiikkaa. Tämä on kuitenkin ollut hankalaa, sillä huomattavasti pienempi osuus palveluyrityksistä harjoittaa innovaatiotoimintaa verrattessa teollisuusyrityksiin. Tämä johtuu monesta asiasta, kuten siitä, että palveluyritysten innovaatiotoiminta on monipuolisempaa sekä siitä, että suuret palvelualanyritykset sijoittavat vähemmän varoja innovaatiotoimintaan kuin teollisuusyritykset. Palveluyritysten tuotannon luotettava mittaaminen on haastavaa, koska toiminta on usein epämuodollista ja, koska se hyödyntää useita tietolähteitä. Näin ollen teknologisten palveluinnovaatioiden määrittäminen on monimutkaista. (Maliranta & Ylä-Anttila. 2007, 83 - 86.)

Kokousteknologiassa ja sen käyttöönotossa tulee vastaan myös useita muita ongelmia. Teknologian muutosten taustalla ovat pienet parannusinnovaatiot, joita kehitetään jatkuvasti olemassa oleviin välineisiin. Kuitenkin tuottavuus ja kasvukehitys määräytyvät yritysten kyvystä hyödyntää uudenlaisia läpimurto-innovaatioita sekä niihin liittyviä yleiskäyttöisiä teknologioita. (Maliranta & Ylä-Anttila 2007, 105.) Myös asiantuntemus on edelleen vähäistä. Nämä ongelmat ovatkin usein merkittävin syy siihen, että olemassa olevaa teknologiaa ei osata hyödyntää oikein. Kokouksiin suunnattu teknologia on monimutkaista ja vaatii tapahtumanjärjestäjiltä sekä kokoustiloilta ja henkilökunnalta erityiset tiedolliset,

fyysiset ja ajalliset puitteet. Kokousteknologia on myös hyvin kallista. Monet erityistuotteet eivät ole vielä saapuneet Suomeen, joten haasteena on myös niiden vuokraamis-, osto- ja kuljetuskustannukset ulkomailta. Tällöin tulee palkata myös ulkoista työvoimaa, joka on erikoistunut laitteiston käyttämiseen.

Teknologian käytössä on tärkeää, että palvelu toimii asiaankuuluvalla tavalla eikä virheitä tai viiveitä tapahdu. Palvelu itsessään on monimuotoinen ilmiö. Se voi olla sekä henkilökohtaista palvelua, että palvelutuote. Merkittävää palvelun määrittelyssä on, että se sisältää vuorovaikutusta palveluntarjoajan kanssa ja se tuotetaan ja kulutetaan samanaikaisesti. Tämä tarkoittaa sitä, että asiakas on itse osa palvelun onnistumiskokemusta, eli hänellä on rooli palvelun kanssatuottajana. Tämä tuo haasteellisuutta kokousteknologian käyttöönotossa, sillä pieniinkään virheisiin ei ole varaa palvelua tuottaessa.

Mikäli asiakas itse käyttää teknologisia välineitä tilaisuuden aikana, niiden käyttöohjeet tulee olla selostettu niin, että välineiden käyttäminen on mahdollisimman helppoa. Myös kokousteknologian käytön laadunvalvonta etukäteen on lähes mahdotonta ja sen toteuttaminen vaatii ehdotonta asiantuntemusta. Asiakas huomioi monesti vain kokouspalvelutilanteessa näkyvän osan eikä kiinnitä huomiota taustatoimiin, vaikka ne ovat elintärkeitä tilaisuuden onnistumiselle. Näin ollen teknologiaa käytettäessä itse tilaisuuden aikana on palvelun sujuvuuteen kiinnitettävä huomiota. (Gröngroos 2009, 76 - 81.). Virheisiin ei ole varaa, sillä epäonnistunutta palvelutapahtumaa on lähes mahdotonta korjata jälkikäteen. On turvallisempaa käyttää hyvin toimivaa, yksinkertaista teknologiaa, kuin monimutkaista teknologiaa ilman asiantuntemusta. Teknologisten välineiden toimimattomuus voi vaikuttaa merkittävästi tuloksiin ja kokousomistajan tyytyväisyyteen.

Nykyään keskustellaan myös siitä, onko teknologia nousemassa kokousjärjestäjiä vastaan. Rogersin mukaan tätä ei tulisi pelätä, sillä hän uskoo, että osallistujamäärän kasvaminen tulee olemaan merkittävämpi trendi kuin kokousalalla pelätty teknologian vaikuttaminen järjestettyjen kokousten osallistujien vähänemiseen (Rogers 2008, 85.). Alalla on teknologian kehittymisen myötä kuitenkin ollut huolestunutta keskustelua, siitä että

teknologian kehittyminen tulee vähentämään järjestettävien kokousten määrää. Tätä pelätään sen vuoksi, että tietokoneiden avulla järjestettävät etäkokoukset ovat yleistymässä. Corbin Ball kuitenkin huomauttaa, että ihmiset tulevat aina kaipaamaan kasvojen tapaamista, erityisesti nykypäivän tietokoneyhteiskunnassa, jossa suuri osa ihmisistä joutuu viettämään suurimman osan työajastaan tietokonepääteiden edessä. Koska tarvitsemme henkilökohtaista kontaktia, ei ole syytä pelätä, että teknologia veisi kokousjärjestäjien työpaikat. Hän kommentoi vitsikkäästi, ettei sellaista asiaa ole olemassakaan kuin sähköinen olut. (Unique Venues Viewpoint 2007.)

#### 5.4 Webcasting-etäkokoukset

Webcasting-ohjelmaa voidaan käyttää esimerkiksi luentotilaisuuksissa, seminaareissa, markkinoinnissa, lehdistötilaisuuksissa, tuotelanseerauksissa sekä TV-ohjelmissa, mainoksissa sekä musiikkivideoissa. Esimerkiksi pörssiyritykset käyttävät webcastingteknologiaa sijoitusviestinnässä, osavuositarkastuksissa sekä yhtiökokouksissa. Korkeatasoisen videotuotannon avulla webcastingteknologiaa on käytetty myös Euroviisujen sekä yleisurheilun MM-kilpailujen kansainvälisissä lähetyksissä. Webcasting on nykyään osa monia työyhteisöjä, mutta kuitenkin laajempi tietämys tämän teknologian tarjoamista mahdollisuuksista ei ole vielä tiedossa. (Lehtola 2009.)

Webcastingkokous vaatii korkeatasoisen laajakaista yhteyden toimiakseen virheettömästi. Kokouksen tyylin mukaan voidaan valita tarvittava webcastingjärjestelmä. Joskus kokous on täysin informatiivinen eikä vaadi kaksisuuntaista kommunikaatiota. Tällöin voidaan käyttää yksisuuntaista menetelmää, jolloin kokouksen pitäjä välittää esityksensä yleisölle. Esitys voi sisältää niin tekstiä, ääntä kuin kuvaa. Tällöin vastaanottajat eivät voi osallistua kokouksen aikana, mutta jälkikäteen voidaan järjestää aika palautekeskustelulle ja kysymysten esittämiselle. (Fenich 2005, 425 - 427.)

Jos kokouksen tarkoituksena on saada aikaan ideoita tai keskustelua määrätystä aiheesta, kannattaa valita kaksisuuntainen järjestelmä. Tällöin kokousohallitajat

voivat ottaa osaa keskusteluun webcasting-ohjelman sähköisien viestiruutujen sekä VOIP ohjelmien (Voice over Internet Protocol eli Internet säännösten välityksellä lähetettävä ääni) kautta.

VOIP-ohjelmista maailmanlaajuisesti tunnettu formaatti on Skype, jonka kautta voidaan soittaa Internetin välityksellä ilmaiseksi toisiin tietokoneisiin tai Skype-puhelimiin. Skypen kautta voidaan järjestää myös konferenssipuheluita, joihin voidaan sisältää webkameran kautta lähetettävä kuva ja osallistujien puhe mikrofonin kautta, ja tämän lisäksi voidaan lähettää dokumentteja Skypen kirjoitus pohjan kautta. Toinen yleisesti käytetty formaatti on Microsoftin Meeting Space, jonka kautta kokoukseen voidaan yhdistää jopa kymmenen henkilöä, jotka voivat jakaa tietokoneidensa kuvaruudut sekä dokumentteja Internetyhteyden välityksellä. Sekä Skype että Microsoftin Meeting Space-palvelut ovat ilmaisia, omalle tietokoneelle Internetistä ladattavia ohjelmia. (Skype 2009; Microsoft 2009.)

Webcasting-palvelun voi myös ostaa kolmannelta osapuolelta. Tarjolla on paljon webcastin palveluja, joilla on laajat toiminnot ja joiden toimivuudesta vastaa palveluntarjoaja. Kun kyseessä on videokonferenssi, johon osallistuu paljon ihmisiä ja jonka tarkoituksena on päättää merkittävistä asioista, voidaan yrityksille ja järjestöille suositella kolmannen osapuolen järjestämää palvelua. Jokaisen osallistujan tulee ladata koneelleen joko johtaja- tai osallistujaversio ohjelmasta. Palvelun tarjoaja ohjaa käyttäjiä ja vastaa ohjelman toimivuudesta. (Fenich 2005, 427.)

Suomen korkeakouluissa, esimerkiksi Lahden ammattikorkeakoulussa, on alettu käyttää Adobe Acrobat Connect Pro- webcasting-ohjelmaa virtuaaliopetuksessa. Näin luennoitsija jakaa oman ruutunsa opiskelijoille, luennoi mikrofonin kautta ja voi käyttää myös webkameraa ollakseen näkyvillä osallistujille. Myös osallistujat voivat käyttää mikrofontia ja webkameraa halutessaan. He voivat osallistua keskusteluun myös chat-keskustelun kautta.

Videokonferenssitekniologia ei kuitenkaan tule olemaan perinteisten kokousten järjestäjille uhka, sillä ihmiset tarvitsevat myös sosiaalista kanssakäymistä. Corbin

Ball on sitä mieltä, että nykypäivän toimistoissaan tietokoneiden äärellä työskentelevät liikemiehet tarvitsevat myös henkilökohtaista kontaktia. Näin ollen ei ole vaaraa, että Web 2.0 ja muut Internetin kautta järjestettävät online-kokoukset korvaisivat fyysiset kokoukset. Verkossa toimiminen on nopeaa ja tehokasta, mutta tarvitaan myös kokemusten jakamista kasvotusten. (Ball 2007.)

Työharjoittelussani MPI:lla, Meeting Professionals Internationalissa, järjestin kansainvälisen Webcasting-kokouksen Readytalk-nimisellä ohjelmistolla syksyllä 2009. Osallistujia oli kutsuttu 13 eri maasta. Tapahtumaan osallistuttiin soittamalla määrätyn palvelimen kongressinumeroon, jossa kaikki osallistujat sekä esityksen pitäjä olivat samalla linjalla. Samanaikaisesti osallistujat pääsivät näkemään Power point-esityksen kirjautumalla tietokoneillansa sisään Readytalk-ohjelmiston linkin kautta suoraan esitykseen. Osallistuminen vaati osallistujilta puhelin- sekä Internetiyhteyden. Ohjelman avulla osallistujat kuulivat ja näkivät esityksen reaaliajassa. Tilaisuus nauhoitettiin, jotta se voitiin jakaa niille, jotka eivät päässeet kuulemaan esitystä reaaliajassa. Jälkikäteen esitys voitiin jakaa yksinkertaisesti lähettämällä nauhoite sähköpostilla kaikille webcastingtilaisuuteen kutsutuille.

MPI toteuttaa tämänkaltaisia webcastingkokouksia useamman kerran vuodessa edistäkseen kommunikaatiota maakohtaisten osastojen ja Euroopan toimiston välillä. Teknologia auttaa matkustamisen vähentämisessä ja on keino tuoda maakohtaiset osastot jakamaan kokemuksia yksinkertaisella tavalla.

## 5.5 Oppimista edistävä kokousteknologia

Tanskassa toteutettiin vuosina 2004 - 2006 Oppivan kokouksen tutkimus- ja kehitysprojekti (Learning Meeting Research and Development Project).

Tanskalainen Learning Lab toteutti tutkimuksen yhteistyössä neljän eri kokouspaikan sekä niiden suurimpien asiakkaiden kanssa. Suurimpia asiakkaita olivat The Radisson SAS Hotels, Odense Congress Centre, Hotel Logoland, Best Western Nyborg Strand sekä Danske Bank.

Tutkimus keskittyi suurempiin kokouksiin, joiden tarkoituksena oli parantaa oppimista osallistujien keskuudessa kommunikaation, inspiroinnin sekä aikaansaavan opetuksen kautta. Learning Labin tutkimuksen perustana on kommunikaatio ja ihmisten ohjaaminen kokouksen aikana, jotta oppiminen olisi osallistujalle helpompaa. (Ravn 2006.)

Ravn ja Elsborg kirjoittavat, kuinka tärkeää on saada kokousohallitajat ottamaan osaa keskusteluun. Tämä toteutetaan osaksi niin, että teoria sessioiden välissä toteutetaan esimerkiksi ”minikokouksina”. Nämä koostuvat kahden, kolmen tai neljän hengen ryhmistä, joiden tarkoituksena on keskustella yhdestä puhujan antamasta aiheesta ennaltamäärätyn ajan. Näiden ”minikokousten” tarkoituksena on saada osallistajat luomaan omia ajatuksia aiheesta ja esitellä niitä muille osallistujille. (Ravn 2006, 21 - 25.)

Alallemme on kehitetty useita teknologisia välineitä, joiden avulla kokouksessa tapahtuvaa oppimista parannetaan. Seuraavaksi esittelen kolme valitsemaani teknologiaa, joiden avulla oppimista voidaan edistää kokoustilanteessa.

Ensimmäinen pohjautuu samaan periaatteeseen kuin edellä mainitut ”minikokoukset”, mutta ne järjestetään wiki-teknologian avulla. Toinen on tuotantojärjestelmä, jossa olen nostanut esiin SonyAnycast-nimisen välineen, sillä oletukseni on ollut, että tämä merkki on tapahtumantuottajille tunnetumpi kuin muut samaa teknologiaa käyttävät tuotteet. Viimeisenä esittelen kotimaisen Response-äänestyslaitteen.

### 5.5.1 ”Minikokouksia” Wikin avulla

”Minikokouksia” voidaan toteuttaa myös Wiki Workshopin avulla. Wiki Workshop on Web 2.0-teknologiaan perustuva virtuaalinen keskustelualusta. Tutumpi lähtökohta tutustua wikiin on ajatella lähes kaikille tiedonhakijoille tuttua wikipediaa, joka on globaali tiedonhakujärjestelmä. Se perustuu samaan Web 2.0-teknologiaan, jonka avulla sivustoa käyttävät ihmiset voivat lisätä tietoa ja kommentteja määrätystä aiheesta muiden luettavaksi. Alkuperäisen Wikipedia-hankkeen tarkoituksena on ollut tuottaa uudenlainen virtuaalinen tietosanakirja, joka on sekä kattava, että käytettävissä vapaasti kaikille määrätystä aiheesta kiinnostuneille. (Wikipedia 2009.)

Belgiassa Turnhoutissa toimiva Abbit-tapahtumanjärjestäjäryitys toteutti ensimmäisen Wiki Workshop-ohjelmaan perustuvan kokouksensa Brysselissä lokakuussa 2007. Tilaisuus järjestettiin The Holiday Inn Brussels Airport-hotellille, joille Abbit järjesti asiakastapaamisen. Kaksikymmentä osallistujaa jaettiin kolmeen ryhmään, joille annettiin värit ja nimet. Ryhmien nimet olivat maa, tuuli ja tuli. Tilaisuuden tarkoitus oli saada mahdollisimman paljon osallistujalähtöisiä ideoita ja kysymyksiä Holiday Inn hotellista, jonka asiakkaina he olivat. Tämä menetelmä perustui bottom-up eli alhaalta ylöspäin lähtöiseen oppimiseen. Web 2.0-teknologian avulla myös osallistujat voivat luoda sisältöä kokoukselle, ei vain puhuja tai järjestäjä. Tilaisuuden tuloksena Holiday Innille saatiin yhteensä 3000 uutta kehitysideaa.

Wiki on tapahtuman järjestämisessä oiva väline läpi tapahtuman suunnittelun, toteutuksen sekä jälkimarkkinoinnin. Ennen tapahtumaa avattuun wikiin osallistujat voivat kirjoittaa heitä askarruttavia kysymyksiä, joihin toivoisivat saavansa vastauksia. Kokouksen aikana he voivat yhdessä pienryhmissä keskustella opittavasta aiheesta ja jälkikäteen kirjoittaa wikiin oliko uudesta opista hyötyä ja kuinka he ovat päässeet käyttämään sitä työssään. (Abbit, one pages.)

### 5.5.2 Tuotantojärjestelmät, esimerkiksi Sony anycast



Tuotantojärjestelmä on väline, jolla ohjataan kokouksessa käytettävää teknologiaa, kuten valkokankaalle tai televisioruudulle lähetettävää videota tai presentaatioita ja mikrofonien kautta kuuluvaa ääntä. Monessa kokouskeskuksessa on oma laitteisto, mutta tapahtumanjärjestäjä tai PCO eli professional congress organiser voi omistaa myös oman välineistön, jolla oman henkilökunnan avulla ohjaa koko tilaisuutta. Näin ei tapahtumanjärjestäjän tarvitse vuokrata henkilökuntaa ja välineistöä. Tämän välineen omistaminen laajentaa myös kokouspaikkavalikoimaa, kun tapahtumanjärjestäjien ei tarvitse olla riippuvaisia kokoupaikan teknologiasta.

Tuotantojärjestelmiä on monenlaisia ja monen merkkisiä. Olen ottanut esimerkiksi näistä tuotantojärjestelmistä Sony Anycast-tuotantojärjestelmän. Sony Anycast on Sony-yrityksen kannettava tuotantojärjestelmä, joka on suunniteltu kokousjärjestäjille. Tämä tuotantojärjestelmä on suunniteltu mukana kuljetettavaksi, ja sen koko on 424 millimetriä kertaa 114 millimetriä kertaa 354 millimetriä ja sen paino on 8 kiloa, joten väline on kädessä kannettavan kokoinen. Väline yhdistää kokouksessa tarvittavat teknologiset välineet yhden tuotantojärjestelmän kautta ohjattaviksi. Näin kokouksen teknologian ohjaamiseen tarvitaan vain yksi ihminen. Laitteen kautta voidaan ohjata mikrofoneja, kaiuttimia, videota, esitelmiä tai vaikka valoja. Siihen voidaan liittää myös ulkopuolisia välineitä, kuten lisäkameroita. (Sony 2010.)



Kuva 1. Sony Anycast kannettava tuotantojärjestelmä. (Sony 2010.)

### 5.5.3 Äänestysteknologia, Response-äänestyslaite

Äänestyslaitteita käytetään, jotta saadaan reaaliajassa tietoa kongressiin osallistujien mielipiteistä. Nykyään suurin osa äänestyslaitteista on langattomia, mikä helpottaa niiden käyttöä suuremmissa tilaisuuksissa. Laitteen ulkomuoto on helposti muokattavissa. Yleisimmin ne ovat perinteisen matkapuhelimen kokoisia välineitä. Myös tulosten laskettavuus sekä tallennettavuus on parantunut äänestysteknologian kehittymisen myötä. Äänestykset voidaan suorittaa paikan päällä ja ohjelmisto laskee tuloksen heti. Tulokset voidaan tallentaa niin, että niitä voidaan hyödyntää myös tilaisuuden jälkeen. Response-äänestyslaite, joka on nostettu esille myös kyselyssä, on suomalainen, radioaalloilla toimiva laite. Response-ohjelmisto on yhteen sopiva perinteisen Microsoft Office-ohjelmiston kanssa, joten tulosten arkistointi ja jakaminen on palvelun käyttäjälle helppoa. Tämän äänestyslaitteen avulla on mahdollista käyttää järjestävää, arviottavaa tai monikierrosäänestystä perinteisen monivalintaäänestyksen lisäksi. Äänestystyyppit sisältävät myös graafisia näyttötiloja, joilla voidaan havainnollistaa ja tarkentaa äänestystuloksia. (Response 2010.)

Response-ohjelmistolla voidaan myös suunnitella omanlainen äänestys käyttämällä Microsoft Exceliin integroitua järjestelmää. Näin käytettävissä ovat kaikki Excelin monipuoliset kaaviot ja laskentaominaisuudet. (Response 2010.)



Kuva 2. Response äänestyslaitesalkku. (Response 2010.)

## 5.6 Verkostoitumista edistävä teknologia

Verkostoituminen on merkittävä tekijä erityisesti kokousalalla. Kuten aikaisemmin on tullut ilmi, kokouksien tarkoitus on tuoda saman alan ihmisiä yhteen oppimaan uutta, sekä jakamaan kokemuksia ja ideoita tilaisuuden aihepiiristä. Nick Morgan, joka on yhdysvaltalaisen Public Words Inc-yrityksen johtaja, kirjoittaa blogissaan Harvard Business Review:ssä, että koska kokouksia, joissa päästään keskustelemaan kasvotusten, järjestetään vähemmän taloudellisen taantuman takia, tulee osaanottajat ottaa yhä tiiviimmin mukaan tapahtuman keskipisteeksi ja saada heidät osallistumaan. (Morgan, 2010.) Verkostoituminen alan muiden ammattilaisten kanssa auttaa yhteistyössä niin kokouksessa kuin sen jälkeenkin. Teknologian ja kokousalan kehitys on tuonut useita välineitä alallemme edistämään verkostoitumista. Seuraavaksi esittelen kolme tuotetta, jotka on suunniteltu erityisesti verkostoitumisen edistämiseen kokoustilanteessa.

### 5.6.1 Kokousverkostointia edistävä teknologinen laite Spotme

Spotme on kokouksissa verkostoitumisen edistämiseen erikoistunut työväline. Spotme tuli markkinoille vuonna 2001 Sveitsissä ja on saanut osakseen suosiota. Tuote on myös palkittu vuoden 2007 EIBTM Worldwide Technology Watch Awardilla, jolloin sen kerrottiin olevan alan tärkein innovaatio.

Spotme on pieni mukana kannettava taskutietokone (tarkemmin 15 senttimetriä kertaa 7 senttimetriä kertaa 1,8 senttimetriä) ja painaa 200 grammaa. Siihen syötetään tiedot kaikista kokouksen osallistujista. Saapuessaan kokoukseen osallistujat kuvataan ja kuva tallennetaan heidän omaan profiiliin. Näin osallistujat voivat esimerkiksi nimen tai maan perusteella etsiä osallistujia välineen avulla. Mikäli he haluavat tavata jonkin henkilön, he voivat lähettää hänelle kokouskutsun tai etsiä hänet radar eli tutkaominaisuuden avulla. Tätä ominaisuutta käyttävällä Spotme alkaa väristä silloin, kun valittu henkilö saapuu lähelle etsijäänsä.

Spotmella voidaan myös vaihtaa sähköisiä käyntikortteja. Kaikki osallistujan keräämät käyntikortit lähetetään hänelle sähköpostilla tapahtuman jälkeen. Spotmella on myös muita ominaisuuksia, kuten äänestysmahdollisuus, ja siihen voi syöttää tapahtuman ohjelman ja kokoustilan kartan. Mikäli aikatauluun tulee muutoksia tai tapahtumanjärjestäjällä on muuta ilmoitettavaa osallistujille, he voivat lähettää viestin heille Spotmen kautta. Osallistuja voi rakentaa oman henkilökohtaisen aikataulunsa Spotmehin kirjaten sinne tapaamiset ja tilaisuudet, joihin aikoo kokouksessa osallistua. Spotme mahdollistaa myös tapahtuman sponsoreiden tunnustamisen. Välineen kautta voidaan suorittaa myös tyytyväisyyskyselyitä, jolloin tulokset saadaan heti tilaisuuden päätyttyä eikä ylimääräisiä papereita tarvitse tulostaa. (Spotme 2010.)

Esimerkiksi MPI on käyttänyt Spotme taskutietokonetta vuosien 2009 ja 2010 konferensseissaan. Molemmilla kerroilla tuote on ollut suosittu.

Lähes kymmenen vuoden olemassaolonsa jälkeen Spotme-väline on vanhentunut markkinoilla. Laitteen ulkomuotoa ei ole uudistettu muutamaan vuoteen ja suuren kokonsa vuoksi se on kokousohallistujille hankala. Monilla on nykyään älypuhelin, kannettava tietokone, joita he kantavat mukanaan kokouksissa. Näiden lisäksi mukana kannettava Spotme unohtuu helposti laukun pohjalle. On myös mahdollista, että Spotme-ohjelmiston kaltaisia ominaisuuksia voidaan ladata myös älypuhelimien ja näin korvata laite. Kuitenkin haasteena on, kuinka ladata näitä ohjelmistoja osallistujien älypuhelimiin.



Kuva 3. Spotme ja ohjelmiston tutkatoiminto. (Skype 2010.)

### 5.6.2 Kokousverkostointia edistävä teknologinen laite Badge2Match

Interaktiivinen nimikortti Bagde2Match auttaa kokousosallistujia löytämään osallistujien joukosta henkilöitä, jotka ovat kiinnostuneita samoista asioista. Laite on hollantilaisen Badge2Match-yrityksen päätuote. Käyntikortti toimii sähköisen värähtelyn eli Radio Frequencyn taajuudella, jonka avulla se pystyy lukemaan muiden osallistujien interaktiivisia käyntikortteja ja näin tarkistaa, ketkä osallistujista jakavat keskenään yhteisiä kiinnostuksen kohteita. Badge2Match koostuu kahdesta komponentista. Toinen on itse käyntikorttipohja, johon on ladattu ohjelman software, jonka avulla lähetetään ja vastaanotetaan tietoa. Toinen on Smart CardID eli ”viisas henkilöllisyys kortti”, johon on ladattu kantajansa tiedot ja kiinnostuksen kohteita. Kun henkilökortti kiinnitetään käyntikorttipohjaan, se alkaa aktiivisesti etsiä yhteensopivaa korttia kokousosallistujien joukosta.

Badge2Match on voittanut vuoden 2009 ICT innovaatio palkinnon ”Broos van Erp prijs”. ICT-toimisto on yli 500:n IT-, tele- ja Internetyrityksen järjestö Alankomaissa, joka vuosittain palkitsee parhaaksi valitsemansa innovaation. Tällöin Badge2Matchn mainittiin kunnostautuneen yrityksensä jatkuvuuden sekä innovaation tiimoilta. Palkinnon antajat uskovat Badge2Match-yrityksellä olevan hyvät mahdollisuudet menestykseen tulevaisuudessa. (ICT 2010.)

Badge2Match keskittyy ainoastaan verkostoitumiseen ja se on helppokäyttöinen. Ennen tilaisuuteen saapumista osallistujat täyttävät oman profiilinsa Bagde2Match ohjelmistoon Internetin kautta, ja vastaavat kysymyksiin, joiden avulla väline etsii yhteensopivuuksia. Kokousjärjestäjät voivat etukäteen valita, millaisiin kysymyksiin osallistujien tulee vastata. Laitteen löytäessä yhteensopivat käyntikortit molempien osallistujien kortit näyttävät samanväristä valoa, jolloin osallistujat kohtaavat toisensa ja voivat keskustella siitä, mikä heillä on yhteistä. Näin edistetään sitä, että osallistujat tapaavat juuri ne henkilöt, jotka ovat heille mielenkiintoisia. Myös tällä välineellä voidaan vaihtaa sähköisiä käyntikortteja, ja ne lähetetään osallistujille kokouksen jälkeen. (Badge2Match 2010.)

Tuote on herättänyt erityistä kiinnostusta kotimaassaan Hollannissa, mutta yritys on astunut myös maailmanlaajuisille markkinoille sitoessaan sopimuksen kiinalaisten vakuutusyhtiöiden huippukokouksen kanssa vuoden 2010 tammikuussa.



Kuva 4. Badge2Match nimikortti eri väreissään. (Badge2Match 2010.)

### 5.6.3 Kokousverkostointia edistävä teknologinen laite nTag

Myös nTag-väline on suunniteltu verkostoitumisen edistämiseen kokouksissa. nTAG tarjoaa mahdollisuuden reaaliaikaiseen kokoustapahtumien tarkasteluun. nTAG-ohjelmisto valvoo automaattisesti muun muassa kokouksen osallistujalukuja, kokousohallitusten verkostoitumistoimintoja sekä kysely- ja äänestystuloksia. Laitteen avulla voidaan myös laskea, kuinka monta vierailijaa kokouksessa tai esimerkiksi messuilla on käynyt. Näin voidaan edistetään myös Event Return on Investmentin, eli tehtyjen investointien tuottaman tuloksen tutkimisen laskemista, josta kirjoitan tarkemmin luvussa kuusi. (nTag 2010.)

Tämä väline tarjoaa Spotmen tavoin näkyvyyttä sponsoreille sekä vähentää paperin käyttöä kokouksissa. Samoin kuten Badge2Match myös nTag helpottaa keskustelun avaamista tuntemattoman ihmisen kanssa greeting-ominaisuudella. Osallistujat vastaavat ennen tilaisuutta kysymyksiin, ja näin laite etsii samasta aiheesta kiinnostuneita osallistujia kokousväestä. nTag pyrkii tekemään verkostoitumisesta myös hauskaa pelien avulla. Laitteessa olevan salainen ystävä-pelin tarkoitus on saada osallistujat etsimään joukostaan omaa salaista ystävää nTagin ominaisuuksien avulla.

Vuodesta 2002 nTag on tarjonnut palveluitaan maineikkaille yrityksille kuten IBM, Johnson & Johnson sekä Procter & Gamle. nTag on yhdysvaltalainen yritys Austinista ja näin onkin näistä kolmesta tässä luvussa esitellystä välineestä ainoa innovaation Euroopan ulkopuolelta. (nTag 2010.)



Kuva 5. Kaksi ulkoiselta suunnittelultaan erilaista nTag nimikorttia. (nTag 2010.)

### 5.7 Motivaatiota edistävä teknologia

Motivaatiolla on suuri merkitys siihen, kuinka työntekijä hyödyntää kokonaisvaltaisia taitojaan ja tietojaan. Mikäli yrityksen työntekijä ei ole innostunut ja kiinnostunut työstä, hän ei käytä täyttä tehokkuuttaan. Motivoiminen ei ole manipuloimista, vaan motivaatio voidaan saavuttaa vain jos kanssakäyminen on luotettavaa. (Niermeyer & Seyffert 2002, 8 - 16.) Tämän takia on yritysten johdon, eri organisaatioiden kuten myös oppilaitosten kohdistettava merkittävä osa johtamisestaan motivaation ylläpitämiseen. Menestyksellisen toiminnan johtamisen näkökulmasta on merkittävää saada työntekijä kiinnostumaan ja motivoitumaan liiketoiminnallista tavoitteista, sillä motivoituneet työntekijät yltyvät parempiin suorituksiin ja näin ollen parantavat myös yrityksen tulosta (Hyppänen 2007, 128 - 144.). Hyppänen mainitsee motivaatioon vaikuttavina tekijöinä seuraavat asiat: palkitseminen, työssä kehittymisen tunne sekä palaute. Kaikilla näillä on suuri merkitys sekä työhyvinvointiin että yrityksen tuloksiin.

Tapahtumia järjestettäessä motivaatioon voidaan vaikuttaa myös elämyksellisillä tekijöillä. Elämyksellisillä tapahtumaosuuksilla voi olla joko suuri tai pieni vaikutus kokousoosallistujiin. Esimerksi näyttävän avausshown toteuttamisella suurine näyttöineen, videoineen, musiikin tai vaikka merkittävän puhujan läsnäololla on onnistuessaan vaikutus osallistujan mielialaan. Mikäli vaikutus on positiivinen ja motivoiva, kasvaa osallistujan kiinnostus myös lopputilaisuuteen. (Vanneste 2008, 68 - 75, 86 - 87.)

Motivaation kohottamiseen kohdistunutta teknologiaa on kehitetty alallemme. Seuraavaksi esittelen kolme välinettä, jotka olen valinnut oman asiantuntemuksen ja tietämykseni perusteella merkittäviksi teknologisisiksi välineiksi alallamme. Näitä ovat kokouksen alkuun sijoittuva avausshow, laservaloshow, interaktiivinen lattia sekä Gobo-projektorit.

#### 5.7.1 Kokouksen avausshow:ssa käytettävä teknologia

Avausshow on käytännössä konsepti, johon voi liittyä suuri määrä erilaista teknologiaa. Tutkimuksessani olen kuitenkin keskittynyt avausshow:hun, johon liittyy videota, ääntä, tai tilaisuuden juontaja, jota kansainvälisessä yhteydessä kutsutaan joko fasilitaattoriksi tai motivaattoriksi. Avausshow suunnitellaan tilaisuuden tarkoitusten perusteella. Mikäli kokouksen tarkoitus on nostaa osallistujien motivaatiota ja kiinnostusta, voidaan tähän osaan panostaa enemmän niin taloudellisesti kuin ajallisestikin. Avausshow:n tulee olla näyttävä ja mieleenjäädä. Erityisesti Suomessa tapahtumat kilpailevat samoista kokouksen sisällön omistajista, ja näin ollen niiden järjestäjien tulee kiinnittää huomiota kilpailukykyyn.

Koko esityksen takaseinän peittävä esitelmävalkokangas, johon heijastetaan kiinnostavan puhujan esitys sekä taustalle lisättävät musiikki- sekä valotehosteet, ovat esimerkkejä tällaisen elämyksellisen avausshown piirteistä. Myös musiikin, videon sekä muun muassa valotehosteiden taakse piiloutuu paljon tukiteknologiaa. Tapahtuman järjestäjien ei tarvitse välttämättä tuntea näitä yksittäisiä teknologioita, sillä heidän tehtävänsä on suunnitella ja toteuttaa kokous



ja he voivat pyytää konsultaatiota teknologiakysymyksiin kokouskeskuksen tekniseltä tuelta tai palveluntuottajalta.

### 5.7.2 Kokouksessa käytettävä laservaloshow

Laservaloshow yhdistetään monesti konsertteihin, sillä niitä käytetään tehokeinona yhtyeiden esitysten rakentamisessa. Maailmassa on tuhansia yrityksiä, jotka ovat erikoistuneet tapahtumavalaistuksen tuottamiseen. Vuosittainen kansainvälinen ILDA (International Laser Display Association) Awards on laservaloalalle suunnattu kilpailu, joka palkitsee alan parhaat. Vuonna 2009 Awardseihin osallistui 112 yritystä, jotka esittelivät parhaat tuotoksensa. Näistä 19 yritykselle annettiin eritystunnustus. (Laserist 2010.)

Laservaloshowt ovat yleistyneet myös kokousalalla, sillä niiden voimakkailla tehokeinoilla onnistutaan elävöittämään tilaisuutta merkittävästi.



Kuva 6. Esimerkki valoshowtanssitapahtuma Qlimax' 2008, Manchester Englanti. (Last fm 2010.)

### 5.7.3 Kokouksessa käytettävä interaktiivinen lattia

Interaktiivisia lattioita on käytetty paljon yritysten markkinoinnissa, muun muassa hotelliketjut sekä pankit ovat käyttäneet tätä interaktiivista menetelmää kiinnittämään potentiaalisten asiakkaiden huomio. Tapahtuma-alalla interaktiivista lattiaa käytetään sponsoreiden esille nostamiseen ja ihmisten mielenkiinnon herättämiseen ja viihdyttämiseen. Tällä menetelmällä tehostetaan kiinnostuksen herättämistä sekä motivaation nostamista.

Interaktiivinen lattia yhdistää ihmisen liikkeen interaktiiviseen projektorilla heijastettavaan taustaan, joka voidaan heijastaa lattialle. Tätä tehostuskeinoa voidaan käyttää esimerkiksi tuloaulassa, cocktailtilaisuudessa tai vaikkapa kahvitusalueen lattialla. Se herättää hilpeyttä ja keskustelua osallistujien kesken, ja näin ei ainoastaan vaikuta kokouksessa tapahtuvaan motivaation heräämiseen vaan myös verkostoitumiseen. Se on helppo asentaa ja käyttää, eikä se vie tilaa kokoushuoneesta. Palveluntarjoajilla on paljon mallipohjia, joita voidaan käyttää, tai voidaan luoda myös oma video tai kuvasarja, joka otetaan käyttöön.



Kuva 7. Interaktiivinen lattia. (New Launches 2010.) (Coolboom 2010.)

### 5.7.4 Kokouksessa käytettävät Gobo-projektorit

“Gobo” on pyöreä levy, jossa on kuva tai tekstiä ja jota voidaan projektorin avulla toistaa haluttuun kohteeseen. On kahdenlaisia Goboja: niitä ovat joko lasisesta tai metallisesta levystä valmistettuja Gobot. Metallisiin Gobo-levyihin

voidaa laserilla leikata muotoja tai tekstiä, kun taas lasisessa Gobossa on ohut teksti tai kuvapinta.

Goboja käytetään paljon markkinointiin tai tilaisuuksien koristeluun. Ne voivat olla joko paikallaan tai liikkeessä. Myös tätä välinettä käytetään sponsoreiden näkyvyyden esiintuomisessa. Esimerkiksi MPIn järjestämän European Meetings and Events Conferenssiin kahvitilan seinustalle heijastettiin kahvituksen sponsoroidun yrityksen logo. Gobot voivat olla myös koristeellisia ja hauskoja, ja niiden avulla voidaan korostaa kokoukseen valittua ilmettä. Tämän välineen avulla voidaan luoda jatkuvuutta kokouksen tarkoituksen eli osallistujien motivaation nostamiselle.



Kuva 8. Metalliset Gobo-levyt ja projektoitu Gobo. (Stagepoint 2010.)  
(Jeremiaha and Andrews 2010.)

## 6 KOKOUSTEKNOLOGIAN VAIKUTUSTEN MITTAAMINEN ROI-MENETELMÄLLÄ

Kokous- ja kongressialan taloudellisten vaikutusten mittaaminen on ollut aina haastava prosessi. Kokousala on osa liikematkailua, joka taas liittyy suurempaan matkalun käsitteeseen. Tony Rogersin mukaan on liikematkailun taloudellisia vaikutteita kokousmaille sekä -kaupungeille on vaikea mitata, sillä niiden vaikutukset ulottuvat niin koko maan kuin pienemmän alueen talouteen (Rogers 2008, 84.). Kuitenkin yksittäisestä tapahtumasta voidaan laskea taloudelliset tulot tai tappiot.

Tony Rogers on toiminut kokous- ja tapahtuma-alalla yli 20 vuotta. Hän on toiminut englantilaisen kokousmaiden järjestön eli British Association of Conference Destinations järjestön (BACD) pääjohtajana vuodesta 1989. Hän on kirjoittanut esimerkiksi Amerikkalaiselle Elsevier Butterworth Heinemann kustantajan Events Management-sarjaan usean kokousalasta ja sen kehityksestä kertovan kirjan. Kirjoittaessaan tapahtuman taloudellista vaikutuksista Rogers mainitsee ROI:n kongressialan tehokkuuden ja työvoimaan liittyvien sijoitusten mittaamisen tärkeänä sanana (Rogers 2008, 39.).

### 6.1 Return on investment-menetelmäopin perusteet

Kokousteknologian tehokkuutta tai webcastingkokouksien tehokkuutta voidaan laskea Return On Investment, eli ROI-tutkimuksen avulla. ROI-kaavan avulla lasketaan käytettyjen investointien vaikutus ja sen tehokkuus. ROI-tutkimuksesta on tullut liiketalouden yksi merkittävimpiä mittapuita tehokkuudelle ja tulosten laskemiselle rahallisena arvona. Tähän kehitykseen ovat vaikuttaneet monet asiat. Merkittävin vaikuttaja on ollut asiakkailta ja yritysjohdolta suuntautunut paine saada tulokset näkyville. ROI:ta käytetään paljon pienten, keskisuurien ja suurien yritysten henkilöstön voimavarojen kehittämisen eli human resource developmentin (HRD) suoritusten mittaamiseen ja tulosten rahalliseen muokkaamiseen. Yritysten ylempi johto on kiinnostunut siitä, kuinka paljon kukin projekti, ratkaisu tai kehityssuunnitelma lisää yrityksen rahallista arvoa. (ROI Institute 2009.)

Muutaman viime vuoden aikana on tapahtunut erityinen käänne ROI-tutkimuksessa. Nykypäivänä organisaatiot keskittyvät koulutustilaisuuksissa erityisesti todellisiin tuloksiin enemmän kuin itse kouluttamistoimintaan (Phillips 2003, 9.). Tällä muutoksella on erityinen merkitys koulutuksen laskentatoimelle, kouluttamiselle sekä kehitysohjelmille.

ROI:sta on kirjoitettu monia ohjekirjoja ja maailmalla järjestetään vuosittain useita ROI-koulutuksia esimerkiksi 1992 vuonna perustetun ROI-instituutin järjestäminä. ROI Institute on alan johtavien asiantuntijoiden Jack J. Phillipsin ja

Patti P. Phillipsin perustama tutkimus- ja konsultaatioyritys, jonka kautta yritykset voivat saada kansainvälistä koulutusta ROI:n tutkimisesta. ROI Institutun avulla yritykset pyrkivät kehittämään ohjelmiaan sekä prosessejaan ROI menetelmäopin avulla.

ROI-tutkimus tuli kuuluisaksi koulutuksen ja kehitysprosessien vaikutuksen laskemisesta yrityksille. Nykyään sen tutkimuskohteet ovat levinneet paljon laajemmalle, myös kokousalalle.

Vuoden 2008 tammikuussa osallistuin ROI-asiantuntijan, Elling Hamson, päivän pituiseen ROI-opetusluentoon Antwerpenissa Belgiassa. Tapahtuman jälkeen vaihdoin yhteystietoja Web 2.0-teknologiaan perustuvan Facebook-yhteisön kautta. Hän on kokousjärjestäjien konsultti eli Meeting Management Consultant sekä johtavan European Event ROI- järjestön osakas. European Event ROI järjestö edustaa ROI Institute Inc. ja the Phillips ROI menetelmäoppia kokous- ja tapahtuma-alalla Euroopassa. (European Event ROI 2009.) Elling Hamso on maailmanlaajuisesti tunnettu luennoitsija, ja hänen ROI luentonsa ovat olleet kokousalalla suosittuja. Kysyin Elling Hamsolta Facebook-yhteisön kautta, voisiko ROI-tutkimuksen suorittaa kohdistuen tutkimuksen vain yhden teknologisen välineen vaikutuksen tutkimiseen. Halusin selvittää, voidaanko ROI menetelmäopin avulla tutkia, kuinka vuosittaisesti toistuvan perinteisen kokouksen tulos muuttuu, kun tapahtumaan lisätään jokin opettamista, motivoimista tai verkostoitumista tehostava teknologinen väline.

Elling Hamso vastasi näin: ” Vastaus on kyllä, tietenkin voit, en ole tietoinen, onko kukaan toteuttanut sen kaltaista tutkimusta, tutkimusperiaate on aina sama. Täytyisi erottaa vaikutus, joka onkin yleensä ongelma tämän kaltaisiin yksityiskohtiin mentäessä” (Elling Hamso 2009.).

ROI-tutkimusta hyväksi käyttämällä teknologian käyttöä opettelevat yritykset voivat tutkia, minkälaisia vaikutuksia webcastingkokouksesta tai innovatiivisen teknologian käyttämisestä perinteisessä kokoustilanteessa on kokouksen kokonaisvaltaisille tuloksille.

## 6.2 Return on investment-menetelmäoppi

ROI-tutkimus perustuu kolmeen monimutkaiseen vaiheeseen. Nämä vaiheet ovat arvioinnin suunnittelu, tiedon keruu ja tiedon analysointi. ROI-tutkimusta tehdessä erityisen tärkeää on, että suunnittelu aloitetaan ajoissa ja tavoitteet kirjataan ylös. Erityisesti laman aikana on liian myöhäistä tutkia ROI:n avulla vasta tapahtuman jälkeen, saatiinko tapahtumasta liiketaloudellista tulosta. ROI-tutkimus tulee ottaa tapahtuman suunnittelun rinnalle apuvälineeksi. (Hamso 2009.)

Return On Investment tuloksia mitataan viisikerroksisen pyramidin avulla. Nämä kerrokset voidaan nähdä kuvioista 4-1. Suunniteltaessa lähdetään neljännessä kerroksesta eli liiketaloudellisesta vaikutuksesta. Mitä yritys toivoo saavuttavansa tulokseksi, esimerkiksi siirtämällä perinteisen kokouksen webcastingkokoukseksi? Miten paljon yhden teknologisen välineen, kuten verkostoitumista edistävän Spotmen, halutaan vaikuttavan lopulliseen tulokseen? Auttaako se saamaan asiakkaita, jonka kautta liikevaihto kasvaa?

Tämän vaiheen jälkeen tulee päättää, mitä osallistujien halutaan oppivan, miten heitä halutaan motivoida tai kuinka heidän toivotaan verkostoituvan. Millaisen kognitiivisen eli tiedollisen muutoksen toivotaan tapahtuvan, ennen kuin osallistujan käyttäytyminen muuttuu. Tämä on pyramidin toinen, oppimisen kerros, joka on hyvin laaja. Voidaan oppia tietoa, asenteita, työtapoja kuten myös tutustua ihmisiin tai motivoitua.

Tulee myös asettaa tyytyväisyystoivomus, eli pyramidin ensimmäisen kerroksen päämäärä. Tämä tarkoittaa osallistujan tyytyväisyyttä teknologisen laitteen käytöstä tai vaikka kokouksen suorittamisesta webcasting-periaatteella. Mitä osallistuja tunsi? Oliko hän tyytyväinen uuteen ratkaisuun?

Ala olevassa kuviossa on pyramidin tasojen nimet kirjattu. Alimmainen taso on satisfaction and planned action eli tyytyväisyys ja suunniteltu toiminta. Sen jälkeen tulee learning-taso eli oppiminen, jonka jälkeen tutkimuksessa noustaankin application eli tyytyväisyys toivomus-tasolle. Seuraava taso on impact-taso eli

vaikutus, jonka jälkeen on viimeinen ROI-taso eli taso jossa mitataan investoinnin tulokset.



Kuva 9. ROI tutkimuksen viisi mittaamisen kerrosta. (Eventroi 2010.)

## 7 TUTKIMUSMENETELMÄ JA TOTEUTUS

Tieteellinen tutkimus on ongelman ratkaisua, jonka tarkoitus on selvittää tutkimuskohteen lainalaisuuksia sekä toimintaperiaatteita (Heikkilä 2001.). Heikkilä jakaa tutkimusprosessin joko osaksi teoreettista kirjoituspöytä tutkimusta tai empiiristä eli havainnollista tutkimusta. Empiirisessä tutkimuksessa voidaan testata, toteutuuko jokin teoriasta johdettu oletus käytännössä. Tämän tyylin tutkimuksen tutkimusongelmana voi olla myös jonkin ilmiön tai käyttäytymisen syiden selvittäminen tai ratkaisun löytäminen ennalta määrättyyn ongelmaan. (Heikkilä 2001, 13.) Heikkilä jakaa empiirisen tutkimuksen kvantitatiiviseen eli määrälliseen ja kvalitatiiviseen eli laadulliseen tutkimukseen.

Työssäni yhdistän kvalitatiivisia sekä kvantitatiivisia tutkimusmenetelmiä. Pääpiirteiltään tutkimus on määrällinen kartoitus siitä, millä tasolla Suomessa

ollaan kokousteknologian käyttöä ajatellen, eli kuinka maassamme hyödynnetään kokousalalle suunnattuja teknologisia välineitä. Työssäni näkyy myös laadullisen tutkimuksen piirteitä. Yli kahdenkymmenen viime vuoden ajan tutkimusten muuttuessa yhä monimuotoisemmiksi on huomattu, että on vaikeaa lokeroida tutkimus suoraviivaisesti jonkin kulkukaavion mukaan (Hirsijärvi, ym. 2000,14.). Tämän olen huomannut oman opinnäytetyöni osalla, sillä on vaikeaa päättää, kumpaa tutkimusmallia noudattaa, koska aiheessa on selkeästi piirteitä molemmista tyyleistä.

### 7.1 Tutkimusmenetelmät kvalitatiivinen ja kvantitatiivinen tutkimus

Kvalitatiivinen tutkimus eli laadullinen tutkimus varautuu siihen mahdollisuuteen, että tutkimus saattaa muokkaantua matkan varrella (Hirsijärvi, Remes & Sajavaara 2000, 114.). Mitä enemmän tutkija perehtyy aiheeseen sitä enemmän hänelle saattaa nousta esiin uusia näkökulmia, joita hän haluaa nostaa esiin. Kvalitatiivinen tutkimus soveltuu tutkimusmenetelmäksi silloin, kun tutkija on kiinnostunut tapahtumien yksityiskohtaisista rakenteista sekä tapahtumaan vaikuttaneiden yksittäisten toimijoiden merkitysrakenteista, tai kun hän haluaa saada tietoa tiettyihin tapauksiin liittyvistä syy-seuraussuhteista, joita ei voida tutkia kokeen avulla (Metsämuuronen 2006, 88.).

Hirsijärvi ym. hahmottelevat kvalitatiivisen tutkimuksen ja sen tutkijan suhdetta läheiseksi, he määrittelevät tutkimusstrategian strukturoimattomaksi ja kuvaavat aineistoa rikkaaksi ja syväksi. He kuvaavat teorian ja tutkimuksen suhdetta uutta teoriaa luovaksi. (Hirsijärvi ym. 2000, 124.) Eskola ja Suoranta kuvaavat laadullista menetelmää subjektiiviseksi sekä osallistuvaksi mikro, eli pieneen alueeseen keskittyväksi, tutkimukseksi, mikä tukee Hirsjärven ym. ajatuksia (Eskola, Suoranta 1999, 14.).

Opinnäytetyöni on kuitenkin pääasiallisesti kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus kokousteknologian käytöstä Suomessa järjestettävissä kokouksissa ja konferensseissa. Hirsjärvi ym. kuvaavat määrällisen tutkimuksen suhdetta tutkijaan etäiseksi, tutkimusstrategiaa strukturoiduksi sekä aineiston luonnetta



kovaksi ja luotettavaksi. He kirjoittavat teorian ja tutkimuksen suhteen olevan teoriaa varmistava. (Hirsjärvi, ym. 2000, 124.)

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa ovat tärkeitä aiempien tutkimuksien johtopäätökset sekä aiemmat teorit, hypoteesien esittäminen sekä käsitteiden määrittely ja koehenkilöiden valinta. Näiden avulla tutkija pääsee tutkimaan yleispäteviä syy-seuraussuhteita. (Hirsjärvi, ym. 2000. 129.)

Tarvittavat tiedot määrälliseen tutkimukseen voidaan hankkia erilaisista, muiden keräämistä tilastoista tai rekistereistä (Heikkilä 2001, 18.). Opinnäytetyössäni olen käyttänyt hyväkseni paljon sähköisiä materiaaleja, sillä ajan tasalla olevat teknologian kehitykseen liittyvät tutkimukset ovat pääasiallisesti sähköisessä muodossa.

## 7.2 Kyselyn suunnittelu ja otoksen valinta

Jotta tutkimuksessa saadaan kattavaa tietoa siitä, kuinka kokousteknologiaa käytetään suomalaisten organisaatioiden, järjestöjen sekä yritysten järjestämissä tapahtumissa, on haastateltava useita kokouksia järjestäviä yrityksiä. Tämän takia vastaajiksi valittiin Professional Congress Organisations eli PCOita. Näillä kokous- ja tapahtumajärjestäjillä on laaja asiakaskunta, joka auttaa saamaan parempia tuloksia.

Nykypäivänä teknologian nopean kehityksen vuoksi tapahtumien järjestämiseen liittyy entistä enemmän teknologiaa. Tapahtumanjärjestäjänä PCOilla tulee olla laaja tuntemus monista kokouksen järjestämiseen liittyvistä asioista, myös teknologiasta. PCOiden tulee tuntea teknologiaa esimerkiksi hallinnollisten asioiden sekä logistiikan hoitamista varten. Heillä tulee myös olla tietoa ja taitoa käyttää esimerkiksi sähköisen kommunikaation välineitä sekä järjestää puhelinkonferensseja (Rogers 2008, 64 - 65.). Myydessään alihankkijoiden palveluja asiakkaalleen kokousjärjestäjän tulee tuntea teknologian mahdollistamia palveluita osatakseen tarjota niistä kokoukseen sopivat tuotteet.

Tähän opinnäytetyöhön kuuluu Internetin välityksellä sähköpostikyselynä toteutettava tutkimus kokousteknologian käytöstä Suomessa. Kyselyn avulla kartoitetaan suomalaisten PCOiden tämänhetkistä kokousteknologia tietoutta.

### 7.3 Kyselyn toteutus

Kysely on toteutettu pohjautuen viitekehukseen sekä omaan kokemukseeni kokousteknologiasta sekä kokousalan trendeistä. Työn teoriapohjassa sekä kyselyssä on nostettu esiin muutamia teknologisia välineitä oman asiantuntemukseni sekä kirjallisuudessa esiteltyjen teknologisten välineiden perusteella. Vastaaajiksi valittiin kesäkuun 2009 Finland Convention Bureau ry:n Professional Congress Organiser-jäsenet. Tämä otoksen valinta oli luonnollista, sillä FCB ry haluaa kerätä tietoa jäsenistään. Lisäksi FCB ry on Suomen valtakunnallinen kongressitoimisto. Kysely suoritettiin Webropol atk-ohjelman avulla. Ohjelman avulla lähetin nopeasti täytettävän ja helposti takaisin lähetettävän kyselylomakkeen valitsemalleni otokselle.

Kyselylomaketta kokeiltiin ennen kyselyn toteuttamista Kongressimessuilla Finlandiatalossa 2. huhtikuuta 2009. Testauksen tarkoituksena oli selvittää, onko lomake toimiva ja helppo täyttää. Koska vastaajat pystyivät vastaamaan itsenäisesti ilman asioiden selvitystä, kyselylomake todettiin toimivaksi. Testaamisen aikana kuitenkin huomattiin, ettei valittu vastaajaotos anna kattavaa kuvaa Suomen kokousjärjestäjien teknologian käytöstä. Monet valituista vastaajista ovat paikallisia PCO-toimistoja, joiden tapahtumaprojektien osallistujamäärät eivät ole suuria. Keskustellessani kokousalan ammattilaisten kanssa päädyttiin otosta laajentamaan oman päättelyn sekä alan ammattilaisen neuvojen avulla. Näin ollen kyselyn kohderyhmäksi valittiin myös muutamia SITRAn eli Suomen itsenäisyyden rahaston tapahtumanjärjestäjätahoja. Sitra järjestää kansallisia- sekä kansainvälisiäkokouksia. Sitra otettiin osaksi tutkimusta eritoten sen kokousteknologiaan sekä innovaatioon liittyvän kiinnostuksensa vuoksi.

Otoksen laajentamisen jälkeen otokseen kuului Finland Convention Bureau ry:n 25 kongressien järjestämispalveluja sekä tapahtuma-, ohjelma- ja matkailupalveluja järjestävää jäsentä, jonka lisäksi Sitran tapahtumanjärjestäjiä on valittu otokseen viisi ja lisäksi olen valinnut otokseen Partus Oy:n eli liikkeenjohdon koulutus- ja konsultaatiopalveluja tuottavan yrityksen erään tapahtumanjärjestäjän, jolla on merkityksellinen kiinnostus innovatiiviseen teknologiaan. Otoksesta kyselyyn osallistui 14 henkilöä. Kyselyyn vastanneet yritykset järjestävät vuosittain yhteensä 133 - 159 kokousta.

#### 7.4 Kyselyn aikataulu

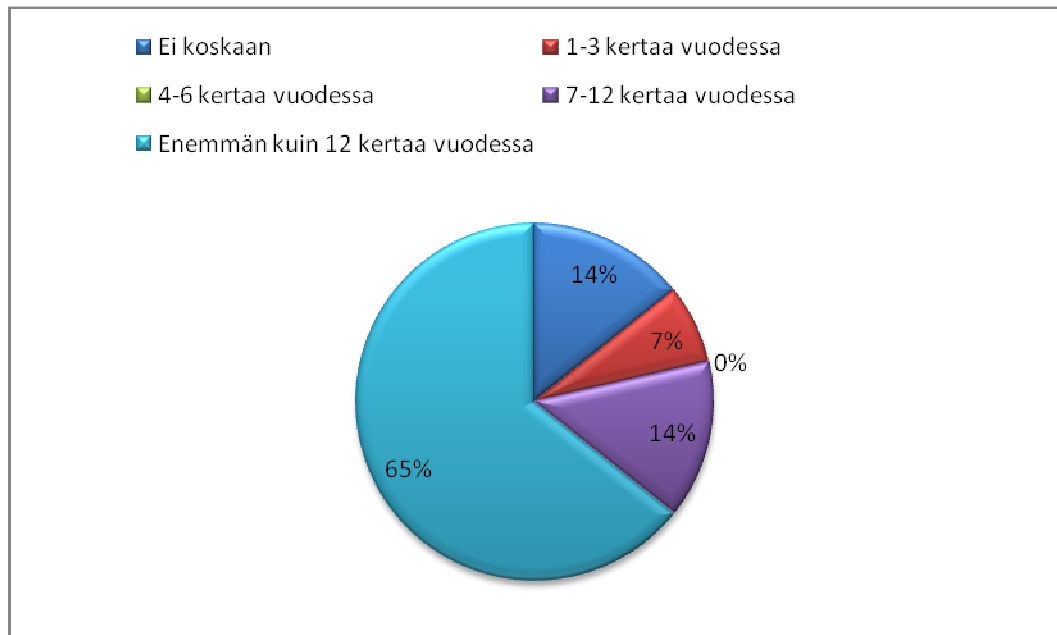
Kyselyyn vastaamiseen annettiin aikaa kolme viikkoa, jonka aikana vastaamattomille tahoille lähetettiin muistutusviesti viikon välein. Viimeisenä päivänä heille, jotka eivät olleet vielä vastanneet, soitettiin ja heitä pyydettiin vielä vastaamaan, ennen kuin kysely sulkeutuisi. Vastauksia saatiin 14 eli noin 39 prosenttia valitusta otoksesta. Näistä vastanneista noin 43 prosenttia vastasi viimeisen päivän puhelinmuistutuksen perusteella. Vastanneista kolme oli SITRAn työntekijöitä ja 11 FCB ry:n PCO-jäseniä. Puhelinkeskustelussa viimeisen muistutuksen yhteydessä neljä vastaajaa ilmoitti, ettei heillä ollut aikaa vastata. Yksi ilmoitti, ettei vastaisi kyselyyn, sillä viesti saapui hänen sähköpostiinsa punaisena, mikä tarkoitti, että se saattaa sisältää viruksia. Kaikkia ei tavoitettu puhelimitse.

## 8 KOKOUSTEKNOLOGIAKYSELY

Kyselylomakkeeseen kuului 15 monivalintakysymystä ja kaksi avointa kysymystä. Kysymyslomakkeen teemat oli jaoiteltu seuraavasti: kokousteknologian käyttö, kokousteknologia välineistä, kokousteknologiat kokoustavoiden mukaan, Webcasting-kokousten käyttö, kokousteknologian kehityksen vaikutus kokousjärjestäjän työhön ja kokousteknologiakoulutus sekä viimeiseksi Event ROI-tutkimuksen käyttö.

## 8.1 Kokousteknologian käyttö

Ensimmäisenä tiedusteltiin, kuinka usein vastaajat järjestävät kokouksia tai suurempia konferensseja. Tämä on merkittävä tieto, sillä 14 vastaajaa kerrotaan heidän järjestämiensä tilaisuuksien määrällä, jolloin saadaan tulokseksi, kuinka monen vuosittaisen tapahtuman järjestäjät ovat osallistuneet kyselyyn. Näin saatiin tieto, kuinka monessa tilaisuudessa tämän kyselyn vastaajat ovat käyttäneet kokousteknologiaa. Yhdeksän eli noin 64 prosenttia vastasi järjestävänsä enemmän kuin 12 tapahtumaa vuodessa. Kaksi vastasi järjestävänsä 7 - 12 tapahtumaa ja yksi vastasi järjestävänsä 1 - 3 tapahtumaa vuodessa. Kaksi vastasi järjestävänsä nolla tapahtumaa vuodessa. Näin tulokseksi saatiin, että vastaajat järjestivät yhteensä noin 133 - 159 kokousta vuodessa.

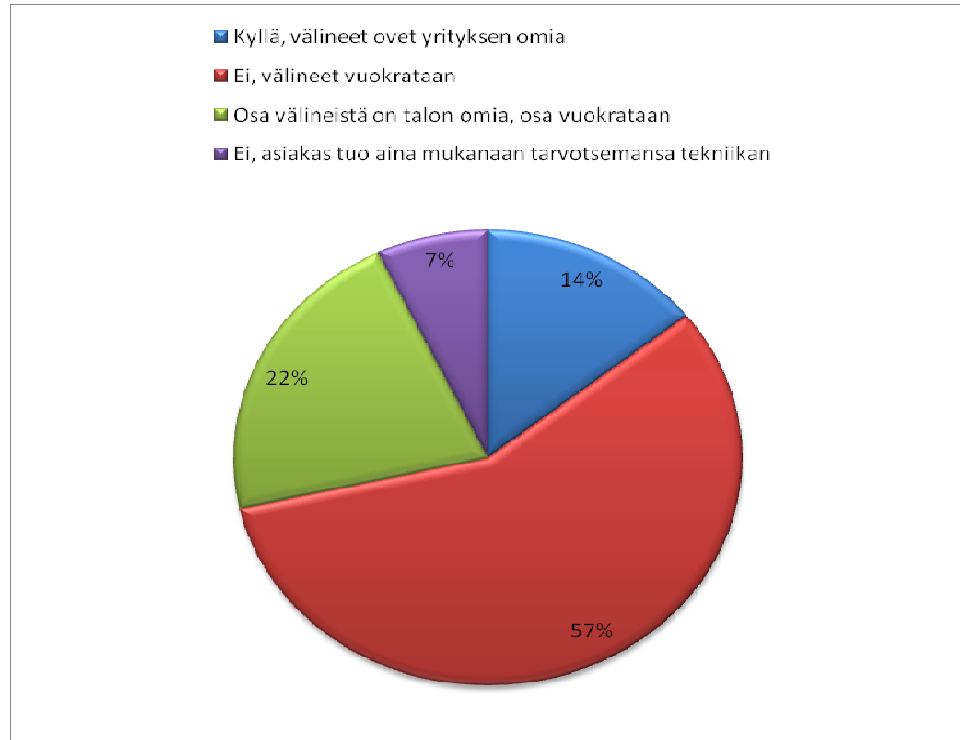


Kuvio 1. Kyselyyn vastanneiden järjestämien kokousten määrä vuosittain.

## 8.2 Kokousteknologia välineistö

Seuraavaksi kysyttiin, onko yrityksillä hallussa peruskokousteknologian (piirtoheitimen, fläppitaulun, projektorin ynnä muun) lisäksi kokous- tai tapahtumateknologiaan erikoistunutta välineistöä ja teknologiaa, jota he tarjoavat asiakkailleen. Kaksi vastaajista eli noin 14 prosenttia vastasi omistavansa tällaisia välineitä. 57 prosenttia vastasi vuokraavansa teknologiset välineet yrityksen

ulkopuolelta. Noin 21 prosenttia vastaajista omisti osan ja vuokrasi osan välineistä. Yksi vastasi, ettei omista eikä vuokraa välineitä, sillä asiakas tuo aina itse mukanaan tarvittavat teknologiset välineet.



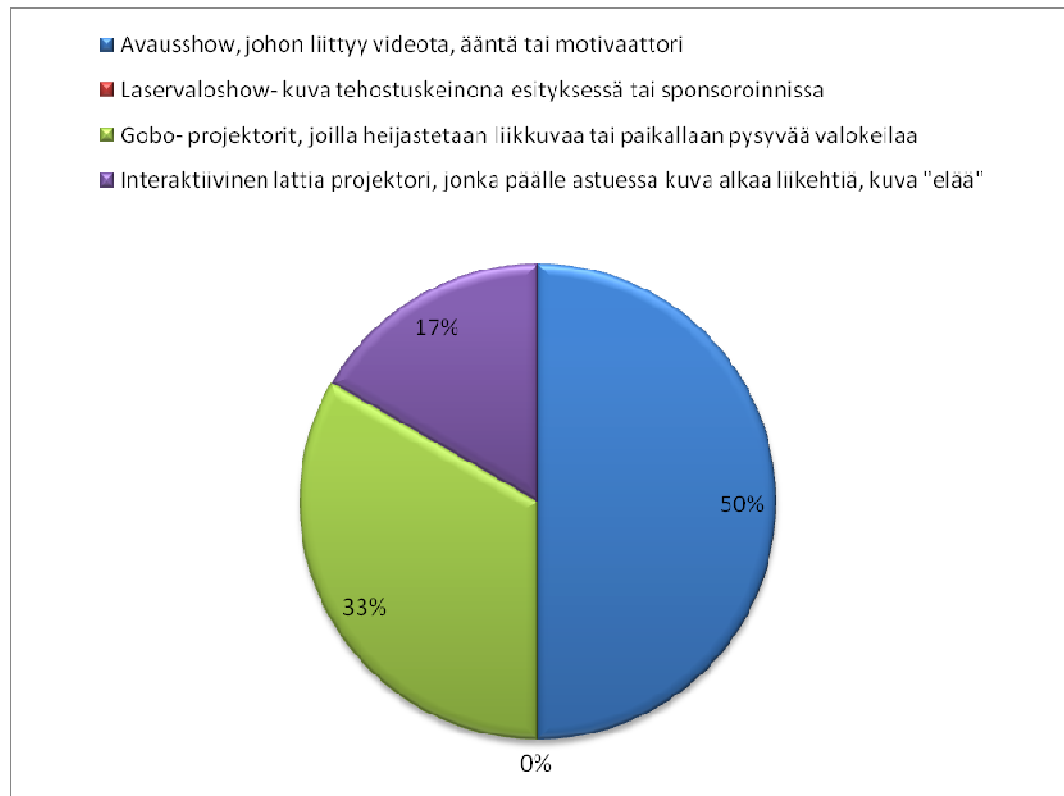
Kuvio 2. Kokousteknologiaan erikoistuneen välineistön omistaminen.

### 8.3 Kokousteknologiat kokoustavoiden mukaan

Kyselyssä kokousteknologia jaettiin tapahtuman tarkoituksen eli motiivien mukaisesti. Työssäni olen jakanut nämä kokouksen järjestämistarkoitukset Maarten Vannesten kolmijakauman mukaan. Näitä ovat kuulijoiden motivoiminen, verkostoitumisen edistäminen ja uusien asioiden opettaminen. Kolmannella kysymyksellä tiedusteltiin, vaikuttavatko edellä mainitut kokouksen motiivit siihen, minkälaista teknologiaa tapahtumassa käytetään. Noin 62 prosenttia vastaajista kertoi tapahtuman tarkoituksen vaikuttavan käytettävän teknologian valintaan. Loput eli noin 38 prosenttia vastaajista vastasi, ettei tapahtuman tarkoitus vaikuta teknologian valintaan.

Kolmessa eri kysymyksessä vastaajilta tiedusteltiin, käyttävätkö he kyselyssä esiin nostettuja teknologisia välineitä motivoivassa, verkostoivassa ja opettavassa kokouksessa. Jokaiseen kysymykseen valitut teknologiset välineet valittiin kyselyn laadinnan aikaisten trendien mukaisten teknologioiden joukosta. Yksinkertaisuuden vuoksi kyselyssä nostettiin esiin kolme tai neljä välinettä jokaista motiivia kohden. Muutoin kyselyyn vastaaminen olisi voinut olla enemmän aikaa vievää ja vastausprosentti olisi voinut alentua entisestään. Kokonaisuudessaan näissä kolmessa kysymyksessä nostettiin esiin kymmenen kokousteknologista välinettä, jotka vastaajien toivottiin tunnistavan.

Kysymyksellä neljä tiedusteltiin motivoivan kokouksen kokousteknologian tuntemusta. Mainitut välineet olivat avausshow, joka sisältää ääntä, videota ja/tai motivaattorin, laservaloshow, jonka avulla voidaan tehostaa esitystä tai sponsoreiden esiin tuontia, Gobo-projektorit, joilla heijastetaan liikkuvaa kuvaa tai paikallaan pysyvää valokeilaa sekä interaktiivinen lattia-projektori, joka heijastaa kattoon asennettuna lattialle kuvaa, joka alkaa liikkua sen päältä kävellessä. Tämänlaista teknologiaa on käytetty esimerkiksi kokouksien eteisauloissa, jolloin se on vaikuttanut osallistujien mielialaan jo heidän saapuessaan tilaisuuteen. Tähän kysymykseen vastasi kolme henkilöä eli noin 21 prosenttia vastaajista. Heistä kaikki olivat käyttäneet avausshow'ta, kukaan ei ollut käyttänyt laservaloshow'ta, noin 66 prosenttia tähän kysymykseen vastaajista oli käyttänyt Gobo- projektorita ja noin 33 prosenttia oli käyttänyt interaktiivista lattiaa.



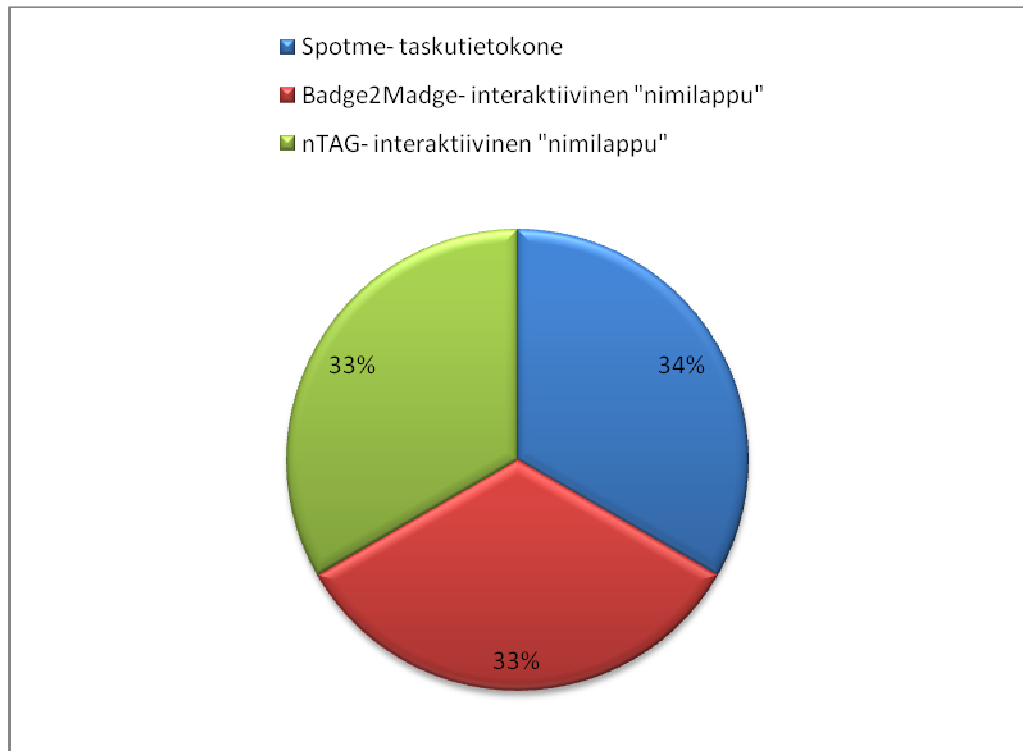
Kuvio 3. Motivoivan kokouksen kokousteknologioiden käyttö.

Kysymyksellä viisi tiedusteltiin kuulijakuntaa verkostoivan kokouksen kokousteknologiaa ja sen käyttöä. Tähän valittiin Spotme-taskutietokone, johon kerätään kaikkien osallistujien sähköiset käyntikortit ja jonka kautta voidaan tilaisuuksissa lähettää viestejä sekä etsiä ihmisiä osallistujien joukosta. Tätä laitetta voidaan käyttää myös muun muassa äänestämiseen sekä kyselyiden täyttämiseen. Toinen laite oli Badge2Madge interaktiivinen nimilappu, joka myös sisältää tietoja kantajastaan. Tiedot on kerätty ennen kokouksen alkamista kokouksenjärjestäjän laatimiin kysymyksiin vastaamalla. Kolmas laite oli nTag interaktiivinen nimilappu, jonka avulla myös vaihdetaan sähköisiä käyntikortteja sekä kerätään raportti tapahtuman aikana tehdyistä kontakteista.

Kaikilla kolmella laitteella on sama tarkoitus: auttaa osallistujia löytämään kokoukseen osallistujien joukosta heitä kiinnostavat ihmiset, sekä auttaa heitä verkostoitumaan keskenään. Kaikki kolme välinettä eroavat toistaan eri lisäominaisuuksillaan kuten äänestysmahdollisuudella, kyselyiden täyttämällä sekä koolla ja ulkomuodolla. Tähän kysymykseen valittiin kaikki kolme samaa periaatetta tukevaa laitetta, sillä tämänkaltainen verkostoitumista edistävä

teknologia on merkittävä trendi kokousalalla ja kyselyssä oli mielenkiintoista selvittää käytetäänkö jotain näistä myös Suomessa.

Verkostoitumisen merkitys kokouksissa korostuu Tony Rogersin mukaan sen vuoksi, että ihmisillä on luontainen tarve tavata kasvoitusten, mahdollistetaan myös uusien ideoiden syntyminen sekä ongelmien ratkominen yhdessä. Hänen määritelmänsä mukaan kokous on yleistermi, jolla tarkoitetaan erilaisia kommunikointia mahdollistavia tilaisuuksia. (Rogers 2008, 4.) Kysymykseen vastasi noin 14 prosenttia vastaajista eli 2 henkilöä. Näitä kaikkia edellä mainittuja laitteita oli käyttänyt 50 prosenttia kysymykseen vastanneista.



Kuvio 4. Verkostoitumiskokouksen kokousteknologioiden käyttö.

Aihepiirin viimeisellä kysymyksellä tiedusteltiin, millaista teknologiaa vastaajat myyvät kuulijakunnan uuden oppimista edistävään kokoukseen. Oppimista tukevaan teknologiaan kohdistuneeseen kysymykseen oli valittu Wiki Workshop, jolla kokousohallitajat jaetaan pienempiin yksiköihin, joissa he kirjoittavat valitusta aiheesta nousseita ideoita tietokoneita hyödyntäen Web 2.0-teknologiaan perustuvaan wikiin ja lopussa näiden yksiköiden ideat yhdistetään. Tarkoituksena on toteuttaa idearikas aivoriivi, johon on matala osallistumiskynnys. Toisena



laitteena oli tuotantantojärjestelmä, esimerkiksi Sonyn anycast-laite, jonka avulla voidaan operoida samanaikaisesti esitysnäyttöjä, tietokoneita sekä monia muita välineitä. Kolmantena laitteena kysymyksessä olivat äänestyslaitteet, kuten suomalainen Response-äänestyslaite. Tähän kysymykseen vastasi 50 prosenttia kyselyyn osallistuneista. Wiki Workshopia oli käyttänyt näistä vastaajista kaksi eli noin 29 prosenttia kysymykseen vastanneista, tuotantojärjestelmää ei ollut käyttänyt yksikään ja äänestyslaitteita oli käyttänyt noin 86 prosenttia kysymykseen vastanneista.



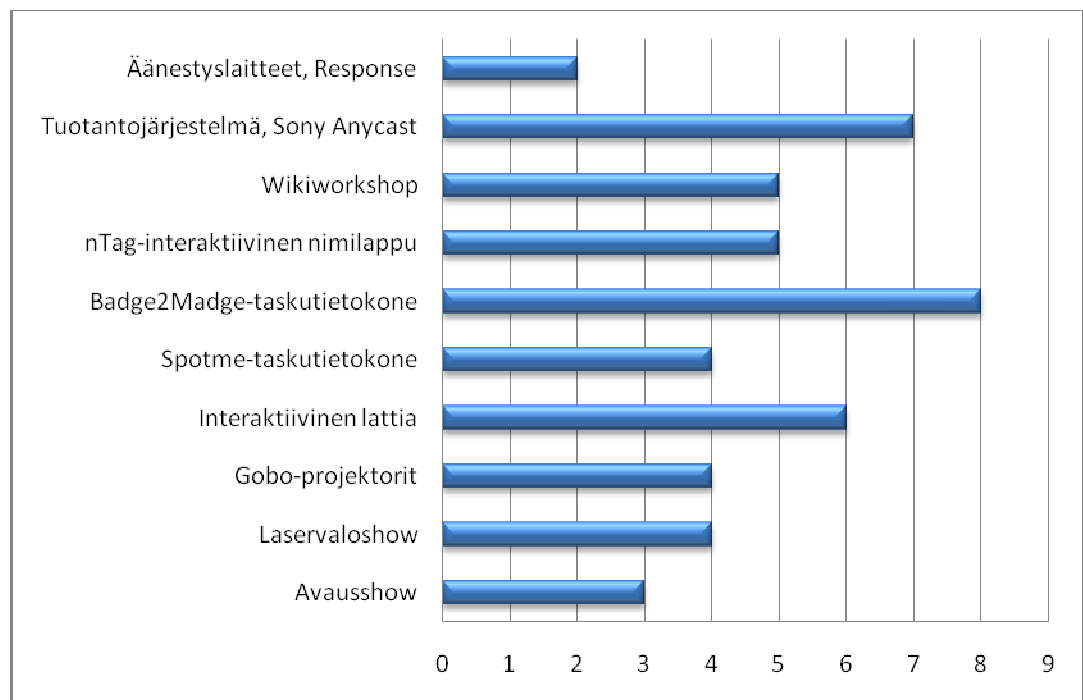
Kuvio 5. Opettavan kokouksen kokousteknologioiden käyttö.

Seuraavaksi vastaajilta kysyttiin, oliko näissä listoissa heille tuntemattomia välineitä. Noin 85 prosenttia vastasi, että listassa oli tuntemattomia välineitä, mutta loput eli noin 15 prosenttia kertoi jo tuntevansa kaikki laitteet.

Kysymyksessä numero kahdeksan tiedusteltiin, mitkä esitetyistä välineistä olivat tuntemattomia. Tämä oli avoin kysymys. Kysymykseen vastasi 10 kaikista 14 vastaajista. Osa vastaajista listasi tässä kohtaa usean laitteen, joita eivät tunteneet entuudestaan. Kaksi vastaajista ei tuntenut yhtään kysymyksissä neljä, viisi ja kuusi esiin nostetuista välineistä. Yksi vastasi, ettei tuntenut useita edellä

mainittuja, näin ollen en voinut merkitä häntä laskuihin, sillä hän ei määritellyt, mitkä laitteista hän tunsi.

Vähiten tunnettu oli Badge2Madge-laite, joka oli tuntematon kahdeksalle vastaajista, seitsemän ei tuntenut tuotantojärjestelmää, interaktiivinen lattia oli tuntematon kuudelle, viisi heistä ei ollut kuullut nTag-laitteesta ja niin valoshow, Gobo-projektori kuin Spotme olivat tuntemattomat neljälle vastaajalle. Yhdelle vastaajista kaikki listatut teknologiset välineet olivat tuntemattomia.



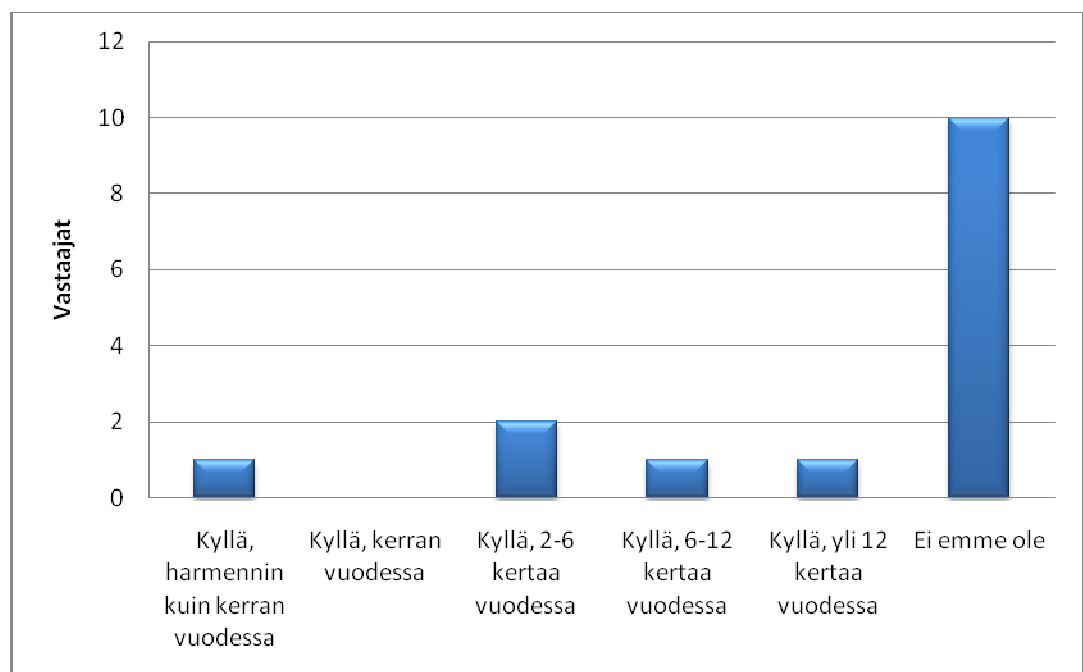
Kuvio 6. Kyselyssä esiin tulleet kokousteknologiset välineet, joita vastaajat eivät tunneneet.

#### 8.4 Webcasting-kokousten käyttö

Teknologian kehityksen myötä Internetin välityksellä toteutettavien webcasting kokousten käyttö on yleistynyt. Osallistuja voi ottaa osaa kokoukseen sen aikana tai kuunnella tilaisuuden puheet jälkikäteen sähköiseltä nauhoitteelta (Rogers. 2008. 85.).

Webcasting-ohjelmaa voidaan käyttää esimerkiksi luentotilaisuuksiin, seminaareihin, markkinointiin, lehdistötilaisuuksiin, tuotelanseerauksiin sekä TV-ohjelmiin, mainoksiin ja musiikkivideoihin. (Lehtola. 2009.) Kyselyssä kysyttiin, ovatko vastaajat tuottaneet asiakkailleen webcasting-kokouspalvelua. Kaikki vastaajat, eli 15 henkilöä, vastasivat kysymykseen. Kymmenen vastaajista ei ole tarjonnut webcasting-kokousta tai muulla Internetiä hyödyntävällä kokousohjelmalla järjestettävää etäkokousta. Kaksi on järjestänyt tämän kaltaisia kokouksia asiakkailleen kahdesta kuuteen kertaan vuodessa. Yksi on järjestänyt kerran vuodessa, yksi kuudesta kahteentoista kertaan ja yksi yli kaksitoista kertaa vuodessa.

Vastauksissa yllättävää on, että suurin osa, jopa noin 64 prosenttia, vastaajista ei ollut koskaan tarjonnut webcasting-palveluja asiakkailleen. Näin toteamus on, että webcasting on uusi tapa kokoontua eikä se ole vielä hyvin tunnettu Suomen markkinoilla. Kuitenkin yksi vastaaja toteuttaa tämänkaltaisia kokouksia yli 12 vuodessa, mikä osoittaa, että etäkokoustaminen on mahdollisesti yleistymässä Suomessa.

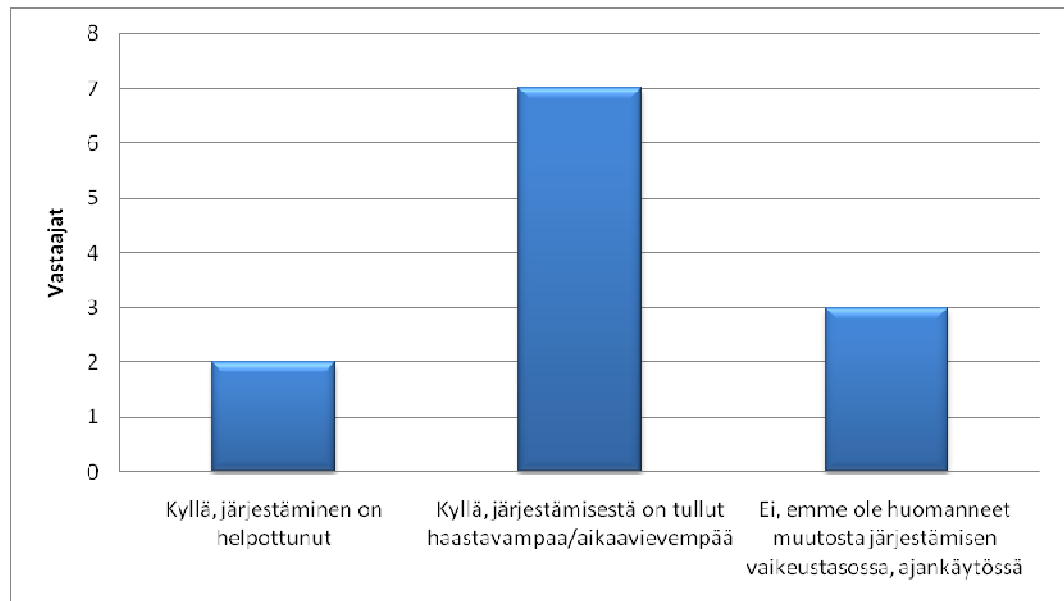


Kuvio 7. Webcasting-kokousten tai muiden Internetin välityksellä järjestettävien kokousten järjestäminen.

## 8.5 Kokousteknologian kehityksen vaikutus kokousjärjestäjän työhön ja kokousteknologiakoulutus

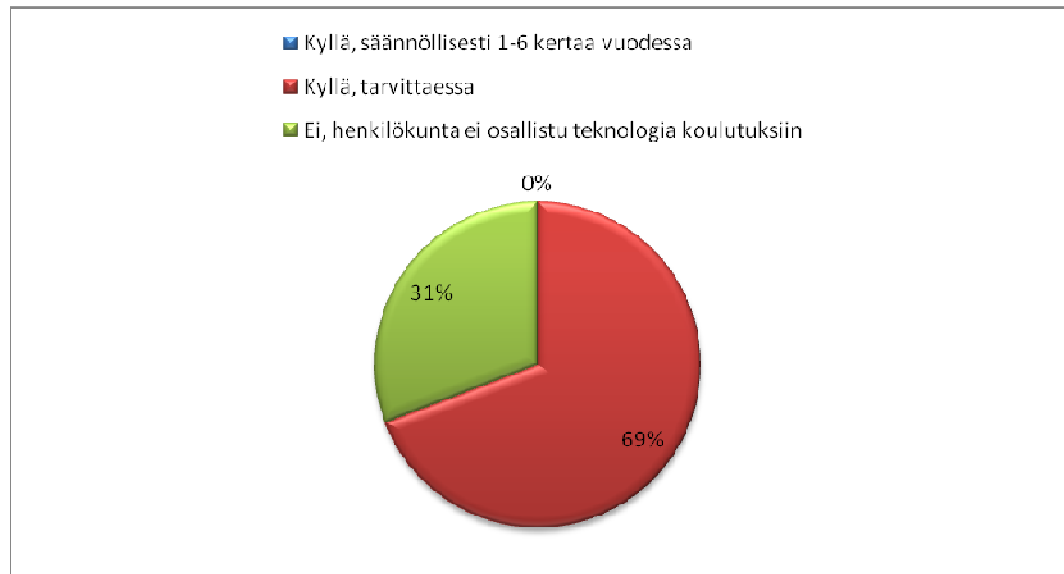
Teknologian nopea kehitys on voinut myös hankaloittaa tapahtumien järjestämistä. Seuraavana kyselyssä kysyttiin, miten teknologian kehitys on vaikuttanut vastaajien työhön. Kysymykseen vastasi 11 henkilöä eli noin 79 prosenttia kaikista vastaajista. Heistä kaksi, noin 18 prosenttia, kertoi teknologian helpottaneen ja nopeuttaneen tapahtumien järjestämistä. Noin 27 prosenttia vastasi, ettei teknologian kehitys ole vaikuttanut heidän työnsä haastavuuteen tai ajankäyttöön. Suurin osa kysymykseen vastaajista, noin 64 prosenttia, vastasi, että teknologian kehitys on tehnyt tapahtumien järjestämisestä haastavampaa ja enemmän aikaa vievää. Teknologian tuntemus on kuitenkin vielä marginaalista. Kokous on palvelutuote, joten epäonnistumiset ja hankaluudet kokouksen aikana voivat vaikuttaa merkittävästi asiakkaan tyytyväisyyteen. (Gröngroos. 2009. 76 - 81.) Kun ei ole tarpeeksi tietämystä tai taitoa käyttää uusinta teknologiaa, voivat kokousjärjestäjät vältellä webcasting-kokouksien järjestämistä, jottei heidän palvelunsa epäonnistuisi.

Tony Rogers kirjoittaa siitä, kuinka alalla on pelko, että teknologian kehittyminen olisi kokousjärjestäjiä vastaan. (Rogers. 2008.) Kuitenkin kehityksen myötä alan ammattilaiset alkavat tiedostaa kokousteknologian merkityksen kokousalalla. Tähän viittaa myös, se kuinka alan järjestöt, kuten MPI, on kehittänyt koulustusta alalle suunnatusta teknologiasta kokouksissaan. Esimerkiksi MPI:n järjestämässä European Meetings and Events Conferenssessa vuonna 2009 sekä 2010 oli useita luentoja, joissa esiteltiin uusinta teknologiaa. (Meeting Professionals International, Meetings and Events Conference 2010.)



Kuvio 8. Kuinka kokousteknologian kehitys on vaikuttanut vastaajien työhön?.

Seuraavana kysyttiin, saavatko kyselyyn osallistuneet teknologiaan liittyvää koulutusta. Kysymykseen vastasi noin 93 prosenttia vastaajista, joista kukaan ei vastannut saavansa säännöllistä koulutusta teknologian kehityksestä. Suurin osa, noin 69 prosenttia, tähän kysymykseen vastanneista kertoi saavansa teknologiaan liittyvää koulutusta tarvittaessa. Loppujen eli noin 31 prosentin henkilökunta ei osallistu kokousteknologiaan liittyviin koulutuksiin. Edellisen kysymyksen tulosten mukaan teknologia on vaikuttanut kokouksien järjestämiseen ja monille se on tehnyt heidän työstään haastavaa ja aikaavievä. Teknologian tarkoitus on kuitenkin helpottaa ja tehdä kokousjärjestäjien työstä entistä tehokkaampaa. Edelleen huomataan, että tietämys olemassa olevista välineistä ja niiden käyttötavoista on vähäistä.



Kuvio 9. Kyselyyn vastanneiden kokousteknologiaan liittyvän koulutuksen saaminen.

Kyselyn alussa tiedusteltiin, omistavatko vastaajat asiakkaille tarjottavia teknologisia välineitä, vuokraavatko he niitä vai tuoko asiakas mukanaan omat teknologiset välineet. Tässä kohtaa kyselyä tiedustellaan, ovatko asiakkaat tuoneet, PCO:iden heille järjestämiin tapahtumiin, joitain välineitä, joita he eivät entuudestaan tunteneet. Kysymykseen vastasi noin 79 prosenttia vastaajista. Heistä neljä vastaajaa ilmoitti, että asiakas on tuonut mukanaan välineitä, joita he eivät olleet tunteneet. Seitsemän vastaajista tunsivat kaikki asiakkaan mukana tuomat välineet. Eräs vastaaja ilmoitti, että hänelle tuntematon väline oli ollut Response-äänestyslaite.

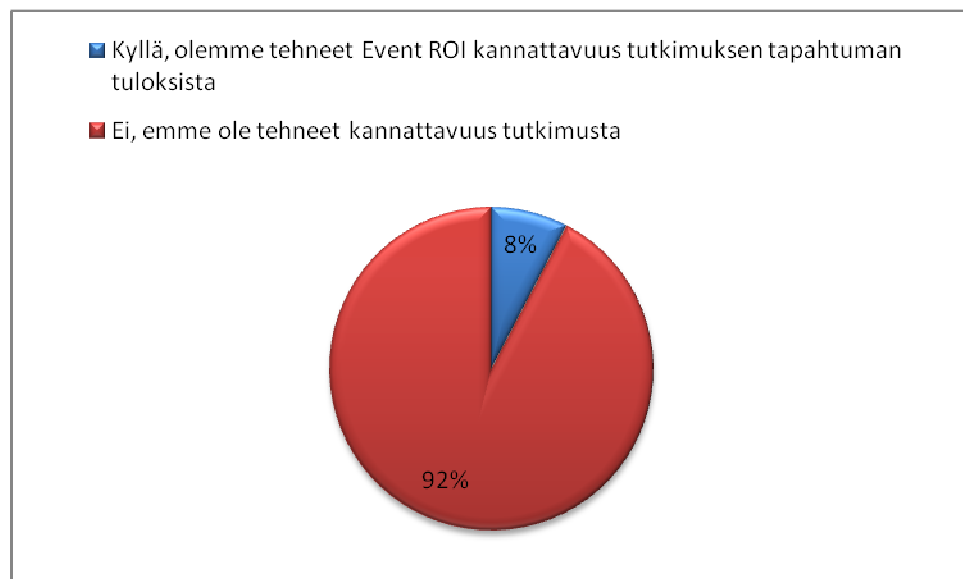
### 3.6 Event ROI-tutkimuksen käyttö

Erityisesti taloudellisen kriisin aikana tapahtumia järjestettäessä ollaan hyvin kiinnostuneita siitä, ovatko ne kannattavia. Event ROI eli return on investment eli yksi monista tuloksellisuuden laskentamenetelmistä, joka on suunnattu tapahtumien kannattavuuden laskemiseen. Event ROI:n suosio on kasvanut viime vuosina, joka näkyy sen osallisuudesta lähes kaikkiin kokousalan ammattilaisille suunnattuihin koulutustapahtumiin. Eräs vuosittaisista tapahtumista, jossa Event ROI:lla on viime vuosina ollut merkittävä rooli MPI:n European Meetings and

Events Conference, joka on suunnattu niin tapahtumanjärjestäjille kuin palveluidentuottajille. Vuonna 2009 Italian Torinossa järjestetty tapahtuma keräsi noin 500 osallistujaa, ja vuonna 2010 tapahtuma keräsi noin 400 osallistujaa ympäri maailmaa taloudellisesta kriisistä huolimatta.

Kyselyssäni vastaajilta kysyttiin tuntevatko he Event ROI-tuloksellisuuden mittaamisen menetelmän. Kysymykseen vastasi 13 eli noin 93 prosenttia vastaajista, joista 54 prosenttia kertoi tuntevansa Event ROI-menetelmän. Loput eli noin 46 prosenttia eivät tunteneet menetelmää.

Seuraavana kysyttiin, ovatko vastaajat suorittaneet Event ROI tutkimusta asiakkaalleen heidän järjestämänsä tapahtuman tuloksellisuudesta. Kysymykseen vastasi 13 eli noin 93 prosenttia kyselyyn osallistujista, joista yksi oli toteuttanut Event ROI-tutkimuksen asiakkaalleen. Loput eli noin 92 prosenttia eivät olleet tuottaneet Event ROI-tutkimusta.



Kuvio 10. Event ROI-kannattavuuslaskelmamenetelmän käyttö.

Event ROI-tutkimuksen voi suunnata myös yksittäiseen valittuun tai yhteen isoon tapahtumaan liittyvään osaan. Tarkoitus on mitata, onko tutkittavaksi valittu kohde hyödyllinen ja onko sen avulla saavutettu pitkäaikaista hyötyä siihen käytettyyn investointiin suhteutettuna. Kyselyssä vastaajilta kysyttiin vielä, olivatko he suorittaneet Event ROI-tutkimuksen nimenomaan tapahtumassa

käytetyn teknologisen välineen tuomista hyödyistä verrattuna näitä siihen liittyneeseen investointiin. Kysymykseen vastasi 13 eli noin 93 prosenttia vastaajista, joista 12 ei ole suorittanut tämänkaltaista Event ROI-tutkimusta. Yksi vastaajista ilmoitti, ettei ole tuottanut asiakkaalleen Event ROI tutkimusta teknologian tuomista hyödyistä, mutta että asiakas oli itse suorittanut tämänkaltaisen tutkimuksen tapahtumassaan käytetystä teknologiasta. Viimeisenä kysyttiin, ovatko teknologiaan kohdistetun Event ROI-tutkimuksen tulokset olleet positiivisia, negatiivisia vai neutraaleja. Tähän kysymykseen ei vastannut kukaan.

## 9 TUTKIMUKSEN ANALYSOINTI JA JATKOTUTKIMUSIDEOITA

Kokousteknologia on laaja ja heikosti tunnettu käsite. Aihealueen laajuuden vuoksi opinnäytetyön selkeä rajaaminen oli välttämätöntä, ja näin ollen päädyttiin tutkimaan vain kokouksen aikana käytettäviä kokousteknologioita sekä niiden tunnettuutta Suomessa. Aiheen uutuuden vuoksi on työssä kerrottu yksityiskohtaisesti eri teknologisista välineistä, jotka kuuluvat rajaukseen.

Kyselyn rakenne oli tehtävä selkeän jaoittelun mukaan niin, että vastaajille oli mahdollisimman helppoa vastata kysymyksiin. Näin keskityttiin vain kokouksen aikana käytettävään kokousteknologiaan ja se jaettiin kokoustavoitteiden mukaan oppimista, verkostoitumista ja osallistujien motivaatiota edistäviin kokousteknologioihin. Mielestäni olisi kiinnostavaa tehdä jatkotutkimuksena uusi opinnäytetyö joko ennen kokousta tai tapahtuman jälkeen käytettävistä kokousteknologioista.

Vastaajaluvut olivat pieniä, mutta kun otetaan huomioon, että otos järjestää yhteensä noin 133 - 159 kokousta vuodessa ovat tulokset varteenotettavia Suomen kokousalalle. Kuitenkaan tämän tutkimuksen tuloksia ei voida mielestäni yleistää koko Suomen kokousalalle, sillä Suomessa on paljon tapahtumanjärjestäjiä, jotka eivät olleet osana otosta. Otoksen valitseminen oli haastavaa, sillä kokousala on rikkonainen ja kokousjärjestäjiä on myös monilla yrityksillä, mutta heidän työtehtävänsä eivät tule esiin heidän työnimikkeessään. Näin päätin ottaa otokseksi Finland Convention Bureau ry:n kokousjärjestäjäjäsenet. Jälkikäteen



olen oppinut, että tulokset olisivat olleet kovin erilaiset, jos olisin valikoinut vastaajat yksitellen. Kuitenkin oma tuntemukseni Suomessa toimivista kokousjärjestäjistä on rajallinen, ja heitä oli hankala löytää.

Tutkimuksessa ilmeni, että suurin osa vastaajista vuokraa teknologiset välineet ulkoisesti. Tämä on hyvin tavallista kokousalalla. Olisi kiinnostavaa tutkia myös, kuinka paljon Suomessa on kokousalalle kokousteknologiapalveluja tarjoavia yrityksiä, tässä myös mahdollinen aihe jatkotutkimuksille. Kyselyssä tiedusteltaessa, vaikuttaako kokouksen järjestämisen alkuperäinen tarkoitus siihen, minkälaista teknologiaa tilaisuudessa käytetään, osa vastaajista kertoi sen vaikuttavan, mutta jotkin mainitsi, ettei kokouksen motiivilla ole merkitystä teknologiaa valittaessa. Tämä ei ole yllättävää, mikäli nämä vastaajat järjestävät pääosin perinteisiä, yritysten vuosikokoustyyllisiä kokouksia, mutta mikäli kokousten tarkoitus on edistää verkostoitumista tai esimerkiksi nostaa työntekijöiden motivaatiota, on tiedolla suuri merkitys tapahtumaa järjestettäessä. Kokous voisi olla tehokkaampi, jos hyödynnettäisiin kokoustavoitteiden saavuttamista tukevaa kokousteknologiaa.

Vastauksissa kiinnostavaa oli, että yhdysvaltalainen, verkostoitumista helpottava nTag-laite oli otokselle tutumpi kuin eurooppalaiset samaan kokoustavoitteeseen pyrkivät Spotme sekä Badge2Match. Myös se, että Gobo-projektori oli neljälle vastaajista tuntematon, oli yllättävää, sillä näitä laitteita näkyy käytettävän myös yritysten sekä tapahtumien markkinoinnissa ja myös kaupunkien katukuvassa silloin tällöin heijastamassa logoa tai esimerkiksi mahdollisten näyttelyiden nimiä rakennuksien seinille. Epäilen, että laitteen nimi, Gobo, oli vastaajille tuntematon, mutta itse laite olisi mahdollisesti ollut tuttu, jos he olisivat nähneet sen. Näin ollen pohdin, että kyselyn tulokset olisivat voineet olla erilaiset, mikäli kyselyssä olisi ollut myös kuvat kaikista laitteista. Jos toistaisin kyselyn tulevaisuudessa, lisäisin siihen laitteiden kuvat.

Vastauksista ilmeni, että kokousteknologia ei ole suurimmalle osalle otoksesta tuttua ja, että asiantuntemus teknologian oikeaoppisesta hyödyntämisestä on vähäistä. Koulutuksen tarve on mielestäni merkittävä, erityisesti sen takia, että suuri osa vastaajista kertoi teknologian kehityksen tehneen kokousjärjestämisestä

haastavampaa sekä enemmän aikaa vievää kuin aikaisemmin. Osa myös ilmoitti, ettei heille ole työn puolesta järjestetty ollenkaan koulutusta kokousalalle kehitetyistä teknologioista. Innovaatioiden tarkoitus on helpottaa työtä ja mahdollistaa parempia taloudellisia tuloksia. Tämä on myös kokousteknologisten innovaatioiden tarkoitus. Mikäli koulutusta järjestettäisiin, voisivat kokousalan ammattilaiset hyödyntää näitä teknologisia laitteita työssään niin, että heidän kilpailukykynsä vahvistuisi.

Myös Event ROI-kannattavuuslaskelman tuntemattomuus herättää mielenkiintoa. Nousee ilmi kysymys että, millä menetelmällä kyselyyn vastanneet kokousjärjestäjät laskevat tapahtumiensa kannattavuutta tai jonkin yksittäisen teknologian vaikutuksista kokouksen lopulliseen taloudelliseen tulokseen. Olisi mielenkiintoista tehdä laajempi opinnäytetyötutkimus Event ROI-menetelmän tunnettuudesta tai esimerkiksi Event ROI-tutkimus määrätyn teknologisen välineen tuottamasta taloudellisesta hyödystä yksittäisessä kokouksessa.

Kysely toteutettiin kesäkuussa 2009. Teknologian kehitys ja alan ammattilaisten tietämyksen kasvaminen on ollut merkittävää tämän jälkeen. Mikäli sama kysely toteutettaisiin uudelleen, olisivat tulokset luultavasti erilaiset. Luxemburgissa suorittamani vuoden pituisen työharjoittelun vuoksi en saanut työtäni ajallaan valmiiksi, ja näin ollen tutkimuksen tulokset ovat mahdollisesti vanhentuneet. Mikäli olisin osannut arvioida, että ulkomailla suorittaman työharjoitteluni aikana minulle ei jää tarpeeksi aikaa kirjoittaa työtä valmiiksi, olisin pyrkinyt saamaan sen valmiiksi ennen harjoitteluun lähtöä. Luxemburgissa toinen haaste oli, että viitekehysten rakentaminen vaikeutui suuresti, sillä alan kirjallisuutta ei ollut saatavilla maan kirjastoissa. Myös lomien saaminen oli hankalaa, ja näin ollen en päässyt Suomeen työstämään opinnäytetyötä niin usein kuin toivoin.

Tämän opinnäytetyön tarkoitus oli herättää keskustelua kokousalalle merkittävästä aiheesta, josta ei ole aiemmin Suomessa tehty opinnäytetyötä. Uskon saavuttaneeni tämän tavoitteen osittain jo työnteon aikana, sillä olen keskustellut opinnäytetyöstäni työntekoprosessin aikana useasti alan ammattilaisten kanssa, jotka ovat kiinnostuneet aiheesta.

Työn alussa haastena oli kyselylomakkeen rakentaminen. Se oli hankalaa, sillä aiheesta ei ollut aikaisemmin tehty tutkimusta eikä minulla ollut vertauskohdetta, jonka avulla rakentaa yksittäiset kysymykset sekä kyselyn rakenne. Onnistuin kuitenkin saamaan lyhyeen kyselyyn paljon merkittäviä kokousteknologioita. Ongelmana oli, että kyselyssä esiin nostamani teknologiset välineet olisivat kaivanneet laajempaa kuvausta ja mahdollisesti myös kuvia.

Kokousteknologia on uusi ja marginaalisesti tunnettu käsite kokousalalla. Näin ollen myös kirjallisuuden löytäminen viitekehykseen oli vaikeaa. Olen käyttänyt paljon Internet-lähteitä sekä artikkeleita, sillä alalle kohdistuvasta teknologiasta on kirjoitettu hyvin vähän kirjoja ja niidenkin huono saatavuus lisäsi työn toteutuksen haastavuutta. Aihe on nopeasti kehittyvä ja sen vuoksi ajankohtaisen tiedon löytämistä varten olen seurannut aktiivisesti alan julkaisuja sekä Internet- lähteitä. Internet-lähteiden käyttäminen on ollut perusteltua työn teknologiapainotteisuuden vuoksi. Olen hyödyntänyt työssäni lähteitä, joita toivoisin Suomessa seurattavan aktiivisesti.

Olisi hyvä suorittaa samankaltainen kokousteknologiaturkimus yksittäisille yrityksille tai järjestöille sunnattuna. Tämänkaltaisessa tutkimuksessa tutkittaisiin valittujen yritysten tietämystä kokousteknologiasta. Kyselyn kohderyhmänä olisivat yritysten tai järjestöjen tapahtumanjärjestävävastaavat. Näin voitaisiin saada laajempi kuva Suomen tasosta. Tutkimukset kokousteknologiasta ennen, kokouksen aikana sekä sen jälkeen, voisivat olla joko erillisiä opinnäytetöitä, tai nämä voitaisiin tuoda esiin yhdessä opinnäytetyössä, mikäli tutkittavia yrityksiä ei ole monta.

Opinnäytetyötä tehdessä opin, että alan käsitteet, työkuvaukset sekä määritelmät ovat hajanaisia ja ristiriitaisia. Monet alan ammattilaiset puhuvat samoista asioista eri nimillä, ja näin syntyy helposti väärinkäsityksiä. Olisi hyvä tehdä tutkimus siitä, millaisilla eri termeillä mitään asiaa ja tekijää kuvataan ja kuinka näitä määritteitä voitaisiin saada vakiinnutettua.

Olisi myös kiinnostavaa tehdä jatkotutkimus kokousteknologian kehittymisestä alalla. Tämänkaltaisessa tutkimuksessa voitaisiin perehtyä kokousteknologian

kehityksen elinkaareen sekä siihen, kuinka nopeasti teknologiset välineet uudistuvat.

## 10 YHTEENVETO

Teknologiset innovaatiot auttavat työntekoa sekä tuottavat parempia tuloksia kokousalalla niin kuin muillakin aloilla. Innovaatioiden kehittyessä ja taloudellisen taantuman hankaloittaessa liikematkustamista, ovat kokousalan ammattilaiset turvautuneet teknologian mahdollistamiin uusiin kokousmuotoihin, kuten Internetin ja innovatiivisten software-ohjelmien kautta toteutettaviin webcasting-kokouksiin. Näiden uusien kokoustapojen avulla voidaan keskittää kokoukseen suunnatut investoinnit tuomaan parhaimmat mahdollisimmat tulokset.

Tämän työn tarkoitus oli nostaa esiin muutamia teknologisia välineitä, joiden avulla voidaan saavuttaa parempia tuloksia. Työssä keskityin kokouksen aikana käytettäviin teknologioihin, sillä muutoin aihealueesta olisi tullut liian laaja ammattikorkeakoulun oppinäytetyöhön. Tarkoitus oli, että tämän työn avulla heräisi keskustelua kokousteknologian mahdollisuuksista alalla. Toivonkin, että myös kyselyyn osallistujat voisivat tutustua valmiiseen työhön.

Mikäli näin käy uskon, että olen onnistunut tarkoituksessani nostaa esiin keskustelua kokousalalle merkittävästä aiheesta, josta ei ole aiemmin Suomessa tehty opinnäytetyötä.

Jälkeenpäin ajatellen olen huomannut, että olisin voinut tehdä kyselyn hieman eri tavalla sekä, että otoksen valinta olisi voinut olla laajempi kuin vain Finland Convention Bureau ry:n kokousjärjestäjät. Parantaakseni kyselyn ymmärrettävyyttä olisin voinut lisätä siihen kuvat jokaisesta teknologisesta välineestä, josta tein kysymyksiä. Otoksen laajentaminen kuitenkin vaatisi laajempaa tutkimustyötä Suomen kokousalan tapahtumanjärjestäjä ammattilaisista.

Olen kuitenkin tyytyväinen, että kyselyyn osallistuneet kokousjärjestäjät järjestävät vuosittain yhteensä 133 - 159 kokousta Suomessa. Tämä nostaa

tutkimustulosten merkittävyyttä. Tulosten mukaan suurin osa näiden 133 - 159 Suomessa järjestettävän kokouksen järjestäjistä ei ollut kiinnittänyt huomiota tai vastaavasti saanut koulutusta työnantajaltaan kokousteknologian kehityksestä.

Taloustaantumet tulevat ja menevät tasaisin väliajoin. Kuitenkin taloustaantumien aikana kokousjärjestäjät joutuvat järjestämään kokouksia pienillä budjeteilla sekä kiireisien aikataulujensa haastamana. Tällöin heidän olisi mahdollista hyödyntää kokousteknologiaa saadakseen tehokkaammin tuloksia vähemmällä työpanoksella.

Aloin kirjoittaman opinnäytetyötäni innostuneena kokousteknologiasta. Olin opiskellut aihetta vapaa-ajallani ja pääsin näkemään kokousteknologian hyödyntämistä kansainvälisissä kokouksissa osallistuessani MPI:n European Meetings and Events Conferenceen vuosina 2008 sekä 2009. Tuntien aihealueen olin yllättynyt, että tutkimustuloksien mukaan otoksessa mukana olleet Suomen alan ammattilaiset eivät olleet tietoisia kaikista mainitsemistani teknologisista välineistä. Kuitenkin on otettava huomioon, että olen alalle valmistuva opiskelija, ja olen päässyt tutustumaan kyseisiin välineisiin koulutukseni avulla. On mahdollista, että otoksen henkilöt ovat opiskelleet aktiivisesti vuosikymmeniä sitten tai eivät ole mahdollisesti ollenkaan saaneet alan koulutusta. Näin ollen koen kokousteknologiauudistuksiin liittyvän koulutuksen järjestämisen olevan työnantajan vastuulla, jotta voidaan taata, että yrityksen työntekijät käyttäisivät mahdollisimman tehokkaita ja ajanmukaisia keinoja kokouksia järjestäessään. Näin yritykset parantaisivat kilpailukykyään markkinoilla.

Minua harmittaa opinnäytetyön valmistumisen viivästyminen, sillä työn julki tullessa tutkimustulokset eivät mahdollisesti ole enää paikkaansa pitäviä. Kuitenkin olen tyytyväinen siihen, että tutkimus herätti kyselyyn valitussa otoksessa kiinnostusta kokousteknologiaa kohtaan. Usea heistä mainitsi kyselyyn vastatessaan, että ovat kiinnostuneita oppimaan lisää kokousteknologista ja sen hyödyistä. Toivon, että aihealueesta tullaan tekemään uusia opinnäytetöitä, ja erityisesti toivon, että joku tekisi toiminnallisen opinnäytetyön, jonkin teknologisen välineen käyttämisestä kokouksessa.

Tutkimuksen tarkoituksena oli myös kartoittaa Internet-pohjaisen kokoustamisen etuja ja haittoja. Oli mielenkiintoista tutkia myös kokousteknologian tuomia haittoja, sillä tämä opetti minulle, kuinka vaativaa uusien teknologioiden käyttöön ottaminen voi olla.

Tämän opinnäytetyön tutkimuksen tuloksia ei voida yleistää kaikkiin Suomen kokousjärjestäjiin, sillä otos ei ollut tähän tarpeeksi laaja. Olen myös tutkimuksen toteutumisen jälkeen tutustunut henkilökohtaisesti moniin, jotka ovat olleet kiinnostuneita ja tietoisia työssä mainituista kokousteknologiavälineistä.

Opinnäytetyöprosessi on ollut mielenkiintoinen ja opettavainen taival. Mielikuvani kokousjärjestäjien työstä sekä erityisesti kokousteknologiasta on laajentunut ja olen oppinut, kuinka voin itse tulevaisuudessa hyödyntää teknologisia innovaatioita työurallani.

## LÄHTEET

Benkler, Y. 2006. *The Wealth of Networks*. London. Strange Fruit.

Fenich, G. G. 2005. *Meetings, Expositions, Events, and Conventions: an introduction to the industry*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Rautiainen, M. & Siiskonen, M. 2007. *Kokous- ja kongressipalvelut*. Vantaa: Restamark.

Maliranta, M. & Ylä-Anttila, P. 2007. *Kilpailu innovaatio ja tuottavuus*. Helsinki: Taloustieto Oy.

Gröngroos, C. 2009. *Palvelujen johtaminen ja markkinointi*. Helsinki: WSOYpro.

Eskola, J. & Suoranta, J. 1999. *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Jyväskylä: Gummerus.

Heikkilä, T. 2001. *Tilastollinen tutkimus*. Helsinki: Edita.

Hirsjärvi, S. & Remes, P. & Sajavaara, P. 2004. *Tutki ja kirjoita*. 10. uudistettu painos. Helsinki: Tammi.

Metsämuuronen, J. 2006. *Laadullisen tutkimuksen käsikirja*. Jyväskylä: Gummerus.

Vanneste, M. 2008. *Meeting Architecture a manifesto*. Turnhout: The Meeting Support Institute.

Niermeyer, R., Seyffert, M., 2002. *Motivaatio*. Helsinki: OY RASTOR AB.

Phillips, J. J. Ph.D. 2003. Return on Investment in training and performance improvement programs. Toinen painos. Burlington, Massachusetts: Butterworth Heinemann. Elsevier.

Rogers, T. 2008. Convergence and conventions. A Global industry. Toinen painos. Lontoo: Butterworth Heinemann. Elsevier.

Ravn, I., Elsborg, S., 2006. Learning Meetings and Conferences in Practice. Copenhagen: People's Press.

McKeown, M. 2008. The Truth About Innovation. Harlow: Pearson.

Surowiecki, J. 2004. The Wisdom of crowds. Lontoo: Abacus.

De Wit, S. 2009. Secrets of Effective Meetings & Events. Sint-Katelijne-Waver: Barranco Concept NV.

Artikkelit ja julkaisut:

Abbit Meeting Support, 2008. One pages.

Ball, C. 2007. The true "state-of-art" is in the infrastructure. Viewpoint. Unique Venues.

Basler, D. 2010. ONE+, Maaliskuu 2010.

Sähköiset lähteet:

Badge2Match. 2010. Index. [viitattu 15.4.2010] Saatavissa Badge2Match Internet-sivuilla: <http://www.badge2match.com/index.php> 15.4.2010  
<http://www.ictoffice.nl/?ch=ICT&id=7166> 15.4.2010.

Content creation Wiki. 2010. [viitattu 12.4.2010] Saatavissa Content creation Wiki Internet-sivuilla: <http://c2.com/cgi/wiki>.



Coolboom. 2010. LightFader. [viitattu 29.8.2010] Saatavissa Coolboon Internet-sivuilla: <http://coolboom.net/products/lightfader-by-tal/>.

c2. 2010. Wiki history. [viitattu 28.8.2010] Saatavissa c2 Internet-sivuilla: <http://c2.com/cgi/wiki?WikiHistory>.

Finland Convention Bureau. 2009. Tietoa FCB:tä. [viitattu 20.6.2009] Saatavissa Finland Convention Bureauun Internet-sivuilla:

<http://fcb.synergiafoxy.fi/?pageid=200&parent0=4&parent1=117&parent2=200>.

Finland Convention Bureau. 2010. Finland Convention Bureauun toiminnot siirtyvät MEKiin. [viitattu 10.10.2010] Saatavissa Finland Convention Bureauun Internet-sivuilla:

<http://www.fcb.fi/?pageid=120&parent0=4&parent1=120&newsid=100>.

Event Roi. 2009. Event Roi. [viitattu 20.6.2009] Saatavissa Event Roi Internet-sivuilla: <http://www.eventroi.com/>.

Event Roi. 2010. [viitattu 28.8.2010] Saatavissa Event Roi Internet-sivuilla: <http://eventroi.org/pressfiles/roipyramid3000x2532px544kb.jpg>.

Jeremiaha and Andrews. 2010. B Down Gobo. [viitattu 28.8.2010] Saatavissa Jeremiaha and Andrews Internet-sivuilla:

<http://jeremiahaandrews.com/2009/06/29/b-down-gobo-sotb-redux/>.

Morgan, N. 2009. Three ways to make conference. Harward Business review.

[viitattu 16.4.2010] Saatavissa Harward Business review Internet-sivuilla:

[http://blogs.hbr.org/cs/2009/06/three\\_ways\\_to\\_make\\_conferences.html](http://blogs.hbr.org/cs/2009/06/three_ways_to_make_conferences.html).

New Launches. 2010. Sensacell's floor displays LED footprints. [viitattu 29.8.2010] Saatavissa Newlaunches Internet-sivuilla:

[http://www.newlaunches.com/archives/sensacells\\_floor\\_displays\\_led\\_footprints.php](http://www.newlaunches.com/archives/sensacells_floor_displays_led_footprints.php).

ICS office. 2010. [viitattu 20.6.2010] Saatavissa ICT office Internet-sivuilla:  
[www.ICToffice.nl](http://www.ICToffice.nl)

International Laser Display Association. 2010. [viitattu 12.4.2010] Saatavissa  
International Laser Display Associationin Internet-sivuilla:  
<http://www.laserist.org/awards.htm>.

Last fm. 2010. Glimax 2008. [viitattu 25.1.2010.] Saatavissa Last fm Internet-  
sivuilla: <http://www.lastfm.it/music/Qlimax/+images/4620613>

Meeting Professionals International. 2010. [viitattu 20.6.2009] Saatavissa Meeting  
Professionals International järjestön Internet-sivuilla:  
<http://www.mpiweb.org/About>.

Meeting Professionals International. 2009. European Meetings and Events  
Conference 2009. [viitattu 20.6.2009] Saatavissa European Meetings and Events  
Conference:n Internet-sivuilla: <http://www.mpiweb.org/Events/EMEC2009.aspx>

Päijät- Hämeen ennakointi verkosto. 2007. Teknologia ja innovaatiot. [viitattu  
20.1.2010] Saatavissa Päijät- Hämeen ennakointiverkosto Internet-sivuilla:  
[http://www.paijat-  
hame.fi/ennakointi/smf/index.php?PHPSESSID=5sr5ie1hhkca738vccm1s6flj3&to  
pic=168.new](http://www.paijat-hame.fi/ennakointi/smf/index.php?PHPSESSID=5sr5ie1hhkca738vccm1s6flj3&to pic=168.new).

Response. 2010. Creating Successful interactive events. [viitattu 25.1.2010]  
Saatavissa Response Internet-sivuilla:  
<http://www.globalresponse.fi/?lang=fi&page=c5>.

ROI Institute tm. 2009. ROI for Meetings and Events. [viitattu 15.6.2009]  
Saatavissa ROI Instituten Internet-sivuilla:  
<http://www.roiinstitute.net/meetingsandevents/>.

SearchSOA.com Definitions. 2010. What is Software?. [viitattu 20.6.2010]  
Saatavissa SearchSOA.com Definitions Internet-sivuilla:  
[http://searchsoa.techtarget.com/sDefinition/0,,sid26\\_gci213024,00.html](http://searchsoa.techtarget.com/sDefinition/0,,sid26_gci213024,00.html).

Skype. 2010a. [viitattu 24.1.2010] Saatavissa Skype Internet-sivuilla:  
<http://about.skype.com/>.

Skype. 2010b. Conference Call. [viitattu 15.4.2010] Saatavissa Skype Internet-sivuilla: <http://www.skype.com/intl/en/business/features/conferencecall/>  
15.4.2010.

Sony. 2010. Sony Anycast.[viitattu 16.4.2010] Saatavissa Sony Internet-sivuilta:  
<http://www.sony.co.uk/biz/product/anycast/aws-g500e/overview>.

Spotme. 2010. Spotme. [viitattu 15.4.2010] Saatavissa Skype Internet-sivuilla:  
<http://www.spotme.com/>.

Stagepoint. 2010. Gobos. [viitattu 28.8.2010] Saatavissa Stagepoint Internet-sivuilla: <http://www.stagepoint.co.uk/Gobos.htm>.

Tekes. 2008. Innovaatiotoiminnan vaikutukset. [viitattu 25.1.2010] Saatavissa Tekesin Internet-sivuilla:  
[http://www.tekes.fi/ajankohtaista/uutisia/uutis\\_tiedot.asp?id=5092](http://www.tekes.fi/ajankohtaista/uutisia/uutis_tiedot.asp?id=5092)

Tekes. 2010. Innovaatio toiminta luo menestystä. [viitattu 25.1.2010] Saatavissa Tekesin Internet-sivuilla:  
[http://www.tekes.fi/julkaisut/Innovaatiotoiminta\\_luo\\_menestysta.pdf](http://www.tekes.fi/julkaisut/Innovaatiotoiminta_luo_menestysta.pdf), 3.

Wikipedia. 2010a. What is Wiki. [viitattu 12.4.2010] Saatavissa Wikipedia Internet-sivuilla: <http://wiki.org/wiki.cgi?WhatIsWiki>.

Wikipedia. 2010b. Wiki. [viitattu 12.4.2010] Saatavissa Wikipedia Internet-sivuilla: <http://en.wikipedia.org/wiki/Wiki>.

Wikipedia. Professional Congress Organiser. 2010c. [viitattu 10.10.2010]  
Saatavissa Wikipedia Internet-sivulla:  
[http://en.wikipedia.org/wiki/Professional\\_Conference\\_Organiser](http://en.wikipedia.org/wiki/Professional_Conference_Organiser).

Wikipedia. Skype. 2010d. [viitattu 24.1.2010] Saatavissa Wikipedia Internet-sivulla: <http://fi.wikipedia.org/wiki/Skype>.

Wikipedia. VoiIP. 2010e. [viitattu 24.1.2010] Saatavissa Wikipedia Internet-sivulla: <http://fi.wikipedia.org/wiki/VoIP>.

Windows. 2009. What is Windows meeting space?. [viitattu 15.4.2010] Saatavissa Windows Internet- sivuilla: <http://windowshelp.microsoft.com/Windows/en-US/Help/bb91b26f-7a9b-40d3-b397-b3c1cfac94411033.mspx>.

Sähköpostit:

Lehtonen, J. 2009. Webcast palvelut / DeCo Media Oy [sähköpostiviesti].  
Vastaanottaja Kanervo, S. Lähetetty 5.5.2009. [Viitattu 7.5.2009].

Hamso, E., 2009. ROI is History [sähköpostiviesti]. Vastaanottaja Kanervo, S.  
Lähetetty 17.1.2009. [Viitattu 20.1.2009]

## LIITTEET

## 1) KOKOUSTEKNOLOGIA KYSELY, 3 SIVUA

## KOKOUSTEKNOLOGIA KYSELY

## 1. Kuinka usein yrityksenne järjestää kokouksia/ konferensseja?

Kysymykseen vastanneet: 14 (ka: 4,1)

(1.1) Ei koskaan 14,3% (2 vastaajaa)

(1.2) 1-3 kertaa vuodessa 7,1% (1 vastaaja)

(1.3) 4-6 kertaa vuodessa 0% (0 vastaajaa)

(1.4) 7-12 kertaa vuodessa 14,3% (2 vastaajaa)

(1.5) Enemmän kuin 12 kertaa vuodessa 64,3% (9 vastaajaa)

## 2. Omistaako yrityksenne peruskokoustekniikan (piirtoheitin, fläppitaulu, projektori ym.) lisäksi kokous/tapahtumateknologiaan erikoistunutta välineistöä ja teknologiaa, jota tarjoatte asiakkaalle?

Kysymykseen vastanneet: 14 (ka: 2,2)

(2.1) Kyllä, välineet ovat yrityksen omia 14,3% (2 vastaajaa)

(2.2) Ei, välineet vuokrataan 57,1% (8 vastaajaa)

(2.3) Osa välineistä ovat omia, osa vuokrataan 21,4% (3 vastaajaa)

(2.4) Ei, asiakas tuo aina mukanaan tarvitsemansa tekniikan 7,1% (1 vastaaja)

## 3. Kokouksen motiivit/tavoitteet ovat kuulijoiden motivoiminen, verkostoitumisen edistäminen ja uusien asioiden opettaminen. Käytetäänkö järjestämässänne kokouksissa eri teknologiaa riippuen näistä edellä mainituista tapahtuman motiiveista?

Kysymykseen vastanneet: 13 (ka: 1,4)

(3.1) Kyllä 61,5% (8 vastaajaa)

(3.2) Ei 38,5% (5 vastaajaa)

## 4. Myyttekö seuraavia palveluja Motivoivaan kokoukseen?

Kysymykseen vastanneet: 3 (ka: 2,2)

(4.1) Avausshow, johon liittyy videota, ääntä tai motivaattori 100% (3 vastaajaa)

(4.2) Laservaloshowkuva tehostuskeinona esityksessä tai sponsoroinnissa 0% (0 vastaajaa)

(4.3) Goboprojektorit, joilla heijastetaan liikkuvaa tai paikallaan pysyvää valokeilaa 66,7% (2 vastaajaa)

(4.4) Interaktiivinen lattia projektori, jonka päälle astuessa kuva alkaa liikehtiä 33,3% (1 vastaaja)

## 5. Myyttekö seuraavia palveluja Verkostoitumista edistävään kokoukseen?

Kysymykseen vastanneet: 2 (ka: 2)

(5.1) Spotmetaskutietokone, jossa on kaikkien osallistujien tiedot 50% (1 vastaaja)

(5.2) Badge2Madgeinteraktiivinen ”nimilappu” 50% (1 vastaaja)

(5.3) nTAGinteraktiivinen ”nimilappu”, jonka avulla verkostoidutaan, vaihdetaan käyntikortteja, kerätään raportti tapahtuman aikaisista kontakteista ym.50% (1 vastaaja)

6. Myyttekö seuraavia palveluja uutta tietoa Opettavaan kokoukseen?

Kysymykseen vastanneet: 7 (ka: 2,5)

(6.1) Wikiworkshop, ryhmä jaetaan pienempiin yksiköihin, jotka kirjoittavat ideoita wikiin ja lopussa yksiköiden ideat yhdistetään 28,6% (2 vastaajaa)

(6.2) Tuotantojärjestelmä, esimerkiksi Sonyn Anycastväline, jolla voidaan operoida niin kameroita, näyttöjä, tietokoneita kuin monia muitakin välineitä samanaikaisesti 0% (0 vastaajaa)

(6.3) Äänestyslaitteet, joista saadaan tulokset heti näkyville, esimerkiksi Response 85,7% (6 vastaajaa)

7. Oliko listalla joitain teknologisia välineitä, jotka eivät olleet tuttuja?

Kysymykseen vastanneet: 13 (ka: 1,2)

(7.1) Kyllä 84,6% (11 vastaajaa)

(7.2) Ei 15,4% (2 vastaajaa)

8. Mitä välineitä et tuntenut?

1. spotme, badge2madge, nTag, wikiworkshop ,anycast

2. Sony Anycast,Badge2Badge,nTAG, laser, Gobo, Interaktiivinen lattia

3. Badge2Madgeinteraktiivinen,Wikiworkshop

4. Sonyn anycast Badge Madge

5. Kaikki uusi kiinnostaa, kaikista voisi saada lisätietoa.

6. kaikki

7. Välineet ovat lähes kaikki tuttuja, ongelma on etemme myy niitä vaan ostantamme: Tunteamattomia minulle olivat interaktiivinen lattia ja anycastväline.

8. muut paitsi äänestys

9. badge2madge

10. Useita edellä mainittuja

9. Oletteko myyneet asiakkaalle Webcasting tai jotain muuta Internetin välityksellä tapahtuvaa etäkokousta?

Kysymykseen vastanneet: 14 (ka: 5)

(9.1) Kyllä harvemmin kuin kerran vuodessa 7,1% (1 vastaajaa)

(9.2) Kyllä kerran vuodessa 0% (0 vastaajaa)

(9.3) Kyllä 2-6 kertaa vuodessa 14,3% (2 vastaajaa)

(9.4) Kyllä 6-12 kertaa vuodessa 7,1% (1 vastaajaa)

(9.5) Kyllä yli 12 kertaa vuodessa 7,1% (1 vastaajaa)

(9.6) Ei emme ole 64,3% (9 vastaajaa)

10. Onko teknologian uudistumisella ollut vaikutusta PCO toimiston toteuttamien tapahtumien järjestämiseen?

Kysymykseen vastanneet: 11 (ka: 2,1)

(10.1) Kyllä, järjestäminen on helpottunut 18,2% (2 vastaajaa)

(10.2) Kyllä, järjestämisestä on tullut haastavampaa/aikaa vievää 63,6% (7 vastaajaa)

(10.3) Ei, emme ole huomannut muutosta järjestämisen vaikeustasossa tai ajankäytössä 27,3% (3 vastaajaa)

11. Koulutetaanko henkilökuntaa säännöllisesti teknologian kehittymisestä?

Kysymykseen vastanneet: 13 (ka: 2,3)

(11.1) Kyllä, säännöllisesti 1-6 kertaa vuodessa 0% (0 vastaajaa)

(11.2) Kyllä, tarvittaessa 69,2% (9 vastaajaa)

(11.3) Ei, henkilökunta ei osallistu teknologia koulutuksiin 30,8% (4 vastaajaa)

12. Ovatko tapahtumien tilaajat tuoneet mukanaan teknologisia välineitä, joita ette tunteneet aikaisemmin?

Kysymykseen vastanneet: 11 (ka: 1,6)

(12.1) Kyllä 36,4% (4 vastaajaa)

(12.2) Ei 63,6% (7 vastaajaa)

13. Jos vastasitte edelliseen kysymykseen "kyllä" kirjoittakaa tähän, mitä välineitä ette tunteneet.

1. Response

2. En osaa sanoa, koska me emme niiden kanssa ole tekemisissä.

14. Kokouksien tuloksellisuutta voidaan mitata Event ROI eli Return On Investment kannattavuuslaskennalla. Tunnetteko Event ROI menetelmän?

Kysymykseen vastanneet: 13 (ka: 1,5)

(14.1) Kyllä 53,8% (7 vastaajaa)

(14.2) Ei 46,2% (6 vastaajaa)

15. Käyttääkö PCO yrityksenne Event ROI menetelmää järjestämienne tapahtumien kannattavuuden laskemiseen?

Kysymykseen vastanneet: 13 (ka: 1,9)

(15.1) Kyllä, olemme tehneet Event ROI kannattavuus tutkimuksen tapahtuman tuloksista 7,7% (1 vastaaja)

(15.2) Ei, emme ole tehneet kannattavuus tutkimusta 92,3% (12 vastaajaa)

16. Mittaatteko Event ROI menetelmän avulla tilaisuudessa käyttämänne teknologian tuomia taloudellisia tuloksia?

Kysymykseen vastanneet: 13 (ka: 1,1)

(16.1) Ei, emme ole suorittaneet Event ROI tutkimusta teknologian hyödyistä 92,3% (12 vastaajaa)

(16.2) Ei, emme ole suorittaneet Event ROI tutkimusta teknologian hyödyistä, mutta asiakkaamme on itse järjestänyt Event ROI tutkimuksen tilaisuudelleen 7,7% (1 vastaaja)

(16.3) Kyllä, olemme suorittaneet Event ROI tutkimuksia asiakkaillemme 0% (0 vastaajaa)

17. Jos vastasitte edelliseen kysymykseen "kyllä", ovatko tulokset olleet:

Kysymykseen vastanneet: 0 (ka: 0)

(17.1) Positiivisia 0% (0 vastaajaa)

(17.2) Negatiivisia 0% (0 vastaajaa)

(17.3) Neutraaleja 0% (0 vastaajaa)