

Opinnäytetyö (AMK)

Liiketalous

2020

Saana Niinimäki

TAPAHTUMAN SUUNNITTELU JA TALOUDEN HALLINTA

– Sydänpurjehdus -tapahtuma

Saana Niinimäki

TAPAHTUMAN SUUNNITTELU JA TALOUDEN HALLINTA

- Sydänpurjehdus -tapahtuma

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, mitä asioita tapahtuman järjestäjän on kannattava huomioida tapahtuman suunnitteluvaiheessa, mukaan lukien tapahtuman talouden hallinnassa. Opinnäytetyön tietoperustan mukaan tapahtumaprosessissa suunnitteluvaihe on hyvin tärkeä vaihe, joka kannattaa toteuttaa huolella ja ajan kanssa. Teoriatiedon ohella aihetta tutkittiin opinnäytetyössä haastatteleamalla tapahtuman järjestäjää, liittyen suunnitteilla olevaan Sydänpurjehdus -tapahtumaan. Haastattelun avulla saadut vastaukset muodostivat opinnäytetyön tutkimusaineiston.

Opinnäytetyö koostuu teoriaosuudesta ja tutkimusosuudesta. Teoriaosuudessa käsitellään tapahtuman suunnittelua sekä tapahtuman talouden hallintaa yleisellä tasolla, keskittyen olennaisimpiin aiheisiin, jotka ovat yleistettävissä. Tutkimusosuus sisältää tutkimusaineiston avulla kootun kuvailun suunnitteilla olevan tapahtuman konkreettisista toimenpiteistä suunnitteluvaiheessa, mukaan lukien huomioita liittyen tapahtuman talouden hallintaan.

Tutkimustulosten perusteella aikainen liikkeelle lähtö tapahtuman suunnittelutyössä on kannattavaa. Tämä tukee muita suunnittelutoimenpiteitä, kuten tapahtuman rahoituksen kartoitusta ja lisätarpeen arviointia jo aikaisessa vaiheessa. Teoriatiedon mukaan ulkopuolisen rahoituksen, kuten avustusten ja sponsorointitulojen, saaminen on hyvin haastavaa, jos tähän on ryhdytty myöhässä. Aikainen liikkeelle lähtö suunnittelutyössä mahdollistaa myös esimerkiksi sen, että tapahtuman markkinointi määrittelylle kohderyhmälle voidaan aloittaa hyvissä ajoin. Tutkimustulosten mukaan kohderyhmän tunteminen auttaa tapahtuman sisällön ja ohjelman suunnittelussa onnistumisessa. Tällöin tapahtuma todennäköisemmin koetaan onnistuneeksi ja tämän myötä tapahtumaan osallistutaan todennäköisemmin uudelleen.

Opinnäytetyön tietoperusta ja tutkimusaineisto tukivat toisiaan monessa asiassa johtopäätöksiä muodostettaessa. Tapahtuman suunnitteluvaiheessa, aikaisen liikkeelle lähdön ohella tärkeiksi huomioitaviksi aiheiksi nousivat tapahtuman tavoitteiden ja kohderyhmän sekä sisällön määrittely. Oman suunnitteilla olevan tapahtuman yksityiskohtiin ja erityispiirteisiin perehtyminen osoittautui myös hyvin olennaiseksi asiaksi, liittyen mahdollisiin lakisääteisiin vaatimuksiin sekä suositeltuihin toimenpiteisiin, koskien muun muassa luvanvaraisuutta ja viranomaisilmoituksia. Tapahtuman järjestäjällä on hyvä olla tiedossa sekä yleiset suositellut toimintatavat ja vaatimukset liittyen tapahtuman järjestämiseen että omaa tapahtumaa koskevat tekijät.

ASIASANAT:

Tapahtuma, Yleisötilaisuus, Suunnittelu, Talouden hallinta

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Business | Financial Management

2020 | 55 pages, 2 pages in appendices

Saana Niinimäki

EVENT PLANNING AND FINANCIAL MANAGEMENT

- Event Sydänpurjehdus

The aim of the thesis was to find out which factors the event organizer should take into consideration in the planning phase of an event, including the financial management of the event. According to the theoretical knowledge, the planning phase in the event process is a very important phase that should be implemented carefully and with time. In addition to the theoretical knowledge, the topic was researched in the thesis by interviewing an event organizer about the planning phase of the event Sydänpurjehdus. The answers obtained with the help of the interview formed the research material of the thesis.

The thesis consists of a theory part and a research part. The theoretical part addresses event planning as well as the financial management of the event on a general level, focusing on the most relevant topics that can be generalized. The research part includes a description of the concrete measures of the event that is under planning, including observations related to financial management, compiled with the help of the research material.

Based on the research results, an early start in the event planning process is advisable. This will support other planning measures, such as survey event funding and assessing additional needs at an early stage. According to the theoretical knowledge, obtaining external funding, such as benefits and sponsorship income, is very challenging if this is executed late. An early start in the event planning process also makes it possible for example to start marketing the event for the target group well in advance. According to the research results, knowing the target group helps to plan the event content and program successfully. In that case, the event is more likely to be perceived as successful and as a result, the event is more likely to be reattended.

The theoretical knowledge and the research material of the thesis supported each other in forming conclusions in many areas. In the planning phase of the event, in addition to the early start, the definition of the event's goals and target groups as well as its content proved out to be important topics to take into consideration. Becoming acquainted with the details and specifics of the planned event also proved out to be a very important issue, in relation to the possible legal requirements as well as the recommended measures including the permit requirements and the regulatory notifications. It is good for the event organizer to be aware of both the general recommended practices and requirements for organizing an event and the factors that apply to the one, concrete event.

KEYWORDS:

Event, Planning, Financial management

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	6
2 TAPAHTUMAN SUUNNITTELU	8
2.1 Tapahtumaprojektin vaiheet	8
2.2 Onnistunut tapahtuma	9
2.2.1 Strategiset kysymykset	10
2.2.2 Operatiiviset kysymykset	13
2.3 Tapahtuman markkinointi	15
2.4 Tapahtuman järjestäjän vastuu	16
2.4.1 Luvanvaraisuus	17
2.4.2 Viranomaisilmoitukset	18
2.4.3 Turvallisuus	18
2.5 Riskit liittyen tapahtuman järjestämiseen	20
2.5.1 Riskien kartoitus ja arviointi	20
2.5.2 Riskien hallinta	22
2.6 Tapahtuman onnistumisen arviointi ja mittarit	24
2.6.1 Onnistumisen mittaaminen	24
2.6.2 Onnistumisen arviointi	25
3 TAPAHTUMAN TALOUDEN HALLINTA	26
3.1 Taloudellisesti kannattava tapahtuma	26
3.2 Budjetointi	27
3.3 Rahoitus	29
3.3.1 Oma rahoitus	30
3.3.2 Ulkopuoliset lähteet	31
3.4 Tuotot	32
3.5 Kulut	34
4 SYDÄNPURJEHDUS -TAPAHTUMA	36
4.1 Tapahtuman suunnittelu	36
4.1.1 Onnistunut tapahtuma – strategiset ja operatiiviset kysymykset	37
4.1.2 Tapahtuman markkinointi	41
4.1.3 Tapahtuman järjestäjän vastuu	41
4.1.4 Riskit liittyen tapahtuman järjestämiseen	42

4.1.5 Tapahtuman onnistumisen arviointi ja mittaaminen	44
4.2 Tapahtuman talouden hallinta	44
4.2.1 Budjetointi	45
4.2.2 Rahoitus	46
4.2.3 Tuotot	47
4.2.4 Kulut	48

5 JOHTOPÄÄTÖKSET

49

LÄHTEET

54

LIITTEET

Liite 1. Haastattelukysymykset.

KUVAT

Kuva 1. Onnistuneen tapahtuman malli (Vallo & Häyrinen 2016, 128).	10
Kuva 2. Esimerkki järjestettävän tapahtuman SWOT-analyysistä.	22
Kuva 3. Esimerkki vuoden 2021 Sydänpurjehdus -tapahtuman SWOT-analyysistä.	43

TAULUKOT

Taulukko 1. Esimerkki riskien arvioinnin toteutuksesta (Kauhanen ym. 2002, 55).	21
Taulukko 2. Esimerkkejä tapahtuman järjestämiseen liittyvistä menoista ja tuloista (Iiskola-Kesonen 2004, 77; Vallo & Häyrinen 2016, 179).	28
Taulukko 3. Tapahtuman tulojen ja menojen ajoittuminen (Kauhanen ym. 2002, 65).	34
Taulukko 4. Sydänpurjehdus -tapahtuman kulut ja tuotot yleisellä tasolla.	45

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön aiheena on tapahtuman suunnittelu ja siihen liittyvä talouden hallinta. Vallo & Häyrinen (2016, 189) toteavat teoksessaan *Tapahtuma on tilaisuus – tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen*, että tapahtumaprosessiin kuuluvat suunnittelu-, toteutus- sekä jälkimarkkinointivaihe ja että peräti 75 prosenttia ajasta kuluu suunnitteluvaiheen parissa. Tämä kertoo suunnittelutyön tärkeydestä kokonaiskuvassa sekä myös sen vaativuudesta.

Opinnäytetyön tutkimusongelmana toimii kysymys *Mitä tapahtuman suunnittelussa ja siihen liittyvässä talouden hallinnassa tulee huomioida?*. Ongelmaa lähestytään tapahtuman järjestäjän, Varsinais-Suomen Sydänpiiri ry:n näkökulmasta. Tutkimusaihe rajautuu yleisimpiin, yleistettäviin tapahtuman järjestämiseen liittyviin teemoihin, sillä tapahtumien ollessa keskenään hyvinkin erilaisia, myös näiden suunnittelutyö voi poiketa monessa asiassa toisistaan.

Työn tavoitteena on tutkia, mitä suunnitteluvaiheessa, sisältäen talouden hallinnan, tulee konkreettisesti huomioida. Tapahtuman järjestäjä haluaa lähtökohtaisesti järjestää onnistuneen tapahtuman ja tämä näkökulma toimii punaisena lankana opinnäytetyössä, kun selvitetään, mitä toimia tämä vaatii tapahtuman järjestäjältä jo suunnitteluvaiheessa. Opinnäytetyön aiheen valinta perustuu tähän selvitystarpeeseen. Lisäksi näen onnistuneen talouden hallinnan tärkeänä osana onnistuneen tapahtuman järjestämistä ja siksi halusin tuoda esille myös tämän näkökulman opinnäytetyössä.

Tietoperustana toimii aiheeseen liittyvä kirjallisuus ja verkkosivustojen lähteet. Opinnäytetyön teorialuvuissa käsitellään yleisimpiä ja olennaisimpia aiheita liittyen tapahtuman suunnittelutyöhön sekä siihen sisältyviä taloudellisia näkökulmia, kuten tyypillisiä rahoitus-, meno- ja tulomuotoja sekä taloudenhallintakeinoja. Lisäksi käsitellään tapahtuman järjestämiseen liittyviä riskitekijöitä, joiden huomioiminen on myös olennainen osa tapahtuman talouden hallintaa.

Aihetta tarkastellaan myös kvalitatiivisen tutkimusmenetelmän avulla; opinnäytetyön aiheeseen liittyen haastatellaan kokenutta tapahtuman järjestäjää. Haastattelu toteutetaan puolistrukturoituna, jolloin sekä haastatteluteemat että -kysymykset ovat mietitty valmiiksi ja nämä esitetään haastateltavalle (Saaranen-Kauppinen & Puusniikka 2006). Kerätyt haastattelutiedot toimivat opinnäytetyön tutkimusaineistona.

Työn empiirisessä osassa kuvaillaan suunnitteilla olevan tapahtuman konkreettisia toimenpiteitä sekä havainnollistetaan tapahtuman talouden hallintaa käytännössä. Tavoitteena on, että tiedoista, saaduista tuloksista, voidaan muodostaa johtopäätöksiä tutkimusongelman ratkaisemiseksi sekä mahdollisesti hyödyntää tuloksia vastaavanlaisissa tilanteissa myöhemminkin.

Selvennyksen vuoksi vielä todettakoon, että opinnäytetyössä käytetään joissakin yhteyksissä tapahtuman sijaan termiä yleisötilaisuus, sillä nämä termit ovat monessa suhteessa verrattavissa toisiinsa.

2 TAPAHTUMAN SUUNNITTELU

Tapahtuma määritellään aktiviteetiksi, joka on erityinen ja siten poikkeaa arkipäivästä. Tapahtumia on sekä pieniä että isoja ja yleensä niihin otetaan osaa seurueena, esimerkiksi ystävien tai perheen kesken. Yhteisiä piirteitä tapahtumille ovat, lähes aina, tapahtuman järjestäjän ja osallistujien roolien täyttyminen sekä ennalta suunnitellun ohjelman järjestäminen, rajautuen tiettyyn ajankohtaan ja paikkaan. (Andersson ym. 2009, 16.)

Tapahtumaan rinnastettavalla yleisötilaisuudella viitataan yleisölle avoimiin huvitilaisuuksiin, kilpailuihin, näytöksiin sekä muihin edellä mainittuihin verrattavissa oleviin tilaisuuksiin, jotka eivät ole yleisiä kokouksia eli niin kutsuttuja mielenosoituksia. Yleisesti ottaen voidaan todeta, että kyseessä on yleisötilaisuus, kun siihen osallistuminen ei edellytä kutsua tai kuulumista tiettyyn yhteisöön. (Poliisi 2020.)

Tapahtumat eroavat enemmän tai vähemmän toisistaan, liittyen tapahtuman konseptiin sekä kokoluokkaan, mutta myös siihen, kuinka tapahtuman järjestäminen kokonaisuudessaan toteutetaan. Tapahtuman järjestäjät kohtaavat yleisesti ottaen kuitenkin aina tiettyjä asioita suunnittelun sekä toteutuksen edetessä, joihin voi ja on syytä varautua. Yleinen ohjenuora onkin, että hyvin suunniteltu on puoliksi tehty, mikä pätee myös tapahtuman järjestämiseen (Iiskola-Kesonen 2004, 9). Kun suunnitteluvaihe toteutetaan huolellisesti, ajan kanssa, vältetään suuremmilta yllätyksiltä ja onnistuneen tapahtuman järjestäminen on todennäköisempää.

Suomessa järjestetään tuhansia tapahtumia joka vuosi (Catani 2017, 18). Poikkeuksellisenä vuotena, myös tapahtuman järjestämistä ajatellen, voidaan pitää vuotta 2020, jolloin useita, jos ei useimpia, tapahtumia jouduttiin perumaan tai siirtämään ennennäkemättömällä tavalla, koronapandemian vuoksi. Jää nähtäväksi, toteutuuko sama vielä vuonna 2021, tai jopa vuosia tästä eteenpäin.

2.1 Tapahtumaprojektin vaiheet

Alussa on usein vaikea hahmottaa, mitä kaikkea tapahtuman järjestämiseen kuuluu ja mistä tulisi aloittaa. Kertaluonteista tapahtumajärjestelyä on kannattavaa verrata projektiin, sillä uuden tapahtuman järjestäminen on tyypillinen projektityö, selkeine tavoitteineen sekä aikatauluineen. (Iiskola-Kesonen 2004, 8.)

Projekti etenee vaiheittain: hyvää oivallusta seuraavat tavoitteiden määrittely, suunnittelu, toteutus sekä päättäminen. Näistä muodostuu tapahtumaprojektin elinkaari, joka vaatii erilaisia toimenpiteitä, riippuen vaiheesta. Tavoitteiden määrittely sekä suunnittelu ovat erittäin tärkeitä ja nämä vaiheet on toteutettava huolella eli niihin on käytettävä riittävästi aikaa. (Iiskola-Kesonen 2004, 8 – 9.)

Hyvää oivallusta on vielä syytä tarkentaa; tapahtuman järjestäjän on heti alkuun tehtävä taustatutkimusta, että onko tapahtuman järjestäminen kannattavaa vai ei tai edes mahdollista (Andersson ym. 2009, 44). Tapahtuman järjestäjän on syytä perehtyä muun muassa kilpailijoiden toimintaan ja aikatauluihin sekä potentiaalisen tapahtumansa erityispiirteisiin, joiden toteuttaminen saattaa tuottaa haasteita tai vaatia vaikkapa viranomaislupia.

2.2 Onnistunut tapahtuma

Onnistuneen tapahtuman tunnistaa siitä, että osallistujat ovat tyytyväisiä siihen, että otivat osaa tapahtumaan. Tämä voi näkyä tapahtumahetkellä esimerkiksi hyvänä ja rentona tunnelmana tai että osallistujat viihtyvät tapahtumassa pitkään, mutta myös myöhemmin siten, että he osallistuvat tapahtumaan toistekin. Tämä edesauttaa tapahtumaa saavuttamaan hyvän maineen, mikä on tapahtuman menestyksen kannalta tärkeää.

Vallo & Häyrinen (2016, 121) toteavat, että onnistuneessa tapahtumassa ovat niin tunne kuin sisältö kohdallaan ja että onnistunut tapahtuma on kuin tähti, joka sykkii lämmintä valoa sekä iloa osallistujille. Tämä tähti (kuva 1) muodostuu strategisesta kolmiosta ja operatiivisesta kolmiosta, jotka sisältävät tietyt kuusi kysymystä, joihin on kyettävä vastaamaan ennen tapahtuman suunnitteluun ryhtymistä (Vallo & Häyrinen 2016, 121).



Kuva 1. Onnistuneen tapahtuman malli (Vallo & Häyrinen 2016, 128).

2.2.1 Strategiset kysymykset

Edellä mainitun tähden toisen osan muodostava strateginen kolmio sisältää kysymykset miksi, kenelle ja mitä, eli miksi ja kenelle tapahtuma järjestetään sekä mitä järjestetään. Näistä syntyy usein vastaus siihen, mikä on tapahtuman idea. (Vallo & Häyrinen 2016, 121, 123.) Siten kyetään paremmin hahmottamaan kokonaiskuvaa sekä määrittelemään tapahtuman perustekijöitä.

Miksi?

Aluksi on mietittävä tarkkaan, miksi tapahtuma järjestetään ja mitä tapahtuman järjestäjä haluaa viestiä tapahtuman avulla (Vallo & Häyrinen 2016, 121). Tässä yhteydessä puhutaan usein tavoitteiden määrittelystä. Tavoitteet voivat olla esimerkiksi taloudellisia, imagollisia tai vaikkapa osallistujien välisten suhteiden syventäminen (Iiskola-Kesonen

2004, 9; Catani 2017, 19). Tavoitteet ovat siis erilaisia, kuten tapahtumatkin, eli ne vaihtelevat tapahtuman luonteen mukaan (Vallo & Häyrinen 2016, 59).

Jos tapahtuman järjestämisen tarkoituksena on vaikkapa syventää osallistujien yhteenkuuluvuutta, on keskityttävä kyseisen tavoitteen toteutumiseen. Tavoitteiden tulisi ohjata koko tapahtuman suunnittelua (Vallo & Häyrinen 2016, 60). Kun tavoitteet on mietitty huolella, saavutetaan ne myös todennäköisemmin (Iiskola-Kesonen 2004, 9).

Samalla kun määritellään, miksi tapahtuma järjestetään, olisi hyvä miettiä mitä tapahtuman järjestämisellä halutaan viestiä. Erityisesti siihen kannattaa kiinnittää huomiota, että mitä tapahtuman järjestäjä haluaa viestiä tapahtuman kohderyhmälle. (Vallo & Häyrinen 2016, 140 – 141.) Esimerkiksi liikuntateemaisilla messuilla, oheishjelmassa olevassa arvonnassa ei pääpalkintona välttämättä parhaiten toimi herkkukori. Tapahtuman järjestäjän tulee valinnoillaan ja toimillaan viestiä, että sisältö on harkittua ja suunniteltu kohderyhmä mielessä pitäen. Näin tapahtumasta muodostuu samalla selkeä kokonaisuus, jossa kohderyhmän edustajien on helppo viihtyä mukana.

Kenelle?

Seuraavaksi tapahtuman järjestäjän on määriteltävä, kenelle tapahtuma ensisijaisesti järjestetään eli mikä toimii kohderyhmänä, kun tapahtumaa esimerkiksi markkinoidaan ja sisältöä suunnitellaan tarkemmin, muun muassa myytävien oheispalvelujen osalta. Tämä helpottaa kohderyhmän tavoittamista oikeanlaisen mainonnan ja markkinointikanavien valinnan avulla sekä suunnittelemaan tapahtuman ohjelman sisällön kohderyhmälle osuvaksi ja houkuttelevaksi.

Kohderyhmän on oltava selkeänä mielessä, ennen kuin tapahtumaa aletaan järjestää. Se on myös tunnettava riittävän hyvin, jotta osataan järjestää oikeankokoinen ja -näköinen tapahtuma. Kohderyhmän analysointiin on siis hyvä käyttää aikaa. Tässä voi auttaa esimerkiksi potentiaalisten osallistujien ikähaarukan sekä sukupuolen huomioon ottaminen. (Conway 2009, 55; Vallo & Häyrinen 2016, 145, 147 – 148.) Joskus tapahtuman luonne rajaa osallistujia luonnollisesti pois kohderyhmästä, kuten Naisten Kymppi lenkkeily- ja hyvinvointitapahtumassa tai eläkeläisille järjestettävissä senioritansseissa, mutta toisinaan kohderyhmän määrittely voi olla haastavampaa. Kuitenkin, järjestetään tapahtuma sitten pienelle porukalle tai suurelle yleisölle, on tapahtuman järjestäminen toteutettava yhtä huolella (Vallo & Häyrinen 2016, 146).

Moni tapahtuman järjestämiseen liittyvä asia riippuu osallistujien määrästä. Conway (2009, 56) kehottaa arvioimaan osallistujamäärän huolella, käyttämällä useampaa tapaa arvioimaan realistista lukua. Tällaisia tapoja ovat esimerkiksi aiempien vastaavien tapahtumien osallistujamääriin perehtyminen sekä samankaltaisten tapahtumien osallistujamääriin tutustuminen. Osallistujamäärän yli- tai aliarvioiminen tietää hyvin todennäköisesti tapahtumanjärjestäjälle ongelmia ja rahanmenoa. (Conway 2009, 56 – 57.)

Mitä?

Kohderyhmän määrittämisen jälkeen on luontevaa suunnitella tarkemmin, mitä heille ollaan järjestämässä (Vallo & Häyrynen 2016, 122). Onnistunut tapahtuma edellyttääkin järjestäjiltään huolellista paneutumista siihen, mitä tapahtumassa tarjotaan sekä miten osallistajat viihtyvät mahdollisimman hyvin (Iiskola-Kesonen 2004, 16).

Iiskola-Kesonen (2004, 17) toteaa, että heti alkuvaiheessa on syytä määrittää tapahtuman olemassaolon syy eli kaiken ydin. Esimerkiksi rockfestivaaleilla ydinpalvelu on musiikki, kun taas kilpaurheilutapahtumassa se on urheilulajiin liittyvä kilpailu paremmuudesta. Onnistuakseen tapahtuman ydin tarvitsee rinnalleen muita toimintoja sekä palveluita. Esimerkiksi pääsymaksullisissa tapahtumissa lipunmyynti toimii yhtenä tukipalveluna. Tapahtumalle lisäarvoa tuottavat lisäpalvelut voivat muodostua esimerkiksi ravintola- ja kahviopalveluista. Näiden tarjoilu kannattaa räätälöidä tapahtuman osallistujien, luonteen, teeman, ajankohdan sekä paikan mukaan. (Iiskola-Kesonen 2004, 17; Vallo & Häyrynen 2016, 182.)

Tapahtuman järjestäjän on kyettävä hahmottamaan kaikki tapahtuman osa-alueet. Nämä kuuluvat, kokonaisuutta ajatellen, saumattomasti yhteen, mutta tapahtumakokonaisuuden pilkkominen pienempiin osiin auttaa jakamaan vastuuta useammalle henkilölle sekä seuraamaan järjestelyiden etenemistä. (Iiskola-Kesonen 2004, 16.)

Tähän vaiheeseen sisältyy myös tapahtuman paikan ja ajankohdan valinta. Tapahtumapaikan valintaan vaikuttavat monet asiat, kuten sopivuus tapahtuman luonteen kannalta ajateltuna sekä koko ja sijainti. Osallistujia ajatellen, on hyvin tärkeää, että tapahtumapaikalle on helppo tulla. (Vallo & Häyrynen 2016, 122.) Tapahtuman ajankohdan valintaan vaikuttavat monet muuttujat. Toisinaan tapahtuma toteutetaan nopealla aikataululla, kun taas toisinaan tietty päivämäärä lyödään lukkoon vuosia aiemmin. Joskus valitaan sellainen ajankohta, jolloin tunnetut kilpailijat eivät järjestä tapahtumaansa

samanaikaisesti ja toisinaan ajankohta voi valikoitua sen mukaan, milloin esimerkiksi pääesiintyjän tai muun vetonaulan kalenterissa on tyhjää. (Catani 2017, 42.)

2.2.2 Operatiiviset kysymykset

Ennen mainitun tähden muodostamisessa, strategista kolmiota tulee täydentämään operatiivinen kolmio. Operatiivinen kolmio sisältää kysymyssanat miten, millainen ja kuka, eli miten tapahtuma järjestetään, millainen tapahtuman ohjelma tai sisältö on sekä kuka vastaa mistäkin. (Vallo & Häyrinen 2016, 125.)

Miten?

Kun ollaan edetty siihen pisteeseen, että tapahtuman idea on selvillä, voidaan alkaa suunnitella sitä, miten tapahtuma toteutetaan, jotta tavoitteet saavutetaan sekä saadaan toivotut viestit välitettyä osallistujille. Huolellinen suunnittelutyö hyödyttää tässäkin vaiheessa; se auttaa löytämään keinot, joilla tavoitteet voidaan saavuttaa ja tapahtuma onnistuu. Huolellisen suunnittelutyön ansiosta myös muun muassa toiminnan tehokkuutta voidaan parantaa, eli ajankäyttö tehostuu ja resursseja osataan käyttää kannattavammin. Melkeinpä voi todeta, että mitä isompi tapahtuma on ja mitä vaativampi tapahtuma on järjestää, sitä aikaisemmin tapahtuman järjestäjän pitää lähteä liikkeelle. (Iiskola-Kesonen 2004, 9; Vallo & Häyrinen 2016, 125, 191.)

Tässä vaiheessa pureudutaan syvemmin yksityiskohtiin, kuten siihen, että mitä tehdään itse ja mitä ostopalveluja mahdollisesti hankitaan ulkopuolelta. Tällöin siis resurssienkin on jo oltava selvillä, jotta niitä osataan suunnata ja kuluja arvioida mahdollisimman realistisesti. (Vallo & Häyrinen 2016, 125.)

Kun on selvillä, että mitä tehdään itse ja mitkä toiminnot ulkoistetaan, olisi tärkeää jo aikaisessa vaiheessa myös määritellä, miten nämä käytännössä toteutetaan sekä miten vastuu jakautuu toteutuksen suhteen (Iiskola-Kesonen 2004, 9). Oli kyse sitten omasta tekemisestä tai ulkoistetusta toiminnosta, valmis, ja erityisesti onnistunut lopputulos vaatii tekijän, jolla on tilanne hallussa.

Millainen?

Seuraavaksi on vuoro perehtyä siihen, millaisia tapahtuman sisältö ja ohjelma tulevat olemaan. Ne riippuvat hyvin paljon tapahtuman tavoitteesta, kohderyhmästä ja sen koosta sekä toivotunlaisista viesteistä. Sisällön suunnittelussa kohderyhmän huomioiminen on ensiarvoisen tärkeää. Tapahtuman järjestäjän tulee tuntee sekä määritelty kohderyhmä että esiintyjät ja ohjelmanumerot riittävän hyvin. (Vallo & Häyrinen 2016, 126.)

Tapahtuman sisältö suunnitellaan tapahtuman tavoite sekä kohderyhmä huomioiden ja kokonaisuuteen sovitetaan myös näkyväksi tapahtuman teema sekä halutut viestit. Sisällön suunnitteluun vaikuttaa myös tapahtuman luonne, eli onko kyseessä viihde- vai asiatapahtuma. (Vallo & Häyrinen 2016, 233.)

Teema kokoaa tapahtuman eri osat yhteen. Sen on kuljettava tapahtuman läpi, näkyen koko tapahtuman ajan, aina alkumetreiltä jälkimarkkinointiin asti. Jos tapahtuman sisältöön kuuluu aktiviteetteja, tulee niidenkin sopia tapahtuman teemaan. Aktiviteeteilla tarkoitetaan toimintaa ja tekemistä, johon osallistujat voivat halutessaan ottaa osaa. (Vallo & Häyrinen 2016, 235, 254.)

Kuka?

Tapahtuman järjestäjä on vastuussa tapahtumasta. Onnistuakseen tapahtuma tarvitsee osaavaa johtamista. Tapahtumaprojektissa johdetaankin niin ihmisiä kuin asioita. (Vallo & Häyrinen 2016, 265.)

Onnistuneen lopputuloksen takana on tehtävänsä sitoutunut ja kiitettävästi toimiva projektipäällikkö. Hänellä on keskeisin rooli tapahtumaprojektissa, johtaen koko projektia, vastaten suunnitelmien syntymisestä, budjetoinnista, tuotannosta, alihankkijoista sekä toteutuksesta ja seurannasta. Hän luo järjestelmän, jolla voi tarkistaa koko projektin tilanteen aina tarvittaessa. Projektipäällikön tulee johtamisen ohella osata delegoida ja raportoida sekä päättää projektiin liittyvistä asioista. Hyvä projektipäällikkö myös kannustaa ja innostaa muita projektin parissa toimivia. (Vallo & Häyrinen 2016, 266 – 267.)

Projektipäällikön alaisuudessa toimii projektiryhmä, jota saatetaan kutsua myös järjestelytoimikunnaksi. Hyvin toimiva järjestelytoimikunta koostuu eri osa-alueiden

asiantuntijoista, jotka saattavat olla esimerkiksi omasta organisaatiosta, yhteistyökumppaneiden parista, tapahtumatoimistosta tai alihankkijaorganisaatioista. Ainakin isommissa projekteissa on kannattavaa jakaa projekti ja vastuut osiin. Osaprojektien vastuuhenkilöt vievät osuuksiaan eteenpäin itsenäisesti ja raportoivat muille tilanteen etenemisestä. Näin varmistetaan, että osaprojektit etenevät ja projektityöt jakautuvat tasaisesti. Samalla vastuuhenkilöiden on kuitenkin tehtävä yhteistyötä muiden tahojen kanssa. Kaikilla vastuuhenkilöillä on myös hyvä olla nimetty varahenkilö, jonka kanssa olennainen tieto jaetaan ja joka voi ottaa tilanteen haltuun, jos vastuuhenkilö ei kykene syystä tai toisesta hoitamaan tehtäviään. (Iiskola-Kesonen 2004, 31, 33; Vallo & Häyrinen 2016, 271.)

2.3 Tapahtuman markkinointi

Tapahtuman markkinoinnin tavoitteena on saada tapahtuma kaupaksi. Jos tapahtumaan ei juurikaan osallistuta, niin usein tämä johtaa, vähintään, taloudellisen puolen epäonnistumiseen. Tällöin tuottotavoitetta ei saavuteta ja tapahtuman järjestäminen voi olla järjestäjätaholle tuottoisan lopputuloksen sijaan tappiollista. (Kauhanen ym. 2002, 113.)

Tapahtumamarkkinointi on yksi markkinoinnin osa-alueista ja kuten markkinoinnissa yleensäkin, siinä on olennaista tuntea oma kohderyhmä sekä heille sopiva kanava. Tapahtumamarkkinoinnin kannalta olennaisia tiedotus- ja mainontaväyliä ovat verkkomainonta, sosiaalinen media, lehtimainonta sekä suoramainonta. (Launonen 2018.) Muun muassa tapahtuman koolla, luonteella ja tunnettavuudella on merkitystä, kun valitaan markkinointikanavaa tai -kanavia oman tapahtuman kohderyhmän tavoittamiseen. Luonnollisesti tapahtumabudjetti määrittää minkä kanavien käyttöön ja missä määrin resurssit riittävät.

Tapahtuman markkinointi on kannattavaa aloittaa verkkomainonnasta eli internetissä tapahtuvasta mainonnasta. Tämä voidaan toteuttaa joko tapahtuman järjestäjän omien verkkosivujen avulla tai sitten tapahtumalle voidaan luoda oma sivusto. Verkossa myös tapahtuva mainonta, mutta omaksi kanavakseen lukeutuva sosiaalinen media on tärkeä osa tämän päivän markkinointiviestintää. Tällöin keskitytään usein Facebookissa, Instagramissa sekä Twitterissä tapahtuvaan markkinointiin. (Launonen 2018.)

Lehtimainonnalla on myös oma lukijakuntansa, jolloin tämän markkinointikanavan käyttö nähdään edelleen toimivana vaihtoehtona tapahtuman markkinoinnissa. Lehdet

luokitellaan valtakunnallisiksi lehdiksi, maakunta- ja paikallislehdiksi, joiden ohella ilmestyy useita ilmaisjakelulehtiä. (Launonen 2018.) Tämän lisäksi esimerkiksi suuremmat toimijat sekä yhdistykset saattavat tuottaa omia julkaisuja, joissa tapahtuman markkinointi voi olla hyvinkin kannattavaa.

Suoramainonta voi olla osoitteetonta tai osoitettua, painettua ja sähköistä. Painettua suoramainontaa, kuten kirjeitä, käytetään esimerkiksi kanta-asiakkaiden yhteydenottoihin. Sähköinen suoramainonta puolestaan on esimerkiksi sähköpostin välityksellä lähetettyä mainontaa. Suoramainonta edellyttää kuitenkin tietokantaa, joka esimerkiksi yrityksillä on usein asiakasrekisteri, josta löytyvät henkilöt, joita tavoitellaan osallistujiksi tapahtumaan. (Launonen 2018.) Tämä mainontamuoto ei siis tule kyseeseen läheskään joka tapahtuman osalta.

Tapahtuman markkinointiin valmistautuminen kannattavaa aloittaa markkinointisuunnitelman laatimisella. Tämän suunnitelman olisi hyvä sisältää organisaation tai muun järjestäjätahon sisäinen markkinointi, tiedottaminen sekä media- ja suoramainonta. (Launonen 2018.) Kun tapahtuman kohderyhmä ja budjetti ovat tiedossa, helpottuu markkinointikanavien valinta. Tapahtuman markkinoinnin aikataulu on myös hyvä suunnitella etukäteen.

Tapahtuman markkinointi ei pääty varsinaisen tapahtuman päättyessä, vaan tuolloin koittaa jälkimarkkinointivaihe. Tässä vaiheessa kiitetään osallistujia, jolloin ilmaistaan, että osallistujien läsnäoloa arvostettiin. Kiitoskirje voi olla kirjaimellisesti kirje tai se voidaan lähettää esimerkiksi sähköpostin muodossa. Tällöin on helppo liittää myös oheismateriaalia tapahtumaan liittyen. Lisäksi on mahdollista kerätä palautetta tapahtuman onnistumisen arviointia varten osallistujien näkökulmasta. Tapahtuman järjestäjä kykenee palautteen perusteella kehittämään toimintaansa, niin tarvittaessa, mutta tämän ohella, palautteen kerääminen myös osoittaa, että osallistujien mielipiteellä on väliä tapahtuman järjestäjätaholle. (Launonen 2018.) Mahdollisesti, jos budjetti vielä antaa myöden, voidaan kiitokset ilmaista myös julkisesti, esimerkiksi lehtimainoksena.

2.4 Tapahtuman järjestäjän vastuu

Yleisötilaisuuksista säädetään kokoontumislaisissa (530/1999) (Poliisi 2020). Yleisötilaisuuden saa järjestää täysivaltainen henkilö, yhteisö sekä säätiö. Tapahtuma on järjestettävä rauhanomaisesti, osanottajien ja sivullisten turvallisuutta vaarantamatta sekä

heidän oikeuksiaan loukkaamatta. Tapahtumaa järjestettäessä on huolehdittava myös siitä, ettei järjestämisestä aiheudu huomattavaa haittaa ympäristölle. (Kokoontumislaki 22.4.1999/530.)

Tapahtuman järjestäjä on vastuussa, jos osallistujille tai tapahtuma-alueelle aiheutuu vahinkoa tapahtuman johdosta. Tapahtuman luonne vaikuttaa siihen, millaisiin turvatoimiin ryhdytään henkilöiden ja ympäristön suojaamiseksi, jotta vahingoilta säästytään. Tapahtuman järjestäjä voi vapautua vastuusta, jos tämä pystyy osoittamaan toteen sen, että on pyrkinyt kaikin mahdollisin varotoimenpitein torjumaan vahinkoja. Varotoimenpiteiden ansiosta on tällöin noudatettu riittävää huolellisuutta. Toki odottamattomat ja yllättävät olosuhteet, kuten poikkeukselliset sääolot, voivat myös vapauttaa tapahtuman järjestäjän vastuusta. (Minilex 2020.)

2.4.1 Luvanvaraisuus

Tapahtuman järjestämiseen liittyy monia ennalta hankittavia lupia ja tehtäviä ilmoituksia (Turun kaupunki 2020b). Tiettyyn tapahtumaan tarvittavat luvat riippuvat tapahtuman koosta sekä sen luonteesta (Suomi.fi 2020). Tarvittavia lupia ovat muun muassa anniskelu-, arpajais-, tiensulkemis-, musiikkikäyttö-, rakennus-, ilotulitus-, avotuli- ja maanomistajan lupa sekä luvat siivoukseen, jätehuoltoon, saniteettitiloihin ja liputukseen (Vallo & Häyrinen 2016, 181).

Tapahtuman järjestäjän on siis hyvissä ajoin tutustuttava mahdollisiin vaadittaviin lupiin sekä ennalta tehtäviin ilmoituksiin, joita kyseinen tapahtuma tulee kokonsa ja luonteensa puolesta tarvitsemaan. Lupa-asioissa apua saa lupia myöntäviltä sekä ilmoituksia vastaanottavilta viranomaistahoilta (Turun kaupunki 2020b).

Tapahtuman järjestäjän on esimerkiksi hankittava suostumus tapahtuman järjestämipaikan käyttämistä varten paikan omistajalta tai muulta haltijalta (Kokoontumislaki 22.4.1999/530). Julkisesti esitettävään musiikkiin tarvitaan puolestaan musiikintekijöiden ja -kustantajien käyttö lupa (Suomi.fi 2020). Musiikkilupa tarvitaan aina, kun tekijänoikeuden suojaamaa musiikkia soitetaan julkisesti, riippumatta siitä, mistä lähteestä musiikkia soitetaan tai onko tilaisuus pääsymaksullinen tai maksuton (GT Musiikkiluvat Oy 2020; Teosto 2020). Tapahtumien musiikkikäyttö lupa, niin kutsuttu tapahtumalupa, on tekijänoikeusjärjestöjen Teoston ja Gramexin yhteinen musiikkikäyttö lupa, joka kattaa niin

musiikin tekijöiden ja kustantajien kuin musiikin esittäjien sekä tuottajien luvan käyttää musiikkia järjestettävässä tapahtumassa (Teosto 2020).

2.4.2 Viranomaisilmoitukset

Monista yleisötapahtumista pitää ilmoittaa viranomaisille, kuten poliisille, pelastuslaitokselle tai kunnan viranomaisille etukäteen. Näin tulee toimia, jos esimerkiksi tapahtuman vuoksi on tehtävä liikennejärjestelyjä tai tapahtuman järjestelyt vaikuttavat sivullisiin, kuten häiritsevä melu. (Suomi.fi 2020.) Tehtäviä ilmoituksia ovat muun muassa meluilmoitus sekä yleisötilaisuuden turvallisuus- ja pelastussuunnitelma (Vallo & Häyrynen 2016, 181).

Ympäristönsuojelulain (YSL 527/2014) 118§:n mukaan toiminnanharjoittajan tulee tehdä kunnan ympäristönsuojeluviranomaiselle kirjallinen ilmoitus tilapäistä melua tai tärinää aiheuttavasta tapahtumasta, kuten yleisötilaisuudesta, jos melun tai tärinän on syytä olettaa olevan erityisen häiritsevää. Ilmoitus tulee yleensä tehdä viimeistään 30 vuorokautta ennen tapahtumaa. (Ympäristöhallinto 2013.)

Yleisötilaisuuden järjestämisestä on tehtävä kirjallinen ilmoitus järjestämispaikan poliisille, vähintään viisi vuorokautta ennen tilaisuuden alkamista. Poikkeuksen ilmoituksen tekemiselle muodostavat yleisötilaisuudet, jotka osanottajien vähäisen määrän, tilaisuuden luonteen tai järjestämispaikan vuoksi eivät edellytä erityisiä liikennejärjestelyjä, toimia järjestyksen ja turvallisuuden ylläpitämiseksi tai sivullisille ja ympäristölle aiheutuvan haitan estämiseksi. Poliisi voi vaatia tarvittaessa selvityksiä liittyen tapahtuman järjestämiseen, kuten tapahtuman järjestämispaikan omistajan tai muun haltijan suostumuksen, muun lainsäädännön edellyttämät tilaisuuden järjestämiseen liittyvät ilmoitukset, luvat tai toimenpiteet sekä selvityksen vastuuvakuutuksen ottamisesta. (Poliisi 2020.)

2.4.3 Turvallisuus

Yleisötilaisuuden järjestäjän on huolehdittava järjestyksen ja turvallisuuden säilymisestä sekä lain noudattamisesta tilaisuudessa (Kokoontumislaki 22.4.1999/530). Poliisi- ja pelastusviranomaiset edellyttävät tapahtuman järjestäjältä turvallisuusasioiden suunnitelmallista huomioimista (Poliisi 2020). Vallo & Häyrysen (2016, 216) mukaan virallisia ja lakien edellyttämiä suunnitelmia tärkeämpää on se, että turvallisuuskysymykset on

mietitty etukäteen, tapahtumakohtaisesti ja että mahdollisiin turvallisuusriskeihin on varauduttu. Jokaisen tapahtumassa työskentelevän on tiedettävä muun muassa missä ovat varapoistumistiet, ensisammutuskalusto ja että kuka vastaa ensihoidosta (Vallo & Häyrinen 2016, 216).

Koska vastuu tapahtuman turvallisuudesta on aina järjestäjällä, tulee tämän arvioida turvallisuusriskit sekä mitoittaa turvajärjestelyt ja -henkilöstön määrä riskiarvion mukaisesti. Toisinaan tarvitaan pelastus- ja turvallisuussuunnitelma. Tapahtuman turvallisuussuunnitelmassa kuvataan tarkasti, kuinka turvajärjestelyt on suunniteltu hoidettavan. Perustietojen ohella suunnitelmassa tulisi aina kartoittaa myös tapahtuman keskeiset riskitekijät, niiden toteutumisen vaikutukset tapahtumassa sekä toimenpiteet, joilla riskitekijöiden vaikutuksia joko pienennetään, poistetaan tai estetään ennalta. Pelastussuunnitelma on tehtävä esimerkiksi, jos tapahtumaan arvioidaan saapuvan vähintään 200 henkeä tai siellä käytetään avotulta, iletulitteita tai muita pyroteknisiä tuotteita tai erikoistehosteina palo- ja räjähdysvaarallisia kemikaaleja. (Vallo & Häyrinen 2016, 217.) Ensiapusuunnitelma tulee puolestaan tehdä, jos tapahtumassa on yli 2 000 osallistujaa (Turun kaupunki 2020b).

Jos tilaisuuden järjestämisestä voi aiheutua henkilö- tai omaisuusvahinkoja, voi poliisi määrätä tilaisuuden järjestämisen edellytykseksi sen, että järjestäjällä on riittävä vastuuvakuutus mahdollisen korvausvelvollisuutensa varalta (Kokoontumislaki 22.4.1999/530). Vastuuvakuutus antaa turvaa niin tapahtuman järjestäjälle kuin myös tapahtumaan osallistujille. Tarkoituksena on antaa suojaa tapahtuman järjestäjälle, mahdollisen vahingonkorvausvelvollisuuden varalta. Karkeasti voi todeta, että mitä suurempi tapahtuma, myös sitä suuremmalla todennäköisyydellä sattuu onnettomuus- tai vahinkotilanteita. Kyseisen vakuutuksen pystyy ottamaan hyvin pitkälti kaikista kotimaisista vakuutusyhtiöistä. (Liveto Group Oy 2020.)

Tapahtumissa on huomioitava myös kuluttajaturvallisuuslaki, kun yksittäisissä tapahtumissa käytetään ja niihin ostetaan tiettyjä palveluja, kuten benjihyppyä ja seinäkiipeilyä. Lisäksi näiden palvelujen turvallisuudesta on huolehdittava. (Vallo & Häyrinen 2016, 218.)

Muita käytännön asioita, joita voi olla tarpeen ottaa huomioon tapahtumaa järjestettäessä, ovat jätehuollon ja siivouksen järjestäminen sekä kierrätyksestä huolehtiminen, saniteettitilojen riittävä määrä, sähköturvallisuudesta huolehtiminen, alkusammutuskalusto, hätäensiapuvälineet ja liputukseen liittyvät asiat (Vallo & Häyrinen 2016, 182).

2.5 Riskit liittyen tapahtuman järjestämiseen

Tapahtuman järjestämiseen liittyy lukematon määrä riskejä. Mahdollisia riskejä on syytä miettiä jo suunnittelutyön yhteydessä (Kauhanen ym. 2002, 54).

Riskienhallinnan yhteydessä käytetään termiä ABC-ajattelu, jolla tarkoitetaan kolmea vaihetta: A) riskien tiedostamista, B) riskien luokittelua niiden todennäköisyyden ja merkittävyyden mukaan sekä C) tarpeellisten suunnitelmien ja päätösten tekoa joko riskien ulkoistamisesta muille tahoille, minimoimisesta tai eliminoinnista. Vaiheessa A toteutetaan riskien kartoitusta, vaiheessa B riskien arviointia ja vaiheessa C riskien hallintaa. (Kauhanen ym. 2002, 54.)

2.5.1 Riskien kartoitus ja arviointi

Kauhanen ym. (2002, 54) toteavat, että yleisötapahtumaan liittyvät riskit voidaan jakaa monella tapaa. Ne voidaan jakaa esimerkiksi ajoituksen mukaan tapahtumaa edeltäviin, tapahtuman aikaisiin sekä tapahtuman jälkeisiin riskeihin. Toinen tapa on jakaa riskit aiheoryhmittäin, joita ovat esimerkiksi aikataulu-, sopimus- ja imagoriskit. Aikatauluriskejä voivat olla vaikkapa toimitusajat sekä laitteiden saatavuus, sopimukseen liittyviä riskejä voivat olla esimerkiksi sopimusosapuolen luotettavuus sekä maksuvalmius ja imagoriskejä voivat olla muun muassa sponsoreiden tai rahoittajien imago. Toisinaan on tarpeen käyttää useampaakin jaottelutapaa samanaikaisesti, jolloin havainnollistetaan kaikki mahdolliset riskit ja niiden mahdollinen ajankohta. (Kauhanen ym. 2002, 54 – 55, 150 – 151.)

Mahdollisten riskien kartoituksen jälkeen on vuorossa riskien arviointi, jolla tarkoitetaan esiintyvien vaarojen tunnistamista, vaarojen aiheuttamien riskien suuruuden määrittämistä sekä riskien merkityksen arviointia (Lampinen 2011, 65). Riskien arviointiin kuuluu kaksi keskeistä kriteeriä: riskin todennäköisyys ja taloudellinen merkittävyys. Tässä vaiheessa arvioidaan näiden kahden kriteerin, todennäköisyyden ja taloudellisen merkittävyyden, suuruusluokkaa jokaisen riskityypin kohdalla, olivat ne sitten jaoteltu vaikkapa ajoituksen mukaan tai aiheoryhmittäin. (Kauhanen ym. 2002, 55 – 56.)

Esimerkkinä (taulukko 1) kunkin riskityypin todennäköisyydelle ja taloudelliselle merkittävyydelle annetaan arvo asteikolla yhdestä viiteen, yhden ollessa vähäinen riski ja viiden ollessa merkittävä riski. Tämän jälkeen, jokaisen riskityypin osalta erikseen, nämä

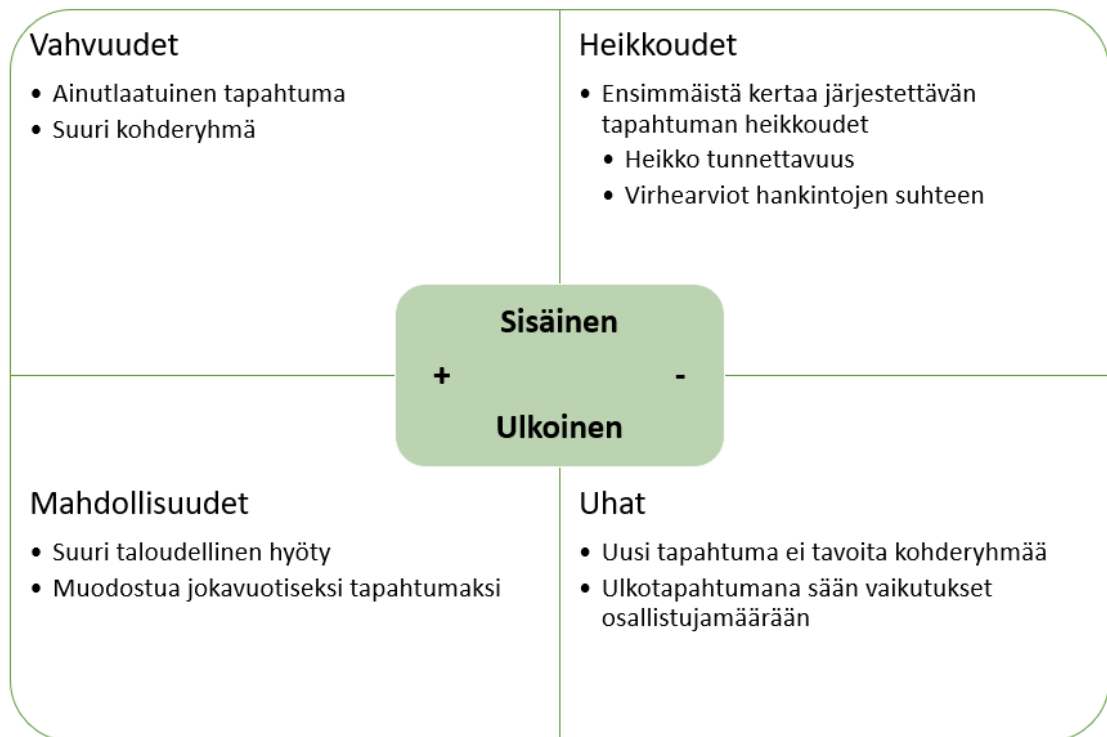
kaksi lukua kerrotaan keskenään, jolloin saadaan tulos yhden ja 25:n välillä. (Kauhanen ym. 2002, 56.)

Taulukko 1. Esimerkki riskien arvioinnin toteutuksesta (Kauhanen ym. 2002, 55).

Riskityypit	Todennäköisyys					Taloudellinen merkittävyys					Kokonaistulos
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
Ympäristö											
Asiakas											
Sopimus											
Aikataulu											
Henkilöstö											
Talous											
Tekniikka											
Imago											
Turvallisuus											

Saatujen tulosten jälkeen päätetään pisterajat erilaisia toimia varten. Esimerkiksi, jos riskityyppi kerryttää kuusi pistettä tai vähemmän, ei ryhdytä välittömiin toimenpiteisiin. Puolestaan, jos riskityyppi kerryttää 7 – 15 pistettä, laaditaan suunnitelma riskin hallitsemiseksi tai alentamiseksi. Jos riskityyppi kerryttää yli 15 pistettä, on riski eliminoitava. Tämä tarkoittaa sitä, että toteutussuunnitelmaa on muutettava ja riskiä alennettava olennaisesti. (Kauhanen ym. 2002, 56.)

Riskien tunnistamiseen voidaan käyttää apuna riskikartoituksia ja -analyysseja (Lampinen 2011, 65). Esimerkkinä riskianalyysistä toimii SWOT-analyysi, jonka nimi muodostuu englanninkielisistä sanoista *Strengths* (vahvuudet), *Weaknesses* (heikkoudet), *Opportunities* (mahdollisuudet) ja *Threats* (uhat) (Åkerberg 2017, 62). Analyysin avulla kyetään siis tarkastelemaan valitun kohteen, esimerkiksi tapahtuman, vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia sekä uhkia. Riskianalyysia ajatellen, SWOT-analyysi auttaa lähtötilanteen kartoituksessa, jolloin kyetään muodostamaan kuva niistä tekijöistä, joissa joko on jo parantamisen varaa tai jotka saattavat muodostua ongelmallisiksi ajan kuluessa. Alla (kuva 2) on laadittu kuvitteellisen, ensimmäistä kertaa järjestettävän tapahtuman SWOT-analyysi.



Kuva 2. Esimerkki järjestettävän tapahtuman SWOT-analyysistä.

Analyysistä käy ilmi, että kyseisen tapahtuman vahvuutena on sen ainutlaatuisuus, jonka sisältö samalla vetoaa moneen. Tällaiset tekijät voivat merkitä taloudellisesti hyvinkin kannattavaa tapahtumaa. Tällöin vastaavan kaltaisen tapahtuman järjestäminen uudelleen voi olla vähintään yhtä kannattavaa kuin ensimmäisellä kerralla, jos tapahtuma on silloin ollut onnistunut. Analyysistä käy myös ilmi, että tapahtuman järjestäminen ensimmäistä kertaa voi olla haastavaa, monessa asiassa, mutta ennen kaikkea tapahtumalla ei ole valmiiksi tunnettavuutta, mainetta, kohderyhmän keskuudessa, jolloin kohderyhmän tavoittaminen tapahtuman markkinoinnilla on äärimmäisen tärkeää. Myös tietyt ratkaisut ja valinnat, kuten tapahtuman järjestäminen ulkoilmassa, käyvät ilmi hyvin laaditusta analyysistä, jolloin voidaan varautua näihin riskitekijöihin, esimerkiksi varaamalla katettuja tiloja riittävästi ulkoilmatapahtumaan.

2.5.2 Riskien hallinta

Riskien hallinnalla viitataan riskien kartoituksen ja arvioinnin jälkeen tehtäviin toimiin. Keinoja riskien hallintaan on useita; riskialtis tekijä voidaan esimerkiksi ulkoistaa, jolloin

riski siirretään itseltä pois tai, jos mahdollista, riskin varalta voidaan hankkia vakuutus. (Kauhanen ym. 2002, 56.)

Vastuuvakuutus korvaa, nimensä mukaisesti, vahingon, josta vakuutuksen ottaja on vastuussa. Vakuutus korvaa, vakuutusehtojen puitteissa, ulkopuolisille aiheutuneet vahingot, joista, tässä tapauksessa, tapahtuman järjestäjä on lain mukaan vastuussa. Vastuuvakuutus korvaa ne esine- ja henkilövahingot, jotka vakuutuksen ottaja aiheuttaa ”huolimattomuudella tai varomattomuudella”. Kuitenkin, vahinkojen arvioitaessa aiheutuneen törkeästä huolimattomuudesta tai jopa tahallisesti, ei vakuutus korvaa vahinkoja. Eri vakuutusyhtiöiden vastuuvakuutuksissa on eroja, liittyen esimerkiksi vakuutuksen laajuuteen sekä maksimikorvaussumman suuruuteen, jolloin vakuutusehtoihin on hyvä perehtyä tarkkaan ennen vakuutuksen ottamista. (Suomen Talousmedia 2020.)

Vastuuvakuutus ei korvaa tapahtuman järjestäjälle, henkilökunnalle tai talkooväelle tapahtuneita vahinkoja vaan näitä varten tulee ottaa tapaturmavakuutus. Jos henkilökunta on palkattua, on tapaturmavakuutuksen ottaminen lakisääteistä. (Visit Tampere Oy 2018.) Tapahtuman vakuutusasioihin, riskien kartoituksesta niiden hallintaan, saa luonnollisesti apua vakuutusyhtiöiltä (Kauhanen ym. 2002, 57).

Osaan riskeistä voidaan vaikuttaa omalla tekemisellä, esimerkiksi riskitekijän suuruusluokkaa pienentämällä. Tällöin ei yleensä synny lisäkustannuksia. Toisinaan taas riskin minimointi maksaa tai pienentää odotettua tuottoa. Tämän ajattelumallin mukaan voidaan todeta, että riskin ollessa suuri, myös suuren taloudellisen tuloksen mahdollisuus kasvaa. Oleellista onkin se, kuinka suuria taloudellisia vastoinkäymisiä tapahtuman järjestäjä kestää. Tämä ei kuitenkaan ole vain kiinni siitä, miten niin sanotusti kantti kestää, vaan tapahtuman järjestäjän taloudellinen tilanne on ratkaiseva tekijä suhtautumisessa riskien hallintaan; raha ja takaukset mahdollistavat suuremman riskinoton, kun taas jos raha ja maksajat ovat vähissä, niin riskien hallinta on hyvin olennaista tapahtuman järjestämisessä. (Kauhanen ym. 2002, 56.)

Toisinaan riskin pienentämistä voidaan toteuttaa sopimusten avulla, jolloin mahdollisten yhteistyökumppaneiden ja alihankkijoiden kanssa tehtävillä sopimuksilla kyetään pienentämään omaa riskiä. Esimerkiksi vuokraamalla kiinteähintaisen myyntipaikan sen sijaan että myyntipaikan vuokra olisi riippuvainen kävijämäärästä. (Kauhanen ym. 2002, 56 – 57.)

2.6 Tapahtuman onnistumisen arviointi ja mittarit

Onnistuneessa tapahtumassa ohjelman sujuvuus, tunnelma ja elämykset sekä osallistujien välinen vuorovaikutus ovat tasapainossa keskenään. Tällöin kaikki tapahtuman osat alueet tuntuvat kuuluvan luontevasti yhteen. (Catani 2017, 130.) Tapahtuman onnistumista voi, ja on syytä, mitata sekä arvioida eri näkökulmista eri tavoin. Onnistumisten ohella kyetään selvittämään myös missä epäonnistuttiin. Täten tapahtuman järjestäjien on mahdollista puuttua epäkohtiin ja parantaa mahdollisuuksia onnistua tapahtuman järjestämisessä jatkossa.

Tapahtuman parissa työskenteleviltä tai toimivilta saatu palaute kertoo paljon tapahtuman onnistumisesta. Siksi on kannattavaa pyytää palautetta mahdollisimman pian tapahtuman jälkeen, jotta tapahtuma on vielä tuoreessa muistissa.

2.6.1 Onnistumisen mittaaminen

Catani (2017, 130) toteaa, että tapahtuman onnistumisen arviointi alkaa itse tapahtumahetkellä, jolloin esitetään keskeisin kysymys liittyen onnistumisen arviointiin: *Onko meillä hauskaa?* Kysymykseen pystyvät vastaamaan niin osallistujat kuin eri tapahtuman järjestäjätahot. Saatu vastaus on tärkein tapahtuman onnistumisen mittari. Muita olennaisia kysymyksiä ovat: *Osallistuiko kohderyhmän edustajia tapahtumaan?*, *Viihtyvätkö osallistujat keskenään?* ja *Kuinka käytännönjärjestelyt sujuvat?*. (Catani 2017, 130 – 131.)

Ensimmäisenä onnistumista mitataan yleensä siis jo tapahtumahetkellä, osallistujille suunnatun mielipidetiedustelun muodossa. Tällainen tiedustelu voidaan toteuttaa esimerkiksi kirjallisena kyselynä tai henkilökohtaisena haastatteluna. Mielipidetiedustelun tarkoitus on toimia pohjana seuraavaa tapahtumaa järjestettäessä. Mielipidettä voi kysyä muun muassa liittyen käytännönjärjestelyiden, ohjelman ja aktiviteettien onnistumiseen sekä yleisestä tunnelmasta tapahtumassa. (Kauhanen ym. 2002, 125; Catani 2017, 132.) Tämän mittarin avulla saadaan arvokasta tietoa siitä, mikä osallistujien mielestä toimi, eli onnistui tapahtuman järjestämisessä, ja missä on vielä parantamisen varaa.

Tämän jälkeen onnistumista mitataan tapahtuman järjestäjien näkökulmasta. Tämä toteutetaan yleensä pian tapahtuman jälkeen pidettävänä palaverina. Myös tällöin käydään läpi missä onnistuttiin ja missä epäonnistuttiin sekä itse tapahtuman kulku. Tällöin mitataan ”kulissien takaisia tapahtumia”, kuten budjetissa pysymistä sekä mahdollisia

saavutettuja taloudellisia ja sosiaalisia hyötyjä. Yhdessä puretaan myös positiivisia ja negatiivisia tuntemuksia sekä kommentteja, jotka olisi kannattava kirjata esimerkiksi pöytäkirjamuotoon tai jopa äänittää, läsnäolijoiden luvalla. Näin on mahdollista palata, oppimismielessä, yksityiskohtiin. (Kauhanen ym. 2002, 126; Catani 2017, 132.)

2.6.2 Onnistumisen arviointi

Kukin tapahtuman järjestäjätaho, organisaation ylimmästä johdosta yhteistyökumppaneihin, arvioi onnistumista omasta näkökulmastaan. Määriteltyjen tavoitteiden täyttymistä, liittyen vaikkapa taloudellisiin tai imagollisiin tavoitteisiin, voidaan pitää onnistumisen merkinä. Tapahtuman onnistumisen arviointiin on perinteisesti liitetty aikataulussa pysyminen sekä tapahtuman tasokkuus eli korkea laatu ja hyvä taloudellinen tulos. Näiden ohella on syytä arvioida myös muun muassa sitä, että mitä tapahtumasta opittiin, jos tapahtumia aiotaan järjestää jatkossakin. (Kauhanen ym. 2002, 30, 125.)

Arviointiprosessin loppupuolella laaditaan yleensä kirjallinen arviointiraportti, josta vastaa projektipäällikkö yhdessä projektiryhmänsä kanssa. Tämä loppuraportti voi jäsentyä esimerkiksi seuraavalla tavalla: tapahtumasta annetaan yleiskuvaus, avataan tapahtuman tavoitteet ja onnistumista niiden sekä aikataulun puitteissa, avataan eri tapahtumanjärjestäjätahojen toimintaa, kuvaillaan havaittuja ongelmakohtia, arvioidaan tapahtumaa, tehdään selvitys muista olennaisista asioista ja liitetään mahdolliset liitteet osaksi kokonaisuutta. Lopuksi tapahtuman järjestäjän ylin toimeenpaneva elin, esimerkiksi johtoryhmä tai tapahtuman järjestäjäorganisaation hallitus, käsittelee arviointiraporttia sekä tekee omat johtopäätöksensä tapahtuman onnistumisesta ja vertaa raporttia ennalta asetettuihin tavoitteisiin. (Kauhanen ym. 2002, 126 – 127.)

Jos tapahtuman järjestäminen ei jää yksittäiseksi tapaukseksi vaan tapahtuma saa jatkoa, on suositeltavaa aloittaa seuraavan tapahtuman suunnittelu saaduista arvokkaista opeista, eli edellisestä tapahtumasta kerätystä, ja myöhemmin analysoidusta, palautteesta niin osallistujilta kuin järjestäjätaholta (Vallo & Häyrinen 2016, 220).

3 TAPAHTUMAN TALouden HALLINTA

Tapahtumaa suunniteltaessa nousee melko nopeasti esille raha, sanan monessa muodossa (Vallo & Häyrinen 2016, 56). Oli kyseessä sitten tuottojen ja kulujen listaaminen budjetointivaiheessa tai taloudellinen hyötyminen tapahtuman järjestämisellä, niin ollaan, tai ainakin tullaan olemaan tekemisissä rahan kanssa. Tapahtuman suunnitteluun liittyykin olennaisena osana tapahtuman talouden hallinta.

Tapahtuman järjestäjän tulee toimia tapahtuman taloushallintoon liittyvien tehtävien suhteen riittävällä laajuudella, jotta näitä tietoja kyetään hyödyntämään taloutta hallittaessa niin suunnittelun ja informoinnin kuin valvonnankin osalta. Taloushallinnossa tulee huomioida muun muassa kirjanpitolain velvollisuudet. Tapahtuman talouden hallinnassa on kuitenkin muistettava, että kirjanpito toimii viiveellä, kertoen vain menneisyydestä. Tapahtuman taloustilanteen seuranta tapahtuu parhaiten yhtäaikaisesti päätöksenteon kanssa. (Iiskola-Kesonen 2004, 76.) Kauhanen ym. (2002, 66) kehottavat tapahtuman taloudesta vastaavaa kirjaamaan menot kuluiksi jo siinä vaiheessa, kun asiasta tehdään päätös. Tällöin ollaan aina ajan tasalla siitä, mikä on rahavarojen reaaliaikainen tilanne. Muuten päätöksenteko tapahtuu sokkona, mikä on ilmeisen huono toimintatapa. (Kauhanen ym. 2002, 66.)

Kauhanen ym. (2002, 62) toteavat, että erilaisten tapahtumien taloudellisista seikoista on mahdoton antaa selkeää kuvaa juurikin tapahtumien toisistaan poikkeavien luonteiden, kokojen ja kestojen vuoksi. Lisäksi taloudelliset seikat ovat usein myös liikesalaisuuksia (Kauhanen ym. 2002, 63).

3.1 Taloudellisesti kannattava tapahtuma

Taloudellisesti kannattavan tapahtuman järjestäminen perustuu seuraavaan, hyvin yksinkertaiseen ajatukseen: tuottojen tulee olla kuluja suuremmat. Tapahtuman taloudellinen tulos lasketaan pelkistetysti niin, että tuotoista vähennetään kulut. (Iiskola-Kesonen 2004, 76.)

Iiskola-Kesonen (2004, 76) toteaa, että tapahtuman talouden hallintaan liittyvät talousvaikeudet johtuvat usein heikosta talouden suunnittelusta ja seurannasta sekä liian optimistisista tulostavoitteista. Tapahtuman järjestäjät saattavat laatia taloussuunnitelmasta

liian optimistisen, jolloin tulot yliarvioidaan ja kulut aliarvioidaan. Näin voi helposti käydä esimerkiksi yleisömäärän tai sponsoritulojen osalta. (Iiskola-Kesonen 2004, 77.)

Catani (2017, 25) puolestaan kehottaa näkemään vaivaa tarjouspyyntöjen laatimisessa sekä kilpailuttamisessa, sillä niiden avulla saatetaan saavuttaa huomattavia säästöjä. Isojen tapahtumien järjestämisessä kilpailutus ja vertailu on suorastaan välttämätöntä, mutta myös pienempien tapahtumien järjestämisessä näillä toimilla voidaan saavuttaa suurikin rahallinen säästö. Suurimmat yllätykset budjetin ylittymisessä johtuvat huolimattomasti laadituista tarjouspyynnöistä, jolloin käytännössä tapahtuman järjestäjä olettaa saavansa jotakin, mikä ei sisällykään sovittuun hintaan. Yllättäviä menoeriä saattavat olla esimerkiksi postitus- ja kuljetuskulut, vartiointi- ja turvallisuuskysymykset sekä pyhä- ja viikonloppulisät. Myös alakanttiin arvioitu työmäärä saattaa lisätä henkilöstökulujen määrää huomattavasti, kun lisähenkilökunnalle tuleekin yllättäen tarvetta. (Catani 2017, 25.)

Huolellinen ja realistinen budjetointi sekä kulupäätöksissä tiukkana pysyminen auttavat tapahtumaa pysymään taloudellisessa tasapainossa. Myös talouden tarkka ja reaaliaikainen seuranta on hyvin tärkeä osa taloudellisessa tasapainossa pysymisen kannalta. (Iiskola-Kesonen 2004, 76.)

Kauhanen ym. (2002, 67) kehottavat talousvastaavaa raportoimaan viikottain sekä sen hetkisestä taloudellisesta tilanteesta että sen kehittymisestä projektipäällikölle tai suoraan johtoryhmälle, jos projektipäällikkö itse toimii talousvastaavana. Tällöin on hyvä tehdä katsaus muun muassa siihen, että eteneekö tilanne talous- ja rahoitussuunnitelmien mukaisesti vai onko poikkeuksia jo tapahtunut tai näköpiirissä. (Kauhanen ym. 2002, 67.)

Tapahtuman talouden hallinta sekä menoihin liittyvä päätöksenteko olisi Kauhasen ym. (2002, 66) mukaan suositeltavaa keskittää yhdelle henkilölle ja tarkentavat vielä, että tämän tulisi olla joko projektipäällikkö tai projektin parissa toimiva talousvastaava.

3.2 Budjetointi

Jotta tapahtuman talouden hallinta olisi järjestelmällistä ja tavoitteenmukaista, tulisi tapahtuman järjestäjän laatia mahdollisimman tarkka taloussuunnitelma eli budjetti. Taloussuunnitelman avulla kyetään yksinkertaisesti seuraamaan ja hallitsemaan rahan käyttöä, kirjaamalla tulot ja kulut ylös. Sen avulla kyetään myös tasapainoittamaan kuluja

tulojen mukaisiksi. (Kauhanen ym. 2002, 64; Kuluttajaliitto 2020.) Alla olevassa taulukossa (taulukko 2) on listattu esimerkkejä tapahtumabudjetin mahdollisista meno- ja tulotekijöistä.

Taulukko 2. Esimerkkejä tapahtuman järjestämiseen liittyvistä menoista ja tuloista (Iiskola-Kesonen 2004, 77; Vallo & Häyrinen 2016, 179).

MENOT	TULOT
Tilavuokrat	Osallistumismaksut
Rakentaminen	Arpajaistuotot
Somistus	Kahvila- ja ravintolatuotot
Tekniikka	Myyntituotot heti
Luvat ja ilmoitukset	Myyntituotot viiveellä
Kuljetukset	Sponsorointitulot
Esiintyjät	Yhteistyösopimukset
Tarjoilut	Mainostuotot
Materiaalit	Avustukset
Postituskulut	Muut tuotot
Markkinointi- ja mainoskulut	
Vartiointi	
Palkat ja palkkiot	
Kalustevuokrat	
Kokouskulut	
Vakuutukset	
Ostopalvelut	
Muut kulut	

Tarkasteltaessa listausta käy ilmi, että mahdollisia kuluja syntyy helposti enemmän kuin mahdollisia tuottoja. Budjetointi kannattaa aloittaa tapahtuman tulojen kartoituksella, jotta saadaan selville kuinka paljon rahaa on käytettävissä. Tämän jälkeen kartoitetaan tapahtuman kulut, sisältäen mahdolliset pitkäaikaiset investoinnit. (Kauhanen ym. 2002, 64; Kuluttajaliitto 2020.) Myös tulostavoitteet asetetaan budjetointivaiheessa (Kauhanen ym. 2002, 45).

Tapahtumien ensisijaiset tavoitteet ovat usein taloudellisia. Nämä voidaan karkeasti jakaa kahteen: välillisiin ja välittömiin osiin. Välittömissä tavoitteissa on tarkoituksena hyötyä suoraan itse tapahtumasta, esimerkiksi taloudellisesti, vaikkapa pääsylipputulosten muodossa. Välillisillä tavoitteilla puolestaan pyritään luomaan pohjaa suuremmalle taloudelliselle menestykselle, kuten ylläpitämään asiakastyytyvyyttä tai saavuttamaan uusia asiakkuuksia. Toisin kuin välittömissä tavoitteissa, välilliset taloudelliset tavoitteet ovat pitkän aikavälin hankkeita. (Kauhanen ym. 2002, 45 – 46; Conway 2009, 239.)

Tapahtuman talouden suunnittelu kannattaa aloittaa mahdollisimman aikaisessa vaiheessa (Visit Jyväskylä 2020). Budjetti on mahdollista laatia esimerkiksi Microsoft Excel laskentataulukko-ohjelmiston avulla, johon on helppo luonnostella lukuja sekä muuttaa niitä tarvittaessa. Samaan taulukkoon voidaan laatia myös toteutumaosio, tiedolle toteutuneista tuotoista ja kuluista tapahtuman jälkeen, kun verrataan arviota ja todellista toteutumaa. Tämä mahdollistaa analyysin kunkin yksittäisen tapahtuman kohdalla, että mikä on johtanut mahdolliseen poikkeamaan, josta voidaan ottaa oppia ja hyötyä seuraavaa kertaa ajatellen. (Kauhanen ym. 2002, 64.)

Jos tapahtuman järjestäjän on mahdollista tarkastella aikaisempia vastaavanlaisia projekteja, on kannattavaa tutustua niihin. Näin omalle budjetoinnille saa realistisen pohjan. (Vallo & Häyrinen 2016, 177.)

Catani (2017, 24) listaa toimintatapoja, jotka auttavat tapahtuman järjestäjää pysymään budjetissa. Ensinnäkin, tapahtuma tulee rajata tarkasti. Näin rahaa suunnataan olennaiseen ja tarpeelliseen sisältöön. Suunnitelmat tulee laatia huolella, kuten myös laskelmat, jotka tulee tehdä realistisesti alusta alkaen. Kaikkien hankintojen hinnat tulee varmistaa etukäteen. Tapahtuman budjettiin tulee kirjata niin tehdyt arviot kuin myös toteutuneet kulut. Näin on helppo huomata, minkä osa-alueiden suunnittelussa tai arvioinnissa epäonnistuttiin. (Catani 2017, 24.) Catani (2017, 26) myös ohjeistaa kohdistamaan budjetista todellisiin menoihin alkuun vain noin 85 prosenttia, jolloin 15 prosenttia jää säästöön niihin yllättäviin menoihin, joita lähes poikkeuksetta tulee vastaan tapahtumaa järjestettäessä.

3.3 Rahoitus

Siinä missä tapahtuman järjestäjän on yleensä helppo määritellä tapahtuman tavoite, luonne ja kohderyhmä, on taloudellinen puoli puolestaan usein vaikea osa-alue, sillä

siihen saattaa sisältyä suuria riskejä. Kuitenkin lähes kaikissa yleisötapahtumissa rahoitus, tai ainakin siihen liittyvät riskit, on yksi keskeisimmistä asioista tapahtuman järjestämisessä. (Kauhanen ym. 2002, 59.)

Tapahtumaa järjestettäessä on tavallista, että kuluja syntyy ennen tuloja. Tämän vuoksi on olennaista selvittää, miten tapahtuman rahoitus toteutetaan. Taloussuunnitelman ohella on suositeltavaa laatia tapahtumalle myös jonkintasoinen rahoitussuunnitelma. Se antaa vastauksen siihen, milloin rahaa on suunniteltu menevän ja milloin tulevan sekä mikä kassan suuruuden pitäisi milloinkin olla. (Kauhanen ym. 2002, 64.)

Kauhanen ym. (2002, 59) jakaa tapahtuman rahoituksen lähteet kolmeen pääluokkaan. Ensimmäinen on tapahtuman järjestäjätahon oma rahoitus. Toisena ovat ulkopuoliset lähteet eli avustus tai tuki, tappiontakaus sekä sponsorit. Kolmas on tapahtuman tuotot, jotka jakautuvat edelleen pääsylippu- ja myyntipaikkatuloihin. (Kauhanen ym. 2002, 59.) Tapahtumatuottoja käsitellään opinnäytetyössä omana lukuna.

3.3.1 Oma rahoitus

Joskus yleisötapahtumaa järjestävällä taholla on jo omasta takaa hallussa riittävät taloudelliset resurssit järjestää tapahtuma (Kauhanen ym. 2002, 59). Tällöin on jo alun alkaen selvillä, minkä verran rahaa on käytettävissä ja budjetin laadinta voidaan aloittaa hyvin aikaisessa vaiheessa. Oman rahoituksen etuna on juurikin tämä taloudellisten resurssien selvyys alusta alkaen ja siten mahdollisuus ryhtyä toimeen hyvinkin nopeasti.

Oma rahoitus ei kuitenkaan ole mikään itsestänselvyys, sillä tapahtuman järjestämiselle voi muodostua hyvinkin kallis hinta, jolloin harva pärjää oman rahoituksen turvin. Oman rahoituksen etuja on myös velattomuus tai edullisuus, eli esimerkiksi lainarahan takaus ja koronmaksu jäävät pois. Tapahtuman järjestäjälle saattaa myös olla helpotus, että korkeista tuotoista ei tarvitse huolehtia, jos niiden ei oleteta kattavan tapahtuman järjestämisestä syntyviä kuluja.

Ulkopuolisten rahoituslähteiden hankkiminen voi myös olla aikaa vievää ja vaivannäköä vaativaa työtä, jolloin oman rahoituksen turvin voi olettaa pääsevänsä helpommalla ja ryhtyä toimeen, eli tapahtuman järjestämiseen, nopeammin. Toisinaan taas oma rahoitus riittää vain osittain, jolloin lisäksi tarvitaan muitakin rahoituslähteitä (Kauhanen ym. 2002, 59).

3.3.2 Ulkopuoliset lähteet

Ulkopuolisen rahoituksen lähteisiin lukeutuvat avustukset tai tuet, tappiontakaus sekä sponsorit (Kauhanen ym. 2002, 60 – 61). Luonnollisesti myös esimerkiksi pankkilaina voi tulla kyseeseen tapahtuman rahoitusta suunniteltaessa, mutta tässä yhteydessä ei käsitellä kyseistä vaihtoehtoa, sen sisällön ja ehtojen riippuessa monesta muuttujasta, lainan myöntäjätahosta alkaen.

Kauhanen ym. (2002, 62) toteavat, että tapahtuman järjestäjältä edellytetään mielikuvitusta, mistä kaikkialta tukirahoitusta voisi anoa ja saada. Yleensä tämä vaatii myös aikaista, paria vuotta edeltävää liikkeelle lähtöä. Yleensä on lähes mahdotonta saada taloudellista tukea aivan viime metreillä. (Kauhanen ym. 2002, 62.)

Suoranaiset avustukset tai muu rahassa mitattava tuki, kuten tavaralahjoitukset, kuuluvat siis tähän ulkopuolisen rahoituksen ryhmään. Tämä varainhankintamuoto saadaan lähes vastikkeetta. Tukijalle saatetaan antaa esimerkiksi tapahtuman käsiohjelmaan kannatusilmoitus tai muu maininta tapahtuman aikana. Tällaisia taloudellisia tukijoita voivat olla esimerkiksi yksittäiset henkilöt, yritykset, muut yhteisöt, kunta, valtio sekä rahat ja säätiöt. (Kauhanen ym. 2002, 60 – 62.)

Joskus tällaisen suoranaisten taloudellisen tuen sijasta saatetaan saada tappiontakaus. Tilaisuuden koon ja luonteen mukaan tapahtuman järjestäjä voi anoa tällaista takaus kunnalta tai valtiolta. Tällöin takauksen myöntävä taho maksaa mahdollisen tappion joko kokonaan tai tiettyyn, ennalta sovittuun määrään saakka. (Kauhanen ym. 2002, 60 – 62.)

Kolmas vaihtoehto on sponsorit (Kauhanen ym. 2002, 62). Kauhanen ym. (2002, 69) ovat määritelleet käsitteen sponsorointi olevan esimerkiksi tilaisuuden tai muun toiminnan imagon vuokraamista sekä hyödyntämistä määriteltyihin markkinointiviestinnän tai muihin tarkoituksiin. Määritelmä mielletään tässä sponsoroivan organisaation näkökulmasta katsottavaksi, josta sitä tässä yhteydessä myös kehoitetaan tarkistelemaan. On myös hyvä erottaa käsitteet sponsorointi ja hyväntekeväisyys toisistaan, sillä ne sekoitetaan helposti keskenään. Hyväntekeväisyys ei esimerkiksi perustu sopimukseen eikä hyväntekijä yleensä odota hyötyvänsä lahjoituksestaan tai välitä tuen saamasta julkisuudesta. (Kauhanen ym. 2002, 69.)

Pohtiessaan potentiaalisia sponsoroijia, tulisi tapahtuman järjestäjän miettiä minkälaiset organisaatiot, järjestöt tai muut toimijat haluavat toimia sponsoroijina, eli kenen markkinoitviestinnän osaksi tapahtuman sponsorointi sopisi (Kauhanen ym. 2002, 70). Vallo & Häyrinen (2016, 57) listaavatkin huomioon otettavia asioita, kun tapahtumalle toteutetaan sponsori-hankintaa. Ensimmäisenä kehoitetaan asettumaan kyseisen organisaation asemaan, jota ollaan lähestymässä. Tällöin tulee miettiä, mitä järjestettävä tapahtuma voi tarjota, joka voisi hyödyttää juuri tätä organisaatiota. On siis hyvä, jos tapahtuman ja organisaation arvot sekä imagot kohtaavat. Toisena kehoitetaan esittämään lähestyttävälle taholle mahdollisimman selkeästi järjestettävän tapahtuman tavoitteet, kohderyhmät, arvioidut kävijämäärät, aika, paikka, teema, sisältö ja ohjelma. Tällöin potentiaalisen sponsorin on helpompi muodostaa mielikuva siitä, mihin on mahdollisesti lähdössä mukaan ja mitä rahoittamaan. Myös sponsorointitarjouksen tulee olla selkeä, eli mitä saa vastineeksi ja millä hinnalla. Viimeiseksi todetaan, että tapahtuman järjestäjän on pysyttävä osoittamaan potentiaaliselle sponsoroijalle jokin hyöty sponsoroinnista. Ilman tätä ei välttämättä kannata odottaa myönteistä päätöstä ja yhteistyötä. Kilpailu sponsorirahoista on kovaa, vaikka sponsorointi ei ole edes mitenkään vastikkeetonta, vaan saattaa aiheuttaa kulujakin tapahtuman järjestäjälle. (Kauhanen ym. 2002, 60; Vallo & Häyrinen 2016, 57 – 58.)

Tapahtuman järjestäminen ulkopuolisen rahoituksen turvin voi tuntua houkuttelevalta vaihtoehdolta, mutta ei välttämättä todellisuudessa ole aina paras mahdollinen vaihtoehto (Kauhanen ym. 2002, 60). Toki tämä voi mahdollistaa sen, että rahoitusta on käytettävissä enemmän ja tapahtuman järjestäminen voidaan toteuttaa yksityiskohtia myöten, mutta samalla saatetaan keskittyä epäolennaiseen ja kulut saattavat riistäytyä kärsivästä.

3.4 Tuotot

Osallistumismaksut ovat yleensä ensimmäisenä mieleen tuleva tuotto, liittyen tapahtuman järjestämiseen (Vallo & Häyrinen 2016, 56). Conway (2009, 239) kehottaa määrittelemään osallistumismaksun huolella, sillä toki sen avulla pyritään kattamaan tapahtuman järjestämisestä aiheutuvia kuluja, mutta perittävä maksu ei saa olla liian korkea, jotta potentiaaliset osallistujat eivät sen takia jätä tapahtumaa väliin. Siksi osallistumismaksun ja tapahtuman sisällön on kohdattava (Conway 2009, 239).

Pieni osallistumismaksu saattaa tapahtuman järjestämisen kannalta olla ilmaista osallistumista parempi vaihtoehto. Pienenkin summan maksamalla henkilö sitoutuu tapahtumaan eri tavalla kuin täysin ilmaiseen tapahtumaan. (Vallo & Häyrynen 2016, 56.)

Hinnan asettaminen, koski se sitten pääsylippuja tai oheismyyntiä, on yksi keskeisimmistä tekijöistä. Näiden määrittely kannattaa siis tehdä harkiten. Vaikeimmin arvioitava asia on lähes poikkeuksetta osallistujien määrä. Tämän määrän arviointi helpottuu josakin määrin, jos vastaavan kaltainen tapahtuma on järjestetty aiemmin. (Kauhanen ym. 2002, 59.)

Kauhanen ym. (2002, 60) toteavat, että yleensä on kannattavaa panostaa yleisötapahtuman markkinointiin, tiedottamiseen ja ennakkomyyntiin, riippumatta siitä millainen tapahtuma on kyseessä. Ennakkomyynnillä mahdollistetaan pääsylippujen myynti tapahtumaan hyvissä ajoin etukäteen. (Kauhanen ym. 2002, 60.)

Ennakkoon pääsylipun ostaneille annetaan toisinaan alennusta varsinaisesta lipun hinnasta tai mahdollisesti muuta etua. Tämänkaltaisten etujen on huomattu joissakin tapauksissa edesauttavan lipunmyyntiä. Tämän lisäksi ennakkomyynnillä on ainakin kaksi tärkeää merkitystä tapahtuman järjestäjälle: ensinnäkin, tämän perusteella saadaan jonkinasteinen mielikuva tapahtuman herättämästä kiinnostuksesta ja kokonaisyleisömäärän arviointia kyetään toteuttamaan entistä paremmin. Ja toiseksi, ennakkomyynnin ansiosta saadaan rahaa jo syntyneiden kustannusten, kuten ennakkomaksujen, kattamiseen. (Kauhanen ym. 2002, 60.) Lisäksi, tehokas pääsylippujen ennakkomyynti vähentää muun muassa huonon sään vaikutuksia osallistujamäärään (Iiskola-Kesonen 2004, 77).

Liittyen myyntipaikkatuottoihin, tapahtuman järjestäjällä on vaihtoehtona joko itse vastata kaikista tapahtumaan liittyvistä myyntitoiminnoista tai ulkoistaa ne muiden ammattilaisten hoidettavaksi. Yleisesti ottaen voi todeta, että mitä suurempi tapahtuma on kyseessä, sitä todennäköisemmin nämä toiminnot ulkoistetaan. Tapahtuman järjestäjä hyötyy tästä järjestelystä tavallisesti perimällä vuokran myyntipaikasta sekä osuuden myyntituotoista. Vuokran periminen onnistuu etukäteen, jolloin saadaan taas rahaa kattamaan jo syntyneitä kustannuksia. (Kauhanen ym. 2002, 61.)

Iiskola-Kesosen (2004, 77) mukaan tapahtuman talouden suunnittelussa on hyvä tavoitella tilannetta, jossa tapahtuman järjestämisen kulut on katettu ennen kuin ainuttakaan pääsylippua on myyty. Tällöin, jos kulut ovat tuloja suuremmat, on tärkeää miettiä muita tulonlähteitä pääsylipputulosten rinnalle, jotta talous pysyy tasapainossa. Esimerkiksi

sponsorointiyhteistyö tai avustukset voivat tulla tällaisessa tilanteessa kyseeseen. (Iiskola-Kesonen 2004, 77.)

3.5 Kulut

Kun tapahtumalle laaditaan budjettia, on kulupuoli yleensä se, mihin kerääntyy useita kohtia. Puolestaan kun listataan tuottoja, on sisältö yleensä huomattavasti suppeampi. (Vallo & Häyrinen 2016, 56.) Kululajit sekä niiden suuruusluokka riippuu hyvin paljon tapahtuman sisällöstä ja sen kokoluokasta. Tämän tapahtumakohtaisuuden vuoksi kulujen erittely ei ole yksioikoista, mutta joitakin tyypillisiä kululuokkia esiintyy useimmissa tapauksissa. Näitä ovat suunnittelu-, markkinointi-, hallinto-, toteutus- ja jälkihoitokulut. Näiden yksityiskohtaisempi sisältö vaihtelee mainittujen kululajien sekä niiden suuruusluokkien osalta tapahtumakohtaisesti.

Tapahtuman suunnittelukulut ovat yleensä melko pienet, ainakin suhteessa kokonaiskustannuksiin. Markkinointi ja tiedottaminen sen sijaan ovat jo merkittävämpiä menoeriä. Hallintokulut puolestaan ovat yleensä pienempi menoerä. Tapahtuman toteutuskulut varsinaisen tapahtuman lähipäivinä voivat muodostua suuriksi, etenkin jos henkilöstölle maksetaan palkkioita tai palkkaa. Tapahtuman jälkihoidosta muodostuu myös omat kulusa, johtuen esimerkiksi rakenteiden purkamisesta tai palautteenantotilaisuuden järjestämisestä. (Kauhanen ym. 2002, 65.)

Alla olevasta taulukosta (taulukko 3) käy ilmi tyypillinen ajankohta menojen ja tulojen muodostumiselle tapahtumaa järjestettäessä. Menoja muodostuu usein paljon ennen kuin tuloja muodostuu, jonka vuoksi on kannattavaa kartoittaa tapahtuman rahoitus mahdollisimman hyvin ja aikaisessa vaiheessa. (Kauhanen ym. 2002, 66.)

Taulukko 3. Tapahtuman tulojen ja menojen ajoittuminen (Kauhanen ym. 2002, 65).

Suunnittelumenot													
Markkinointi ja tiedotus													
Hallinto													
Ennakkomenot													
Ennakkotulot													
Tapahtumatulot													
Tapahtuman toteutuskulut													
Tapahtuman jälkihoito													

AIKA →

Ennakkomenoja ovat esimerkiksi tila- ja esiintyjävaraukset, joista saatetaan joutua maksamaan varausmaksu kauan ennen kuin itse tapahtuma järjestetään. Ennakkomenojen vuoksi pitäisi saada vastaavasti ennakkotuloja ja näiden suhteen pitäisi pyrkiä mahdollisimman suuriin lukemiin. Keskeisimpiä ennakkotuloja ovat pääsylippujen ennakkomyynti sekä sponsoritulot. Varsinaiset tapahtumatulot muodostuvat pääasialliseksi tuloksi, jos ennakkomyyntiin ei ole ryhdytty tai se ei ole yrityksestä huolimatta onnistunut. (Kauhanen ym. 2002, 65.)

Vaikka tapahtuman tavoitteena ei olisikaan varainhankinta, tulee tapahtuman kuitenkin olla aina vähintään taloudellisesti tasapainossa. Kilpailu eri tapahtumien välillä voi olla kovaa, jolloin kilpaillaan osallistujien mielenkiinnosta. (Iiskola-Kesonen 2004, 76.)

4 SYDÄNPURJEHDUS -TAPAHTUMA

Tässä luvussa käsitellään konkreettisen tapahtuman suunnittelussa ja siihen liittyvässä talouden hallinnassa huomioitavia asioita. Näkökulmana toimii vuonna 2021 järjestettävä Sydänpurjehdus -tapahtuma, jonka toteutuksesta vastaa Varsinais-Suomen Sydänpiiri ry. Tapahtumaan ottaa osaa myös Satakunnan Sydänpiiri ry, mutta vastuu tapahtuman suunnittelusta sekä järjestämisestä on Varsinais-Suomen Sydänpiiri ry:llä.

Varsinais-Suomen Sydänpiiri ry on vuonna 1956 perustettu alueellinen kansanterveys- ja potilasjärjestö. Siihen kuuluu 15 paikallista sydänyhdistystä ja yli 5 200 henkilöjäsentä. Varsinais-Suomen Sydänpiiri ry edistää yhdessä jäsenyhdistystensä kanssa sydänterveyttä sekä tukee sydänsairastuneiden kuntoutumista. (Suomen Sydänliitto 2020a.)

Varsinais-Suomen Sydänpiiri ry on Suomen Sydänliitto ry:n jäsen (Suomen Sydänliitto 2020c). Sydänliitto edistää suomalaisten terveyttä sekä tukee jo sairastuneita. Liitto tarjoaa tietoa terveydestä ja hyvinvoinnista sekä tukea elämäntapamuutoksiin ja toipumiseen. (Suomen Sydänliitto 2020b.)

Tämän luvun tietolähteenä toimii Varsinais-Suomen Sydänpiiri ry:n toiminnanjohtajan Nanette Huovisen haastattelu sekä muu saatu materiaali Sydänpurjehdus -tapahtumiin liittyen. Lisäksi yleistä tietoa liittyen Varsinais-Suomen Sydänpiiri ry:n sekä Suomen Sydänliitto ry:n toiminnasta on saatu näiden verkkosivuilta.

4.1 Tapahtuman suunnittelu

Sydänpurjehdus on Varsinais-Suomen Sydänpiiri ry:n vuosittain järjestämä tapahtuma. Sydänpurjehdus on järjestetty jo vuodesta 1997 lähtien, jolloin tapahtuma järjestettiin kahdesti vuodessa, mutta alkuaikojen jälkeen tapahtuma on vakiintunut järjestettäväksi vuosittain syksyisin. Tähän poikkeuksen muodostaa vuoden 2020 syksy; kuten monet tapahtumat vuonna 2020, Sydänpurjehdus päätettiin jättää järjestämättä koronapandemian vuoksi.

Tapahtumaa suunnitellaan järjestettävän vuoden 2021 keväällä, mutta vallitsevan koronatilanteen vuoksi on mahdollista, että tapahtuma siirretään perinteiseen ajankohtaan syksyille. Tästä linjataan hallituksen kokouksessa vielä loppuvuoden 2020 aikana. Vuosi

2021 sattuu olemaan Varsinais-Suomen Sydänpiiri ry:n 65-vuotisjuhlavuosi, joka pyritään huomioimaan osana perinteistä Sydänpurjehdus -tapahtumaa.

4.1.1 Onnistunut tapahtuma – strategiset ja operatiiviset kysymykset

Tapahtuman järjestäjä ei ole enää uuden edessä, Sydänpurjehduksen ollessa jo perinteinen, jokavuotinen tapahtuma, jolloin teoriaosuudessa mainittu, kaiken alku – *hyvä oivallus*, on jo oivallettu. Samaten tapahtuman tavoitteet on määritelty, mutta näitä on toki mahdollista aina päivittää, niin haluttaessa tai tarvittaessa. Vuoden 2021 Sydänpurjehdus -tapahtuman tavoitteena on antaa tietoa tapahtumaan osallistuville, jäsenilleen, liittyen sydänterveyteen sekä mahdollistaa yhdessäolo ja täten vertaistuki. Varsinais-Suomen Sydänpiiri ry:n 65-vuotisjuhlavuotena on tavoitteena myös juhlistaa tätä merkkipäivää yhdessä.

Koronapandemian myötä moni yksilö, erityisesti riskiryhmään juuri esimerkiksi sydänsairauden vuoksi kuuluva, on joutunut rajoittamaan omaa toimintaansa, aiheuttaen mahdollisesti jopa yksinäisyyttä. Yhdessäolon ja vertaistuen tarjoaminen Sydänpurjehduksen aikana ei ole uusi tavoite, mutta sen merkitys on entistä suurempi tulevassa tapahtumassa.

Ennen konkreettisiin suunnittelutoimenpiteisiin ryhtymistä, Vallo & Häyrinen (2016, 121) kehottavat tapahtuman järjestäjää vastaamaan ennalta määrittelemiinsä kysymyksiin. Strategisissa kysymyksissä pohditaan miksi ja kenelle tapahtuma järjestetään sekä mitä järjestetään. Näillä pyritään saamaan vastaus siihen, mikä on tapahtuman idea.

Miksi?

Tapahtuman tavoitteena on tarjota yhdistysten jäsenille ajankohtaista tietoa sydänterveydestä, monien sairastaessa itse sydänsairautta tai ollessa sairastuneen läheinen, ja samalla tarjota tärkeän vertaistuen mahdollisuuden yhdessäolon muodossa. Edellä mainittuihin tavoitteisiin on siis olennaista keskittyä kyseisen tapahtuman suunnittelussa, jotta tapahtuma olisi tarkoituksenmukainen ja menestyksekäs.

Kenelle?

Sydänpurjehdus -tapahtumaan osallistujia on vuosittain ollut noin 300 – 400. Osallistujat koostuvat pääosin Varsinais-Suomen ja Satakunnan Sydänpiirien jäsenistä. Tapahtuman kohderyhmä on siis näiden yhdistysten jäsenet. Tapahtuman sisältö on suunniteltu tälle kohderyhmälle ja samaten tapahtuman markkinointi kohdistetaan heille. Toki myös henkilöt, jotka eivät ole jäseniä ovat tervetulleita osallistumaan tapahtumaan.

Tulevan vuoden 2021 Sydänpurjehdus -tapahtuman osallistujamäärää arvioidaan aiempien vuosien perusteella. Koska tapahtuma tullaan järjestämään vasta kun se on turvallista, viitaten koronapandemiaan, ei osallistujamäärän arvella olevan aiempia vuosia vähäisempi, vaikka moni kohderyhmässä kuuluu riskiryhmään, esimerkiksi sydänsairauden takia, tai riskiryhmäläisen lähipiiriin.

Mitä?

Tapahtumapaikka ja -aika on jo määritetty, ollen Tallink Silja Linen Baltic Princess 23 h -risteily vuoden 2021 maaliskuussa ellei koronatilanteen vuoksi tapahtumaa päädytä siirtämään syksyille. Turun satamaan on helppo saapua joko julkisilla kulkuvälineillä, kuten bussilla ja junalla, tai autolla. Tällöin osallistujien on helppoa ottaa osaa tapahtumaan, valitsemallaan kulkuneuvolla. Paikalliset yhdistykset Varsinais-Suomessa ja Satakunnassa järjestävät myös omia linja-autokuljetuksia satamaan ja takaisin. Kuljetus saattaa olla jäsenille jopa maksuton tai sitten siitä peritään pieni maksu.

Laivat ovat melko suosittuja tapahtumanpitopaikkoja. Niissä on Vallo & Häyrisen (2016, 172 – 173) mukaan kuitenkin omia haasteita tai erityispiirteitä, joita on syytä huomioida tapahtumaa suunniteltaessa. Laivan viihdetarjonnan ollessa usein houkutteleva, saattaa käydä niin, että tämä viihdesisältö vetoaa joihinkin osallistujiin tapahtuman asiapainotteista sisältöä enemmän. Tämän vuoksi tapahtuman ohjelmaan olisi hyvä suunnitella taukoja ja merkitä ne selkeästi osallistujien omaksi ajaksi, jolloin osallistujat tietävät ehtivänsä tapahtuman ohella myös vaikkapa tekemään ostoksia. (Vallo & Häyrisen 2016, 172 – 173.)

Ytimekkäästi todettuna, Sydänpurjehdus -tapahtuman ideana on saattaa yhteen Sydänpiirien jäseniä vapaamuotoisen mutta asiasisältöisen risteilytapahtuman muodossa, jossa mukavan yhdessäolon lisäksi tarjotaan tietoa sydänterveyteen liittyen.

Tapahtuman olemassaolon syy, kaiken ydin, pohjautuu viimeksi mainittuun eli sydänterveystiedon välitykseen tapahtumaan osallistuville, Sydänpiirien jäsenille, jotka elävät arkea aiheen parissa. Tämä on niin kutsuttu ydinpalvelu, eli ohjelmaan kuuluvien luentojen sekä koulutusten järjestäminen osallistujille.

Ohella tarjottavat, niin kutsutut lisä- ja tukipalvelut ynnä muut toiminnot jäävät melko vähelle, ja tarkoituksella, risteilyn tarjotessa omanlaistaan viihdettä osallistujille. Joka vuosi on kuitenkin järjestetty arpajaiset, jonka tuotto menee Varsinais-Suomen Sydänpiiri ry:n toimintaa tukemaan.

Edellä mainittuihin strategisiin kysymyksiin vastattuaan, tulisi tapahtuman järjestäjän vastata kolmeen operatiiviseen kysymykseen: miten tapahtuma järjestetään, millainen tapahtuman ohjelma tai sisältö on ja kuka vastaa mistäkin (Vallo & Häyrinen 2016, 125).

Miten?

Tapahtuman järjestämisestä vastaa Varsinais-Suomen Sydänpiiri ry:n työntekijät, päävastuun ollessa toiminnanjohtajalla. Palveluita ei juurikaan ulkoisteta, vaan projekti-ryhmä tekee itse paljon. Tapahtuman aikataulussa on huomioitu risteilylle tyypillinen buffet-ruokailu, joka sisältyy osallistumismaksuun, mutta tätä ei varsinaisesti voi määritellä palvelun ulkoistamiseksi.

Millainen?

Tapahtuman luonne on vapaamuotoisuudestaan ja viihteellisistä risteilypuitteistaan huolimatta asiatapahtuma, sisältäen risteilyn toisen päivän osalta runsaan luentotarjonnan sekä koulutuksia. Tapahtuman sisältö ja ohjelma noudattavat vuosittain hyvin pitkälti samaa kaavaa, mutta toki ainakin pieniä eroavaisuuksia esiintyy joka kerta.

Tapahtuman suunnitellaan käynnistyvän, kun risteily alkaa iltakahdeksan aikaan, perinteiseen tapaan tervetuliaistilaisuuden ja -maljan muodossa. Myöhäisestä aloitusajasta johtuen muu tapahtuman ohjelma suunnitellaan toteutettavan seuraavana eli varsinaisena tapahtumapäivänä. Tervetuloilaisuuden jälkeen osallistujilla on siis vapaa-aikaa loppuillan ajan.

Varsinainen tapahtumapäivä käynnistyy aamiaisbuffetilla, jota seuraa suunnitelmien mukaan noin kello kymmenestä alkaen luentotilaisuudet. Yksittäisiä luentoaiheita tai luennoitsijoita ei vielä ole päätetty, mutta luentojen aiheiksi pyritään aina valitsemaan ajankohtaista ja uusia näkökulmia tarjoavaa sisältöä. Esimerkiksi vuonna 2019 tapahtumassa aiheina olivat muun muassa *Miten voin vaikuttaa sydänriskeihini* sekä *Ikääntyminen ja uni*.

Luentoja tauottaa noin puoli kahdentoista aikaan lyhyt kahvitauko. Tämän jälkeen luennot jatkuvat noin kello kahteen saakka, jota seuraa lounastauko. Luentoja ehditään tässä ajassa pitää noin neljä, mutta määrä vaihtelee niiden pituuden sekä aiheen laajuuden mukaan. Aikaa on varattu myös osallistujien mahdollisille kysymyksille aiheisiin liittyen.

Lounaan jälkeen, noin neljän aikaan, toteutetaan suunnitellut koulutukset, liittyen luonnollisesti sydänterveyteen. Esimerkiksi vuonna 2019 opastettiin maallikkoelvytystä sekä sydäniskurin käyttöä. Tällöin saatetaan myös kouluttaa vertaistukihenkilöitä, sydänterveyteen liittyen, sekä mahdollisesti jakaa tietoa ja ajatuksia niin henkilöstön kuin yhdistysaktiivien kesken. Virallinen ohjelma päättyy noin tuntia ennen laivan saapumista maihin.

Vuosi 2021 on Varsinais-Suomen Sydänpiiri ry:n 65-vuotisjuhlavuosi, jota on tarkoitus juhlistaa tapahtumassa. Vielä ei ole tarkkaa suunnitelmaa, miten tämä huomioidaan tapahtumassa, mutta jotakin erityistä halutaan järjestää tämän osalta. Tämä on mahdollisesti esimerkiksi jokin musiikki- tai stand up -esitys. Jos laivalla sattuu esiintymään tapahtuman aikana teemaan sopiva esiintyjä, voitaisiin tähän olla etukäteen yhteydessä ja mahdollisesti pyytää tai palkata tämä esiintymään myös yksityistilaisuudessa tapahtumaan osallistuville. Tallink Silja Oy ei ole vielä julkaissut verkkosivuillaan vuoden 2021 maaliskuun esiintyjä (AS Tallink Grupp 2020).

Kuka?

Tapahtuman projektipäällikkönä toimii Varsinais-Suomen Sydänpiiri ry:n toiminnanjohtaja Nanette Huovinen. Hän vastaa pääosin Sydänpurjehdus -tapahtuman suunnittelusta sekä toteutuksesta. Huovisella on vuosien kokemus kyseisen tapahtuman järjestämisestä, osallistuen myös lähes jokaiseen niistä. Lisäksi projektiryhmässä toimii Varsinais-Suomen Sydänpiiri ry:n työntekijät. Tarvittaessa ajatusten vaihtoa, liittyen tapahtuman järjestämiseen, tehdään myös Satakunnan Sydänpiiri ry:n toimijoiden kanssa.

4.1.2 Tapahtuman markkinointi

Sydänpurjehdus -tapahtuman markkinointi tapahtuu pääasiassa Sydänpiirien toimesta omille jäsenilleen. Kumpikin Sydänpiiri, Varsinais-Suomen ja Satakunnan, markkinoivat tapahtumaa omilla alueillaan. Tapahtuman sisältö ja ohjelma suunnitellaan valmiiksi noin neljä – viisi kuukautta ennen varsinaisen tapahtuman järjestämistä, jolloin tapahtuman markkinointi aloitetaan.

Tapahtuman kohderyhmä on Varsinais-Suomen Sydänpiiri ry:n sekä Satakunnan Sydänpiiri ry:n jäsenet. Tällöin tapahtuman markkinointi kohdistetaan heille ja markkinointikanaviksi on valikoitu ne, jotka tavoittavat kohderyhmän parhaiten. Verkkomainontaa toteutetaan Sydänpiirien nettisivuilla; sosiaalisen median osalta tapahtumaa markkinoidaan Facebookissa. Myös lehtimainontaa toteutetaan, sillä tapahtumaa markkinoidaan Suomen Sydänliitto ry:n Sydän-lehdessä, joka ilmestyy Sydänyhdistyksen jäsenille neljä kertaa vuodessa. Suoramainontakin toteutetaan, sähköisessä muodossa, sillä Sydänpiirien jäsenrekistereiden kautta on mahdollista tavoittaa sähköpostiosoitteen omaavat jäsenet.

Erillistä markkinointisuunnitelmaa ei olla koettu tarpeelliseksi laatia. Kohderyhmä on tavoitettu hyvin vuosien saatossa aiemmin mainittujen kanavien välityksellä. Tapahtuma on myös melko tunnettu kohderyhmän keskuudessa, jolloin tunnettavuutta ei ole ollut tarpeen tehostaa markkinoinnin suhteen toimintatapoja muuttamalla.

4.1.3 Tapahtuman järjestäjän vastuu

Sydänpurjehdus -tapahtuman järjestäminen ei vaadi tapahtuman järjestäjätaholta erillisiin turvatoimiin ryhtymistä, johtuen tapahtumapaikasta, vaan nämä jäävät varustamon vastuulle. Erilaisiin turvallisuuskysymyksiin ja -riskeihin perehtyminen on siis toteutettu varustamon taholta, ei kuitenkaan tapahtuman osalta erikseen vaan riittäväällä yleisellä tasolla. Esimerkiksi ensihoitovastuu on varustamolla itsellään, mutta Varsinais-Suomen Sydänpiiri ry toimittaa kuitenkin tapahtumaan osaa ottavista lääkäreistä listan varustamolle, jolloin tarpeen vaatiessa heihin saadaan nopeasti yhteys.

Tapahtumapaikan vuoksi tapahtuman järjestäminen ei edellytä toimenpiteitä luvanvaraisuuteen liittyen, kuten viranomaisilmoitusten tekoa, ennen tapahtuman järjestämistä. Vastuuvakuutuksen ottoa ei myöskään vaadita. Kuitenkin osallistujilla on Sydänliiton

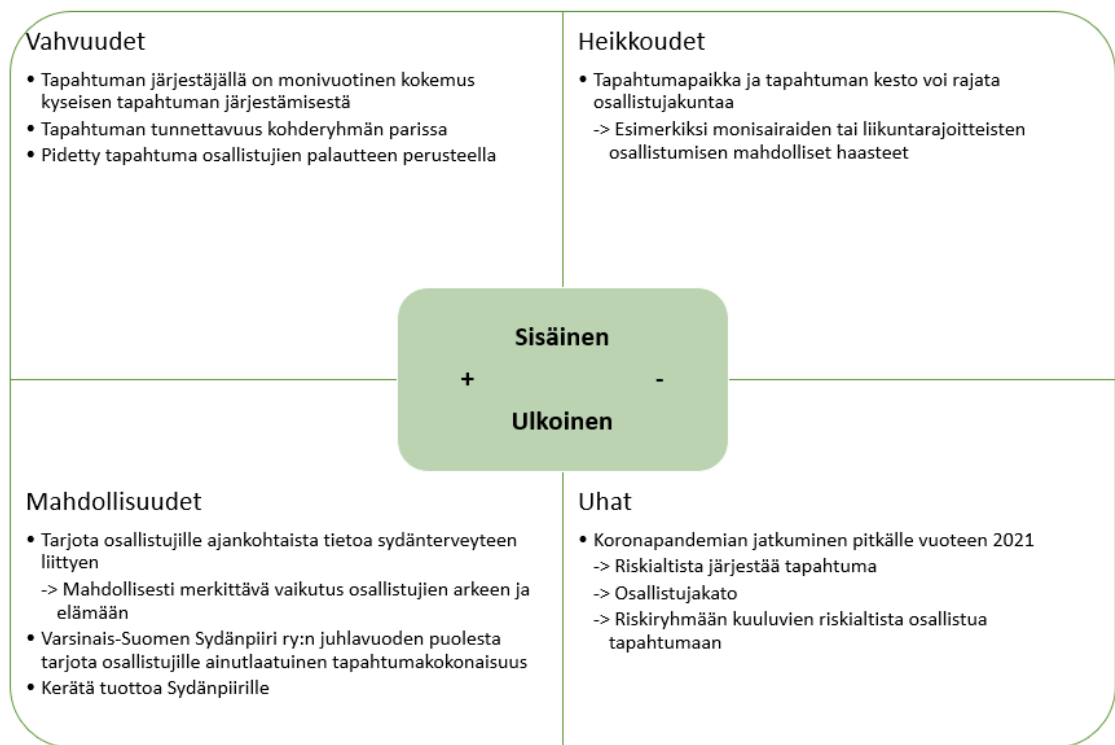
puolesta vakuutus, ja Sydänpiirien työntekijät ovat luonnollisesti vakuutettu tapaturman varalta.

4.1.4 Riskit liittyen tapahtuman järjestämiseen

Jos Sydänpurjehdus -tapahtumaan liittyviä riskejä kartoitetaan asiaryhmittäin, joita ovat Kauhasen ym. (2002, 54) mukaan esimerkiksi henkilöstö- ja organisointiriskit, ympäristö-, sopimus-, aikataulu-, tekniikka-, imago- ja turvallisuusriskit sekä taloudelliset riskit, niin on hyvin positiivista, että edellä mainituista moni ei muodosta riskiä juuri lainkaan.

Henkilöstö- ja organisointiriskit ovat hyvin pienet, sillä tapahtuman järjestäjätaho on vuosia ollut sama, jolloin projektin osalliset tietävät mitä tekevät. Kuitenkin, projektiryhmän ollessa pieni, voidaan todeta riskin olevan olemassa, jos esimerkiksi projektipääällikkö ei kykene, syystä tai toisesta, osallistumaan tapahtuman suunnitteluun ja toteutukseen. Ympäristöriski ei tapahtuman järjestämisestä kohdistu konkreettisesti tapahtuman järjestäjälle, sillä risteily tehtäisiin siitä huolimatta, järjestetäänkö Sydänpurjehdus -tapahtuma siellä vai ei. Sopimus- ja aikatauluriskejä ei ole tavanomaista enempää; sidosryhmät sekä toimintamallit ovat ennestään tuttuja, jolloin suuremmilta yllätyksiltä todennäköisesti vältytään. Tekniikkaan tai imagoon liittyviä riskejä voi oikeastaan todeta olevan hyvin vähän, erityisesti jälkimmäiseen liittyen tuskin lainkaan. Sen sijaan taloudellinen riski on olemassa. Sydänpurjehdus -tapahtuman järjestäminen on kuluneiden vuosien saatossa ollut taloudellisesti kannattavaa, jolloin siis tuotot ovat muodostuneet suuremmiksi kuin kulut. Vuosi 2021 on kuitenkin koronapandemian varjossa poikkeuksellinen vuosi järjestää tapahtuma. Tämä muodostaa tavanomaista suuremman taloudellisen riskin, sillä moni kohderyhmässä kuuluu riskiryhmään, jolloin tapahtumaan osallistuminen ei välttämättä houkuttele tavalliseen tapaan, vaan tartuntariskin pelossa yleensä tapahtumaan osaa ottava voikin jättää osallistumatta.

Alla oleva kuva (kuva 3) on havainnointiesimerkki vuoden 2021 Sydänpurjehdus -tapahtuman SWOT-analyysistä, joka on laadittu opinnäytetyötä varten. Kuviosta käy ilmi juurikin taloudellinen riski uhkien osalta.



Kuva 3. Esimerkki vuoden 2021 Sydänpurjehdus -tapahtuman SWOT-analyysistä.

Tapahtuman järjestämiseen liittyy myös toinen riskiryhmä, joka on ilmeinen ja jonka hallinta korostuu entisestään koronapandemian aikana, nimittäin turvallisuusriskiryhmä. Moni tapahtumaan osallistuva sairastaa hoitoa vaativaa sydänsairautta ja/tai on iäkäs henkilö. Jo itsessään nämä tekijät muodostavat tietyn riskin henkilölle, mutta osallistujakunnan ollessa suuri, yleensä tapahtumaan osallistuessa 300 – 400 henkilöä, ja tapahtumapaikan ollessa Itämeri, kohoaa riski henkilötasoa laajemmalle.

Turvallisuusriskien hallinnassa olennainen tekijä on ensiapuvalmius sekä varustamon puolesta että itse tapahtumaan osallistuvien, esimerkiksi luennoitsijaroolissa osaa ottavien, lääkärin osalta. Toinen tärkeä tekijä turvallisuusriskien hallinnassa on tapahtuman järjestämisen ajankohta; vuoden 2021 Sydänpurjehdus -tapahtuman järjestämisaikajankohtaa harkitaan juuri siitä syystä, että sen järjestäminen olisi mahdollisimman turvallista, tartuntariskiä ja osallistujien turvallisuutta ajatellen.

Riskin ollessa pieni, ei hallintatoimenpidekartoitukseen ole, ainakaan toistaiseksi, ryhdytty.

4.1.5 Tapahtuman onnistumisen arviointi ja mittaaminen

Toisinaan aiemmissa Sydänpurjehdus -tapahtumissa on toteutettu kirjallisia kyselyitä osallistujille varsinaisen tapahtuman aikana. Lisäksi myös suullista palautetta on luonnollisesti otettu vastaan. Vastausten perusteella on arvioitu tapahtuman onnistumista osallistujanäkökulmasta. Mielipidetiedustelun toteutus itse tapahtuman aikana onkin suositeltavaa, sillä tuntemukset ja kokemukset ovat tapahtumahetkellä voimakkaita ja tuoreena muistissa.

Sydänpurjehdus -tapahtumat ovat olleet menestyksekkäitä osallistujapalautteen perusteella. Myös tapahtumaan uudelleen osallistuminen, mahdollisesti useana vuotena peräkkäin, kertoo korkeasta osallistujatytyväisyydestä.

Osallistujilta on myös kerätty toiveita liittyen Sydänpurjehdus -tapahtuman sisältöön vastaisuudessa. Tällöin osallistujat ovat saaneet tilaisuuden vaikuttaa suoraan tapahtuman sisältöön ja ohjelmaan. Tämäkin kertoo tapahtuman järjestäjälle mikä on osallistujia mahdollisesti miellyttänyt ja mikä ei.

Tapahtuman järjestäjänäkökulmasta onnistumista on arvioitu yhdessä yleensä varsinaisen tapahtuman jälkeisinä päivinä, jolloin on keskusteltu onnistumisista ja epäonnistumisista yhdessä. Toisinaan jo tapahtuman aikana on voitu tehdä havaintoja tunnelmasta, viihtyvyyden asteesta sekä konkreettisista asioista, jotka ovat toimineet suunnitelmien mukaan ja toisaalta myös niistä, jotka eivät ole osoittautuneet hyväksi ratkaisuuksi.

4.2 Tapahtuman talouden hallinta

Sydänpurjehdus -tapahtuman välittömät tavoitteet ovat tarjota osallistujille, eli Sydänpiirien jäsenille, tietoa sydänterveyteen liittyen sekä mahdollistaa yhdessäolo ja vertaistuki. Edes välilliseksi tavoitteeksi varainkeruuta tapahtuman varjolla ei voi kutsua. Tapahtuman tuotot, muodostuivat ne sitten pieniksi tai suuriksi, ovat vain niin sanotusti *bonusta*, muun ohella. Kuitenkin, jotta tapahtuma ei myöskään tuottaisi tappiota tapahtuman järjestäjälle, niin tapahtuman talouden hallintaan kiinnitetään suunnittelussa, ja luonnollisesti myöhemmin toteutusvaiheessa, huomiota.

Tapahtuman talouden hallinnasta vastaa Varsinais-Suomen Sydänpiiri ry:n toiminnanjohtaja Nanette Huovinen, jolla on usean vuoden kokemus kyseisen tapahtuman

talouden hallinnasta. Sydänpurjehdus -tapahtumien ollessa vuosittain luonteeltaan ja kokoluokaltaan samankaltaisia, on muun muassa talousarvion laatiminen helpottunut. Myös talouden hallintaan liittyvät toimintatavat, kuten kulujen seuranta, ovat melko pitkälle vakiintuneet, jolloin tapahtuman talouden hallinnasta on muodostunut projektipäällikölle hallittava kokonaisuus.

4.2.1 Budjetointi

Vuoden 2021 Sydänpurjehdus -tapahtuman budjetti ei vielä ole aivan tarkalleen määriteltä, vaan tämä tehdään hallituksen kokouksessa tämän vuoden lopussa. Yhdistyksen hallitus vastaa viime kädessä myös talousasioista, jolloin niitä on käsiteltävä jokaisessa hallituksen kokouksessa perusteellisesti (Kauhanen ym. 2002, 66).

Osviittaa budjetin laatimiselle antavat aiempien vuosien, sisällöltään ja kokoluokaltaan vastaavien, tapahtumien budjetit. Budjetissa tulisi kuitenkin huomioida myös poikkeukselliset kulut, jotka muodostuvat Varsinais-Suomen Sydänpiiri ry:n juhluvuden juhlistamisesta. Tämän määrä riippuu siitä, mitä juhlistaminen tarkalleen pitää sisällään. Esimerkiksi tunnetun artistin tai muun esiintyjän palkkio, sisältäen esiintymiskulut sekä mahdolliset matka- ja majoituskulut, voivat yllättää suuruudellaan. Alla olevassa taulukossa (taulukko 4) on esitetty Sydänpurjehdus -tapahtuman kuluja ja tuottoja yleisellä tasolla.

Taulukko 4. Sydänpurjehdus -tapahtuman kulut ja tuotot yleisellä tasolla.

KULUT	TUOTOT
Tilavuokrat	Osallistumismaksut
Majoituskulut	Avustukset
Matkakulut	Lahjoitukset
Ruokailu	Arpajaistuotot
Palkat ja palkkiot	Muut tuotot
Koulutus	
Esiintyjät	
Tarjoilut	
Markkinointi- ja mainoskulut	
Muut kulut	

Tapahtuman tuottojen tulisi vähintään kattaa budjetissa eritellyt kulut. Tapahtumalle ei ole asetettu tulostavoitteita. Luonnollisesti tapahtuman kuitenkin odotetaan olevan taloudellisesti kannattava, eli kulujen jäävän tuottoja pienemmiksi.

4.2.2 Rahoitus

Sydänpurjehdus -tapahtuman rahoituksesta vastaa pääosin tapahtuman järjestäjä itse eli Varsinais-Suomen Sydänpiiri ry. Tapahtuma järjestetään siis hyvin pitkälti oman rahoituksen turvin, mutta myös avustuksia, ulkopuolisen rahoituksen lähteistä, käytetään tapahtuman rahoittamiseen. Sydänpiirit saavat myös lahjoituksia tapahtumassa järjestettäviin arpajaisiin. Lahjoittajien avokätisyys huomioidaan lahjoittajalistan muodossa arpajaispöydässä.

Tapahtumalle ei ole koettu tarpeelliseksi laatia erillistä rahoitussuunnitelmaa, tapahtuman noudattaessa niin rahoituksen kuin kulujen ja tuottojen sekä niiden ajoitusten osalta jo monen vuoden ajan samaa kaavaa. Kuitenkin mahdollisen lisärahoituksen tarpeen näkökulmasta tarkastellaan vielä, mistä ulkopuolisen rahoituksen lähteistä tapahtuma voisi hakea lisärahoitusta. Mainitut lähteet toimivat esimerkkeinä, sillä tukirahoitusvaihtoehtoja sekä myöntäjätahoja on tarjolla lukuisasti. Olennaista kuitenkin on, täyttääkö tukirahoituksen hakija vaaditut kriteerit ja onko tämä tarpeeksi ajoissa liikkeellä, jolloin rahoitusta on vielä tarjolla.

Esimerkiksi Turun kaupunki tarjoaa avustuksia muun muassa yhdistyksille palvelujen tai toiminnan tukemiseksi. Avustusta voi hakea muun muassa hyvinvoinnin tai terveyden edistämiseen ja lisäksi erikseen voi hakea tapahtumaan tai kertaluonteiseen toimintaan kohdennettua erityisavustusta. (Turun kaupunki 2020a.)

Joihinkin yleisötapahtumiin on mahdollista hakea lisärahoitusta apurahan muodossa (Oulun kaupunki 2020). Sydänpurjehdus -tapahtuman ollessa suunnattu lähinnä Sydänpiirien jäsenille, ei yleisötapahtuman kriteerit välttämättä täyty. Tähänkin tukirahoitusmuotoon voi kuitenkin olla kannattava tutustua. Merkittävimmät säätiöt sekä rahastot, jotka myöntävät apurahoja, löytyvät internetistä Aurora-tietokannasta (Oulun kaupunki 2020).

Pohdittaessa potentiaalisia sponsoritahoja, tulisi tapahtuman järjestäjän miettiä minkälaiset toimijat sopisivat ja voisivat toimia tapahtuman sponsoroijina (Kauhanen ym. 2002, 70). Tuntiessaan kohderyhmänsä, tapahtuman järjestäjä on paras taho arvioimaan eri

sponsoritahojen sopivuutta tapahtumalle. Samaten tapahtuman järjestäjä kykenee parhaiten ilmaisemaan, mitä järjestettävä tapahtuma voi puolestaan tarjota, mikä hyödyttäisi tätä lähestyttävää tahoja.

Sydänpurjehdus -tapahtuman kohderyhmän ollessa Sydänpiirien jäsenet ja tapahtuman tavoitteena ollessa tiedon anto osallistujille sydänterveyteen liittyen sekä vertaistuen mahdollistaminen, olisi mahdollisesti kannattavaa lähestyä esimerkiksi yksittäisiä, erikoisia toimijoita, jotka jakavat tapahtuman edustamat arvot. Yhteistyökumppaneiksi sopisivat esimerkiksi Sydänmerkki-tuotteita valmistavat yritykset. Suuremmilta toimijoilta voi löytyä verkkosivustoilta tietoa liittyen heidän sponsorointilinjauksiinsa, esimerkiksi hakuajoista tai -kriteereistä, sekä tarkennusta, miten aiheeseen liittyvän yhteydenoton toivotaan tapahtuvan. Jos näitä tietoja ei ole julkistettu, niin potentiaalisia sponsoritahoja voisi lähestyä aiheesta kysymällä. Tällöin on kuitenkin jo hyvä olla kirkkaana mielessä, miten yhteistyötoiveen esittää mahdollisimman selkeästi ja kattavasti sekä mitä sponsoroija saa yhteistyöstä vastineeksi ja millä hinnalla (Vallo & Häyrinen 2016, 57 – 58). Sydänmerkki-tuotteita valmistavia tahoja on runsaasti, jolloin sponsoriyhteistyön mahdollisuudet paranevat tapahtuman järjestäjän näkökulmasta.

Mielestäni Sydänmerkki-tuotteita valmistava taho sopisi hyvin Sydänpurjehdus -tapahtuman sponsoriksi. Tapahtuman osallistajat ovat mitä todennäköisimmin Sydänmerkki-tuotteita paljon kuluttava ryhmä, jolloin markkinoinnin kohdistus, esimerkiksi mainonnan muodossa tapahtumapaikalla, olisi onnistunutta. Tämä olisi selkeä hyöty sponsoroijalle, joka tavoittaisi tapahtuman avulla myymiensä Sydänmerkki-tuotteiden kohderyhmää.

4.2.3 Tuotot

Sydänpurjehdus -tapahtuman tuotot muodostuvat osallistumismaksuista sekä arpajais-tuotoista. Osallistajat maksavat osallistumismaksun Varsinais-Suomen Sydänpiiri ry:lle, joka puolestaan maksaa risteilystä osallistujamäärän mukaan varustamolle.

Osallistumismaksun suuruus riippuu hyttiluokasta; ylellinen DeLuxe-hytti on arvokkain vaihtoehto ja edullisin vaihtoehto on puolestaan B-hytti. Osallistumismaksuun sisältyy henkilön miniristeily Turku-Tukholma-Turku, tervetuliaismalja, meriaamiainen, buffetlounas, kahvi ja pulla sekä tapahtumaan kuuluva ohjelma.

Joinakin aiempina vuosina on toteutettu myös myyntipaikkatoimintaa sekä joillakin yrityksillä on saattanut olla esittelypöytiä tapahtumatiloissa maksua vastaan. Näistä on

kuitenkin luovuttu, sillä varustamon ottaessa myyntituotoista kohtalaisen provision, ei myyntitoiminta ole ollut aina kovin kannattavaa. Lisäksi on melko tarkkaa mitä tapahtumassa voi myydä.

4.2.4 Kulut

Sydänpurjehdus -tapahtuman kuluja eriteltiin aiemmassa *budjetointi* -osiossa pääpiirteittäin, mutta niiden lähempi tarkistelu kertoo tapahtuman kulujen muodostumisesta kattavammin.

Tilavuokrat muodostuvat luentotilojen ynnä muiden yhteisten kohtaamispaikkojen vuokraamisesta risteilyaluksella ja se on suurehko menoerä budjetissa. Majoitus-, matka- ja ruokailukulut ovat luonnollisesti suurin menoerä koko tapahtumabudjetissa. Nämä kuitenkin katetaan saaduilla osallistumismaksuilla, paitsi luonnollisesti tapahtuman järjestäjätaho, eli henkilöstö, ei maksa tapahtumaan osallistumisesta. Lisäksi tapahtuman suunnittelu- ja toteutustyöstä maksetaan tapahtuman järjestäjälle palkkaa. Palkkiokuluja ei ole useinkaan muodostunut, sillä luennoitsijat ovat osallistuneet tapahtumaan hyvin pitkälti ilman luennoitsijapalkkioita. Luennoitsijoiden osalta kuitenkin maksetaan majoitus-, matka ja ruokailukulut, jotka huomioidaan budjetoinnissa. Markkinointi- ja mainoskuluja ei muodostu juurikaan, valittujen markkinointikanavien vuoksi.

Sydänpurjehdus -tapahtuman suunnittelusta ja toteutuksesta muodostuneet kulut ovat, tapahtuman rahoituksen ja tuottojen tapaan, vakiintuneet monessa suhteessa, jolloin muun muassa niiden kokoluokka ja ajoittuminen ovat ennakoitavissa. Tämä helpottaa joiltakin osin tapahtuman järjestäjän työtä sekä osaltaan vähentää myös taloudellisia riskejä.

5 JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia, mitä tapahtuman järjestämisen alkuvaiheessa eli suunnitteluvaiheessa tulee konkreettisesti huomioida. Suunnitteluvaiheeseen sisältyvä tapahtuman talouden hallinta otettiin lisäksi erityiseksi tarkastelun kohteeksi, sillä onnistuneen tapahtuman järjestäminen vaatii yleensä onnistumista myös tapahtuman talouden hallinnassa.

Opinnäytetyön tutkimusongelmana toimi kysymys *Mitä tapahtuman suunnittelussa ja siihen liittyvässä talouden hallinnassa tulee huomioida?*. Ongelmaa lähestyttiin tapahtuman järjestäjän, Varsinais-Suomen Sydänpiiri ry:n näkökulmasta ja tutkimusaihe rajautui yleisimpiin tapahtuman järjestämiseen liittyviin aiheisiin.

Tapahtuman suunnitteluprosessiin perehdyttiin ensin tietoperustan pohjalta. Aiheeseen liittyvän kirjallisuuden ja verkkolähteiden avulla tutustuttiin asiantuntijoiden näkemyksiin sekä ohjeistuksiin liittyen olennaisimpiin tekijöihin tapahtuman suunnitteluvaiheessa. Tietoperustan avulla oli mahdollista muodostaa kuva tapahtuman järjestäjän kannalta ajateltuna niistä asioista, jotka ovat joko kannattavaa huomioida suunnitteluprosessissa tai jopa lakisääteisiä eli pakollisia toimenpiteitä. Oli alun alkaen selvää, että eri asioita tarkastellaan yleisellä tasolla, tapahtuman järjestämisen ollessa yksityiskohtien suhteen hyvin tapauskohtaista.

Teoriatiedon rinnalle otettiin tutkimuskohteeksi Sydänpurjehdus -tapahtuma, joka ajankohtaisesti oli suunnitteluvaiheessa. Tämä mahdollisti tarkastelun teorian ja käytännön välisistä yhtäläisyyksistä sekä eroavaisuuksista, liittyen tapahtuman suunnitteluprosessissa huomioitaviin asioihin.

Tutkimusaihetta tarkasteltiin kvalitatiivisen tutkimusmenetelmän avulla. Tapahtuman suunnitteluvaiheeseen liittyen toteutettiin puolistrukturoitu haastattelu konkreettisen tapahtuman järjestäjälle. Opinnäytetyön tutkimusosuudessa tietoperustana toimi tämä tapahtuman järjestäjän haastattelun sisältö.

Tutkimustulokset tapahtuman suunnitteluun liittyen

Teoriatiedon perusteella tapahtuman suunnitteluvaihe on koko tapahtumaprojektin kannalta tärkeä vaihe, joka on toteutettava huolella ja ajan kanssa. Tutkimustulosten

mukaan esimerkiksi Sydänpurjehdus -tapahtuman sisältö on suunniteltu valmiiksi neljä – viisi kuukautta ennen tapahtuman järjestämistä, joka tarkoittaa sitä, että tapahtuman suunnittelu on kaiken kaikkiaan aloitettu monia kuukausia ennen tapahtuman järjestämisajankohtaa. Ottaen vielä huomioon, että tapahtuman järjestäjä on kokenut tehtäväänsä ja tapahtuman suunnitteluprosessi noudattaa usein samankaltaista kaavaa, ei suunnitteluvaiheessa silti hätiköidä.

Tapahtuman järjestäjää kehoitetaan heti alkuun määrittelemään vastaukset tiettyihin kysymyksiin, jotta tapahtuman suunnittelu helpottuu ja selkeytyy. Ensimmäinen kysymyssarja selvittää miksi ja kenelle tapahtuma järjestetään sekä mitä järjestetään. Nämä voivat tuntua monista ilmeisiltä asioilta huomioida tapahtumaa suunniteltaessa, mutta on suositeltavaa perehtyä aiheeseen yleiskatsausta syvemmin. Tutkimusmateriaalin perusteella Sydänpurjehdus -tapahtuman kohdalla kohderyhmä on ollut alun alkaen kirkkana mielessä, samoin tapahtuman tavoitteet ja näiden myötä tapahtuman sisältö.

Toinen kysymyssarja selvittää puolestaan, miten tapahtuma järjestetään, millainen tapahtuman sisältö on ja kuka vastaa mistäkin. Näihin vastaamalla selkeytetään ennalta määritettyjen tavoitteiden saavuttamista, mikä puolestaan edesauttaa tapahtuman onnistumisessa. Tutkimusmateriaalista selviää, että myös näiden kysymysten sisältö on huomioitu Sydänpurjehdus -tapahtuman suunnittelussa ja tapahtumasta vastaavan projektipäällikön rooli näissä on merkittävä. Sekä teorian tiedon että tutkimustulosten perusteella onnistuneen, ja taloudellisesti kannattavan, lopputuloksen taustalla on tehtävään sitoutunut projektipäällikkö, jolla on kokonaisuus hallussa, mutta hän osaa myös delegoida projektiryhmälle tehtäviä.

Myös tapahtuman markkinoinnin osalta, niin teoriassa kuin käytännössä, kohderyhmän tunteminen oli keskiössä; osallistujien tavoittaminen oikeiden markkinointikanavien avulla on hyvän suunnittelun tulosta. Teoriassa markkinointisuunnitelman laatiminen oli suorastaan suositeltavaa, mutta käytännössä tutkimuskohteen, Sydänpurjehdus -tapahtuman, osalta tähän ei ollut ryhdytty. Toki esimerkiksi ensi kertaa järjestettävän tapahtuman kohdalla tai tapahtuman, joka ei ole onnistunut aiemmin kohderyhmän tavoittamisessa, markkinointisuunnitelman laatimisesta ei luulisi ainakaan haittaa olevan. Tutkimustulosten mukaan Sydänpurjehdus -tapahtumalla ei ole ollut ongelmia kohderyhmän tavoittamisen kanssa, tapahtuman markkinointia toteutettaessa.

Kuten moni muu asia liittyen tapahtuman järjestämiseen, tapahtuman järjestäjän vastuukysymykset, liittyen turvallisuuteen sekä luvanvaraisuuteen ja ilmoitusvelvollisuuteen,

riippuvat hyvin paljon tapahtumasta, sen luonteesta ja sisällöstä sekä kokoluokasta. Täten myös tutkimustulokset tarkasteltavan tapahtuman suhteen antavat tietoa tapauskohtaisesti eivätkä ole juurikaan yleistettävissä. Sydänpurjehdus -tapahtuman osalta, sen luonteen puolesta risteilynä, useimmat vastuukysymykset siirtyvät tapahtuman järjestäjältä varustamolle. Tapahtumia kuitenkin järjestetään erilaisten risteilyjen muodossa jonkin verran, niin tämän kaltaisille tilanteille saavutettu tietämys vastuukysymysten kohdistumisesta varustamolle voi olla hyödyllinen.

Yleisesti ottaen voidaan myös todeta, että oman järjestettävän tapahtuman lakisääteisiin vaatimuksiin sekä suositeltuihin toimenpiteisiin, liittyen muun muassa luvanvaraisuuteen, viranomaisilmoituksiin sekä turvallisuuskysymyksiin, on syytä perehtyä hyvissä ajoin ja huolella.

Kuten edellä, tapahtuman järjestämiseen liittyvien riskien osalta tutkimustulokset antavat hyvin rajatusti tietoa, mutta nyt edes risteilyluonteen osalta ei voida juurikaan tehdä yleistyksiä. Päinvastoin, tutkimustulosten perusteella käy ilmi, että riskien kartoitus ja arviointi sekä hallinta perustuu pitkälti tapauskohtaiseen harkintaan. Se voidaan yleistäen kuitenkin todeta, että suunnitelmallisuus tässäkin osa-alueessa kannattaa.

Yhteenvedon voisi tiivistää, että onnistuneessa tapahtumassa todetaan niin tunteen kuin sisällön olevan kohdallaan. Tutkimustulosten perusteella tämä on totta; Sydänpurjehdus -tapahtumaan aiemmin osallistuneet ovat antaneet hyvää palautetta tapahtumasta, sen sisällöstä ja viihtyneet tapahtumassa. Monet ovat ottaneet osaa tapahtumaan useamman kerran vuosien varrella – mikä voisi osoittaa tätä paremmin, että tapahtuma on koettu onnistuneeksi.

Tutkimustulokset tapahtuman talouden hallintaan liittyen

Tapahtuman talouden hallinnan osalta sekä teoriassa että tutkimuksessa tarkasteltiin talouden hallintaa hieman yleisellä tasolla, budjetointia, rahoitusta sekä tuottoja ja kuluja. Teoriatiedon perusteella tapahtuman järjestämistä voi melkein verrata liiketoimintaan; usein tapahtuman järjestämisellä tavoitellaan tuottoa. Tämä vaatii tapahtuman järjestäjältä suunnitelmallisuutta ja toimia talouden hallinnan suhteen. Talousvaikeudet johtuvat usein juuri huonosta talouden suunnittelusta ja sen seurannasta. Mahdollisesti myös liian optimistiset tulostavoitteet aiheuttavat tapahtuman järjestäjälle talousvaikeuksia, kun tuottoja yliarvioidaan ja kuluja aliarvioidaan.

Tapahtumaa ei aina järjestetä varainhankintatarkoituksessa, mutta tapahtuman tulee aina olla vähintään taloudellisesti tasapainossa. Näin voidaan todeta tutkimuskohteen osalta; Sydänpurjehdus -tapahtumalla ei tavoitella voittoa, mutta se on vuosittain ollut taloudellisesti kannattava. Tapahtuman taloudesta ja sen hallinnasta vastaa tapahtuman projektipäällikkö, jolla on vuosien kokemus kyseisen tapahtuman järjestämisestä sekä sen talouden hallinnasta. Tällä lienee osuutta kannattavaan lopputulokseen. Lisäksi tapahtuman tulo- ja menorakenne ovat jo monen vuoden ajan olleet hyvin pitkälti samaa kokoluokkaa tahoillaan, mikä helpottaa talousasioiden hoitoa sekä hallintaa.

Tapahtuman järjestäjän on tutustuttava monipuolisesti tapahtuman rahoitusmuotoihin ja perehdyttävä niihin nimenomaan siinä mielessä, mikä tulee kyseeseen oman tapahtuman kohdalla. Tapahtuman rahoituksen kartoitus jo alkuvaiheessa on olennaista myös siitä syystä, että kuluja syntyy tapahtumaa järjestettäessä tavallisesti ennen kuin tuloja ehtii syntyä lainkaan. Tutkimustulosten mukaan Sydänpurjehdus -tapahtuman rahoitus rakentuu hyvin pitkälti oman rahoituksen varaan. Tämä mahdollistaa sen, että käytettävissä olevien varojen määrä on alun alkaen selvillä, jolloin tapahtumaa voidaan alkaa suunnitella jo hyvissä ajoin. Teoriatietojen perusteella on kannattavaa laatia tapahtumalle rahoitussuunnitelma, mutta kyseisen tapahtuman kohdalla sen laatimista ei ole koettu tarpeelliseksi. Jos tulisi lisärahoituksen tarvetta, niin asiaa voisi mahdollisesti harkita uudelleen, muuttuneen tilanteen myötä.

Myös budjetointi tehdään juuri oman tapahtuman pohjalta, huolellisesti sekä realistisesti, ja mielessä olisi taas hyvä pitää aiemmin mainitut tapahtuman tavoitteet, jotka tulisi huomioida budjetoinnissa. Tapahtuman tuottojen kartoitus sekä kulujen mahdollisimman todennukainen arviointi kertovat sekä käytettävissä olevista rahavaroista että lisätuoton mahdollisesta tarpeesta, esimerkiksi sponsoritulojen muodossa. Tutkimustulosten mukaan vuoden 2021 Sydänpurjehdus -tapahtuman budjetti ei ole vielä tarkalleen määriteltä, vaan tämä tapahtuu hallituksen kokouksessa tämän vuoden lopussa. Koska tapahtuman rahoitus sekä tulo- ja menorakenne ovat hyvin pitkälti vakiintuneet ja täten ennakoitavissa, ei tarkan budjetoinnin kanssa olla nyt kiirehditty. Budjetoinnin suunnittelutyö suositellaan kuitenkin aloitettavaksi mahdollisimman aikaisessa vaiheessa. Esimerkiksi juuri sponsoritulojen, ja muidenkin ulkopuolisen rahoituksen lähteiden hakeminen kehoitetaan aloittamaan heti, kun niiden tarve käy ilmi, sillä niistä riittää kysyntää.

Tutkimustulosten luotettavuus

Tutkimustulokset perustuvat yhden tapahtuman suunnitteluprosessiin, jolloin otanta jää pieneksi. Luotettavimpien tulosten osalta vertailu useamman tapahtuman välillä olisi kannattavaa. Tällöin kuitenkin tapahtumien tulisi olla keskenään vertailukelpoisia, jotta tutkimustulokset olisivat laajemmin yleistettävissä. Yleistystä opinnäytetyön tutkimustulosten perusteella ei kyennyt monessakaan asiassa tekemään, tapahtumakohtaisuuteen liittyvien monien eroavaisuuksien vuoksi.

Opinnäytetyön aiheen tarkasteluun valittu kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä toimi pääpiirteittäin onnistuneesti. Tapahtuman järjestäjälle toteutettu puolistrukturoitu haastattelu toimi menetelmänä siinä mielessä, että useimpiin esitettyihin kysymyksiin saatiin vastaus ja tutkimustyötä kyettiin aiheen osalta tekemään. Tällöin saatiin myös selville, mitä tutkittavan tapahtuman suunnittelussa ei tällä hetkellä tehdä, mutta teoriatiedon perusteella olisi kannattavaa tehdä.

Puolistrukturoidun haastattelumenetelmän huonona puolena ilmeni aiheeseen liittyvän vapaan keskustelun vähemmälle jääminen haastattelutilanteessa. Tällöin on riskinä, että tutkija johdattelee valitsemiensa kysymysten avulla keskustelua tiettyyn suuntaan, jolloin pahimmillaan vaikuttaa tutkimustuloksiin sekä niistä muodostettuihin johtopäätöksiin. Mahdollisesti toimivampi haastattelumenetelmä olisi teemahaastattelu, jolloin haastattelun sisältö keskittyy ennalta suunniteltuihin teemoihin, tarkkarajaisten kysymysten sijaan. Tämän ansiosta keskustelu on vapaampaa eikä tutkija voi johdatella kysymysten avulla vastausten keskittymistä ennalta määritettyihin tarkkoihin aiheajajauksiin. Tämän menetelmän haittapuolena lienee kuitenkin se, että joihinkin tutkittavan aihealueen sisältöihin liittyen ei välttämättä saada vastauksia lainkaan, jolleivät ne tule esille, vaikka aikataulu-kiireiden vuoksi, jolloin tutkimus voi jäädä vajavaiseksi.

LÄHTEET

Andersson, T. D.; Larson, M. & Mossberg, L. 2009. Evenemang. Från organisering till utvärdering. Lund: Studentlitteratur AB.

AS Tallink Grupp 2020. Etsi matka. Viihde ja ruoka. Viihdekalenteri. Esiintyjät laivalla. Viitattu 2.12.2020 <https://www.tallinksilja.fi/silja-galaxy-viihdekalenteri>.

Catani, J. 2017. Onnistunut yritystapahtuma. Järjestäjän käsikirja. Helsinki: Alma Talent Oy.

Conway, D. G. 2009. The Event Manager's Bible. The Complete Guide to Planning and Organising a Voluntary or Public Event. Oxford: How To Books Ltd.

GT Musiikkiluvat Oy 2020. Tarvitsenko luvan? Tarvitsenko musiikkiluvan? Viitattu 1.8.2020 <https://www.musiikkiluvat.fi/tarvitsenko-luvan/>.

liskola-Kesonen, H. 2004. Mitä, miksi, kuinka? Käsikirja tapahtumajärjestäjille. Suomen Liikunta ja Urheilu ry.

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

Kokoontumislaki 22.4.1999/530. Annettu Helsingissä 22.4.1999. Saatavilla <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19990530>.

Kuluttajaliitto 2020. Tietopankki. Oman talouden hallinta. Talouden tasapainottaminen. Taloussuunnitelma. Viitattu 23.11.2020 <https://www.kuluttajaliitto.fi/tietopankki/oman-talouden-hallinta/talouden-tasapainottaminen/taloussuunnitelma/>.

Lampinen, J. 2011. Ekologisen ja turvallisen yleisötilaisuuden järjestämisopas. Pori: Suomen Ympäristö- ja Terveysalan Kustannus Oy.

Launonen, J. 2018. Tapahtuman markkinointiopas. Hämeenraitti. Opinnäytetyö. Hämeen ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Viitattu 23.11.2020 <https://suomenkylat.fi/wp-content/uploads/2019/06/Tapahtumien-markkinointiopas-H%C3%A4meenraitti.pdf>.

Liveto Group Oy 2020. Tapahtuman pelikirja. Tapahtumajärjestäjän vastuuvakuutus. Viitattu 1.8.2020 <https://liveto.io/tapahtumanpelikirja/tapahtumajarjestajan-vastuuvakuutus/#gsc.tab=0>.

Minilex 2020. Lakitieto. Vahingonkorvaus. Erityisiä korvaus- ja vastuutilanteita. Yleisötilaisuuden järjestäjän vastuu ja perusteet vastuusta vapautumiselle. Viitattu 28.7.2020 <https://www.minilex.fi/a/yleis%C3%B6tilaisuuden-j%C3%A4rjest%C3%A4j%C3%A4n-vastuu-ja-perusteet-vastuusta-vapautumiselle>.

Oulun kaupunki 2020. Tapahtumat. Tapahtumajärjestäjän opas. Rahoitus. Viitattu 1.11.2020 <https://www.ouka.fi/oulu/tapahtumat/rahoitus>.

Poliisi 2020. Luvat. Muut lupa- ja ilmoitusasiat. Ilmoitus yleisötilaisuudesta. Viitattu 29.7.2020 https://www.poliisi.fi/luvat/ilmoitus_yleisotilaisuudesta.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV. Menetelmäopetuksen tietovaranto. 6.3.3 Strukturoitu ja puolistrukturoitu haastattelu. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto. Viitattu 6.12.2020 https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3_3.html.

Suomen Sydänliitto 2020a. Jäsenjärjestöt. Varsinais-Suomen Sydänpiiri ry. Viitattu 16.11.2020 <https://varsinaissuomensydanpiiri.fi/>.

Suomen Sydänliitto 2020b. Toimitus. Viitattu 16.11.2020 <https://sydan.fi/toimitus/>.

Suomen Sydänliitto 2020c. Yhdistyspalvelu. Sydänyhteisön rakenne. Viitattu 16.11.2020 <https://sydan.fi/yhdistyspalvelu/sydanyhteison-rakenne/>.

Suomen Talousmedia 2020. Vakuutus. Vastuuvakuutus. Mikä ja miksi? Viitattu 23.11.2020 <https://www.taloussuomi.fi/vakuutus/vastuuvakuutus-mika-ja-miksi>.

Suomi.fi 2020. Kansalaiset. Oikeudet ja velvollisuudet: turvallisuus ja järjestys. Järjestys. Yleisötilaisuuden järjestäjän muistilista. Viitattu 28.7.2020 <https://www.suomi.fi/kansalaiselle/oikeudet-ja-velvollisuudet/turvallisuus-ja-jarjestys/opus/jarjestys/yleisotilaisuuden-jarjestajan-muistilista>.

Teosto 2020. Musiikin käyttäjille. Tarvitseko luvan? Tapahtumat (festivaalit, konsertit, muut). Viitattu 1.8.2020 <https://www.teosto.fi/kayttajat/tarvitseko-luvan/tapahtumat-festivaalit-konsertit-muut>.

Turun kaupunki 2020a. Ota yhteyttä. Avustukset. Viitattu 1.11.2020 <https://www.turku.fi/avustukset>.

Turun kaupunki 2020b. Tapahtuma- ja yrityspalvelut. Tapahtumapalvelut. Tapahtumajärjestäjän opas. Tapahtumaluvat ja -ilmoitukset. Viitattu 29.8.2020 <https://www.turku.fi/tapahtumien-luvat-ja-ilmoitukset>.

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2016. Tapahtuma on tilaisuus. Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. 5., uudistettu painos. Helsinki: Tietosanoma Oy.

Visit Jyväskylä 2020. Tapahtumakaupunki Jyväskylä. Tapahtumajärjestäjän opas. Viitattu 23.11.2020 <https://www.jyvaskyla.fi/sites/default/files/atoms/files/tapahtumajarjestajan-opas.pdf>.

Visit Tampere Oy 2018. Ammattilaiset. Tapahtumanjärjestäjille. Tapahtumanjärjestäjän opas. Tapahtuman turvallisuus. Viitattu 23.11.2020 <https://visittampere.fi/ammattilaiset/tapahtumajarjestajille/tapahtumajarjestajan-opas/tapahtuman-turvallisuus/>.

Ympäristöhallinto 2013. Asiointi, luvat ja ympäristövaikutusten arviointi. Luvat, ilmoitukset ja rekisteröinti. YSL:n kertaluonteisen toiminnan ilmoitusmenettely. Melua tai tärinää aiheuttava tilapäinen toiminta. Viitattu 23.11.2020 https://www.ymparisto.fi/fi-FI/Asiointi_luvat_ja_ymparistovaiikutusten_arviointi/Luvat_ilmoitukset_ja_rekisterointi/YSLn_kertaluonteisen_toiminnan_ilmoitusmenettely/Melua_tai_tarinaa_aiheuttava_tilapainen_toiminta.

Åkerberg, P. 2017. Budjetointi 2020-luvulla. Helsinki: Alma Talent Oy.

Haastattelukysymykset

1. Kuka vastaa Sydänpurjehdus -tapahtuman suunnittelusta sekä toteutuksesta ja mikä tällöin on roolijako?
2. Mistä vuodesta lähtien Sydänpurjehdus -tapahtuma on järjestetty? Entä yhdessä Satakunnan Sydänpiiri ry:n kanssa?
3. Mikä on tapahtuman kohderyhmä?
4. Onko Varsinais-Suomen Sydänpiiri ry:n 65-vuotisjuhlavuotta ajatellen jo suunnitteilla jotain erityistä Sydänpurjehdus -tapahtumaan ja onko tähän budjetoitu erikseen tapahtumabudjetissa?
5. Mitä tavoitteita Sydänpurjehdus -tapahtumalla on ja mitä tapahtumalla halutaan viestiä?
6. Mikä on tapahtuman olemassaolon syy – kaiken ydin? Mitä muita palveluja ja toimintoja on tukipalveluina? Entä lisäpalveluina?
7. Mitä tapahtuman toteutuksessa on tehty itse ja mikä on ulkoistettu?
8. Noudattaako Sydänpurjehdus -tapahtuman sisältö/ohjelmarunko vuosittain samaa kaavaa? Miten tapahtuman sisältö määritellään?
9. Mikä on tapahtuman luonne? Entä onko joku ennalta määritelty teema?
10. Miten tapahtuman järjestäjätahon roolijako toteutetaan? Mikä on työnjako sekä vastualueet projektipäällikön ja projektiryhmän keskuudessa?
11. Millä kanavilla tapahtumaa markkinoidaan ja kuinka ajoissa tapahtuman markkinointi aloitetaan?
12. Millaisiin turvatoimiin tapahtuma vaatii tapahtuman järjestäjätahoa ryhtymään?
13. Vaatiiko tapahtuman järjestämiseen liittyvä luvanvaraisuus toimenpiteitä? Entä onko ennalta tehtäviä (viranomais)ilmoituksia?
14. Vaaditaanko vastuuvakuutuksen otto?
15. Mitä ilmeisiä riskejä Sydänpurjehdus -tapahtuman järjestämiseen liittyy?

16. Onko Sydänpurjehdus -tapahtuman järjestämiseen liittyen laadittu SWOT-analyysiä?
17. Miten riskejä tapahtuman järjestämiseen liittyen hallitaan?
18. Miten suunnitteluvaiheessa huomioidaan tapahtuman onnistumisen arviointi ja mitaaminen?
19. Ovatko osallistujat olleet tyytyväisiä tapahtumaan aiempina vuosina? Millaista palautetta on saatu?
20. Liittyykö tapahtuman järjestämiseen joitakin jälkitöitä ja voiko niihin varautua jo suunnitteluvaiheessa?
21. Mistä lähteistä Sydänpurjehdus -tapahtuman rahoitus muodostuu ja missä suhteessa rahoituksen lähteet ovat toisiinsa nähden?
22. Onko tapahtumalle laadittu rahoitussuunnitelma?
23. Toteutetaanko tapahtumaan ennakkomyyntiä?
24. Onko tapahtumassa myyntipaikkatuottotoimintaa?
25. Saako tapahtuma esimerkiksi tavaralahjoituksia arpajaispalkinnoiksi tms. taloudellisilta tukijoilta? Mitä annetaan vastikkeeksi?
26. Onko tappiontakaus tullut kyseeseen Sydänpurjehdus -tapahtuman osalta?
27. Mistä lähteistä mahdollinen ulkopuolinen rahoitus muodostuu?
28. Onko Sydänpurjehdus -tapahtuma ollut edellisinä vuosina taloudellisesti kannattava?
29. Mistä tapahtuman kulut ovat pääpiirteittäin muodostuneet? Entä miten kulut ovat jakautuneet?
30. Mikä on Sydänpurjehdus -tapahtuman budjetti vuodelle 2021?
31. Kuka huolehtii sekä on vastuussa tapahtuman talouden hallinnasta ja miten?
32. Mitä tarjouspyyntöjä ja/tai kilpailutuksia mahdollisesti tehdään?
33. Millainen budjetin sisältö on pääpiirteittäin ollut aiempina vuosina?
34. Onko tapahtumalle asetettu tulostavoitteita?