

Pihlajalahden nuorisoseuran kesäjuhlat 2017

Sonja Seppälä

Opinnäytetyö
Matkailun koulutusohjelma
2017



Tekijä Sonja Seppälä	
Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma	
Opinnäytetyön otsikko Pihlajalahden nuorisoseuran kesäjuhlat 2017	Sivu- ja liitesivumäärä 33 + 16
<p>Opinnäytetyön toimeksiantajana oli Pihlajalahden nuorisoseura, jonka kanssa yhteistyössä suunniteltiin ja toteutettiin vuoden 2017 kesäjuhlat. Pihlajalahden nuorisoseura, eli PNS, toimii Kuhmoisissa ja se on osa Etelä-Hämeen nuorisoseurojen liittoa. Kesäjuhlat on vuosittainen tapahtuma, joka koostuu päiväjuhlasta ja iltamista. Tapahtumapaikkana toimi tänäkin vuonna nuorisoseurantalo Pihlajakosken kylällä.</p> <p>Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus vaati paljon aikaa, budjetin, sekä tässä tapauksessa vapaaehtoisia tekijöitä. Kohderyhmänä oli Kuhmoisissa asuvat, sekä Pihlajakoskella mökkeilevät ihmiset. Tapahtuma oli suunnattu kaiken ikäisille, päivä tapahtuma erityisesti lapsiperheille ja iltamat vanhemmalle väelle. Tapahtuman sponsorina toimi Jämsän Tarvikekeskus.</p> <p>Tapahtuman suunnittelu alkoi toukokuussa ja tapahtumapäivä oli 22.7.2017. Päiväjuhla piti sisällään lapsille tarkoitettuja pelejä ja leikkejä, sekä aikuisille tarkoitettuja kilpailuja, joista perittiin euron osallistumismaksu. Kaikki lapset palkittiin ja aikuisten lajien kolme parasta miestä ja naista sai palkinnon. Päiväjuhlan kesto oli noin kolme tuntia ja osallistujia oli arviolta 220. Iltamissa esitettiin suunnittelutiimin käsikirjoittama sketsinäytelmä ajankohtaisista aiheista, jonka jälkeen halukkaat saivat tanssia musiikin tahdissa. Iltamien teema oli tänä vuonna suomalaiset merkkihenkilöt vuosien varrelta. Niin päivällä kuin illalla myytiin arpoja, sekä pientä syötävää ja juotavaa.</p> <p>Päiväjuhlassa kerätyn palautteen perusteella tapahtuma oli erittäin onnistunut. Palaute kerättiin paperisten lomakkeiden avulla, eli kvantitatiivista tutkimusmenetelmää hyväksi käyttäen. Täytettyjä lomakkeita tuli 34 kappaletta, mikä oli kävijämäärään nähden suhteellisen vähän. PNS:n hallitus oli kuitenkin tyytyväinen palautteisiin ja niistä saatuihin kommentteihin. Voittoa saatiin hieman alle 2000 euroa, mikä oli tavoiteltua vähemmän. Tähänkin tulokseen oltiin joka tapauksessa tyytyväisiä.</p> <p>Tapahtuma onnistui kaikin puolin hyvin. Merkittävimpiä kehitysehdotuksia asiakkaiden suunnalta oli arpajaisten nopeuttaminen jollain tapaa, taustamusiikin lisääminen päiväjuhlaan, sekä elävän musiikin saaminen iltamien jälkeisiin tansseihin.</p>	
Asiasanat nuorisoseura, tapahtumaprojekti, tapahtumamarkkinointi	

Sisällys

1	Johdanto.....	1
2	Pihlajalahden nuorisoseura	3
2.1	Historia	3
2.2	Toiminta nykyään	4
2.3	Kesäjuhlat.....	5
3	Tapahtuman suunnittelu ja toteutus	7
3.1	Tavoite ja viesti.....	7
3.2	Kohderyhmä	8
3.3	Tapahtuman lähtökohdat.....	8
3.4	Tapahtumaprosessi.....	10
3.5	Sisältö ja ohjelma	11
3.6	Vastuuhenkilöt.....	12
4	Tapahtumamarkkinointi	13
4.1	Määritelmä ja tarkoitus	13
4.2	Vahvuudet ja heikkoudet.....	13
4.3	Tapahtuman oma markkinointi	14
5	Palaute ja tutkimusmenetelmät	16
5.1	Palautteen kerääminen ja analysointi.....	16
5.2	Määrällinen tutkimusmenetelmä.....	16
6	Kesäjuhlien 2017 suunnittelu ja toteutus	18
6.1	Projektin lähtökohdat ja aloitus.....	18
6.2	Markkinointi, luvat ja ilmoitukset.....	18
6.3	Päiväjuhlan suunnittelu, sisältö ja ohjelma.....	20
6.4	Iltamien suunnittelu, sisältö ja ohjelma.....	22
6.5	Tapahtumapäivä 22.7.2017.....	22
6.6	Palautteiden kerääminen ja jälkityöt.....	24
7	Tuloksien yhteenveto ja johtopäätökset	26
7.1	Tuloslaskelma	26
7.2	Palautteiden analysointi ja tulokset	27
7.3	Tutkimuksen luotettavuus.....	29
7.4	Kehitysehdotukset.....	30
7.5	Opinnäyteprosessin ja oman oppimisen arviointi	31
	Lähteet	32
	Liitteet.....	34
	Liite 1. Projektisuunnitelma.....	34
	Liite 2. Päiväjuhlan palautelomake	49

1 Johdanto

Toimeksiantajaksi opinnäytetyölle sain Pihlajalahden nuorisoseuran, jonka puheenjohtajana toimii Sara Seppälä. Kuulun myös itse kyseisen yhdistyksen hallitukseen. Tavoitteena oli järjestää perinteiset Kesäjuhlat Pihlajakoskella heinäkuussa 2017. Projekti toteutettiin tiiviissä yhteistyössä toimeksiantajan kanssa. Tapahtuman runko hahmoteltiin edellisten vuosien perusteella ja kehitysehdotuksia esitettiin. Vuonna 2016 seura vietti 100-vuotisjuhlia ja nyt oli sitä kautta otollinen aika uusille kuvioille, kuitenkin perinteet huomioidaan ottaen. Kesäjuhlia on aikaisempina vuosina alettu suunnittelemaan hyvin myöhäisessä vaiheessa, mutta tällä kertaa halusin saada opinnäytetyötä varten suunnitelman valmiiksi jo hyvissä ajoin. En toteuttanut projektia missään nimessä yksin, vaan yhteistyössä hallituksen ja muiden halukkaiden vapaaehtoisten kanssa. Myös kävijöiden mielipiteitä ja ajatuksia selvitettiin kyseisestä tapahtumasta.

Projekti oli jo perinteeksi muodostunut Pihlajalahden nuorisoseuran Kesäjuhlat. Kesäjuhlat on tapana toteuttaa nuorisoseuralaisten ja vapaaehtoisten toimesta vuosittain heinäkuun puolella välissä. Vuonna 2017 päätin olla päävastuussa tapahtumasta ja kirjoittaa projektista opinnäytetyön. Kyseessä oli yhden päivän mittainen kaksiosainen tapahtuma. Päivällä oli ohjelmassa arvontaa, puffettia sekä pelejä lapsille ja aikuisille. Illalla puolestaan noin tunnin mittainen sketsinäytelmä ajankohtaisista aiheista. Opinnäytetyön keskeisin tulos oli vuoden 2017 kesäjuhlat. Kesäjuhlat ovat seuralle merkittävä tapahtuma niin tulonlähteenä, kuin kivana yhteishengen nostattajana. Kävijöitä kesäjuhlissa on aina ollut runsain määrin. Sisällä salissa on noin 100 istumapaikkaa, eli sen enempää yleisöä on vaikea saada mahtumaan tilaan. Päivätapahtuma on ulkona, joten silloin kävijöitä kertyy helposti parikin sataa. Iltamissa sali oli jälleen kerran täynnä, eli yleisömäärää lähenteli sataa. Päiväjuhlan kävijämäärä oli vielä suurempi, arviolta 220 henkilöä. Tapahtuma oli kaikille avoin ja päiväjuhla täysin maksuton, lukuun ottamatta aikuisille tarkoitettuja kilpailuja. Iltamista perittiin 10 euron pääsymaksu aikuisilta ja viisi euroa lapsilta. Kesäjuhlat on monille kylän asukkaille ja mökkiläisille jopa kesän kohokohta ja tämän vuoksi oli tärkeää, että tapahtuma saatiin toteutettua myös tänä vuonna. Osittain halusin tällä opinnäytetyöllä varmistaa kesäjuhlien toteutumisen vuonna 2017.

Kesäjuhlien suunnittelun ja toteutuksen lisäksi opinnäytetyöhön kuului tapahtuman onnistumisen arviointi ja johtopäätöksiä tekeminen. Päiväjuhlissa kerättiin kävijöiltä palautetta lomakkeiden avulla ja ne analysoitiin kehitysehdotuksia varten. Täytettyjä lomakkeita tuli kävijämäärään nähden suhteellisen vähän, mutta 34 vastausta oli parempi kuin ei mitään. Hallituksessakin oltiin tyytyväisiä saatujen palautteiden määrään ja niistä saatuja tietoja

pidettiin suuressa arvossa. Jälkitöihin kuului myös tuloslaskelman tekeminen, josta kävi ilmi tapahtumasta saatu voitto.

Tietoperustassa keskityttiin ennen kaikkea Nuorisoseuran toimintaan ja historiaan, mutta käytiin läpi myös tapahtumaprojektin suunnittelua ja kulkua lähteitä hyväksi käyttäen. Lisäksi paneuduttiin hieman myös tapahtumamarkkinointiin. Koska tapahtumasta kerättiin palautetta määrällistä tutkimusmenetelmää hyväksi käyttäen, löytyy tietoperustasta myös teoriaa palautteen keräämisestä ja analysoinnista, sekä käytössä olleista tutkimusmenetelmästä. Teorian jälkeen käytiin läpi projektin suunnittelu ja toteutus alusta loppuun. Raportin lopussa selviää tulokset ja johtopäätökset. Viimeinen luku pitää sisällään myös oman oppimisen arvioinnin.

2 Pihlajalahden nuorisoseura

Pihlajalahden nuorisoseura, josta käytetään yleisesti lyhennettä PNS, on osa Etelä-Hämeen nuorisoseurojen liittoa, joka puolestaan on Suomen nuorisoseurojen yksi yhdeksästä itsenäisestä keskusliitosta. Etelä-Hämeen Nuorisoseuroihin kuuluu 67 paikallisyhdistystä ja 60 nuorisoseurantaloa. Jäseniä on yhteensä noin kolme ja puoli tuhatta, joista noin 30 on PNS:n jäseniä. PNS toimii Pihlajakosken kylällä, joka sijoittuu maantieteellisesti Päijänteen rannalle suunnilleen Kuhmoisten ja Jämsän väliin. Tässä luvussa käydään läpi PNS:n historiaa, toimintaa ja kesäjuhlia. (Etelä-Hämeen Nuorisoseurat 2017.)

2.1 Historia

Nuorisoseuraliike syntyi jo vuonna 1881 ja sen perustajina pidetään Matti Sippolaa ja Santeri Alkiota. Nuorisoseuraliike oli aluksi kansanliike, joka järjestäytyi myöhemmin piirijärjestöiksi ja valtakunnallisiksi liitoiksi, joista ensimmäinen oli Etelä-Pohjanmaan nuorisoseurojen liitto. Vuodesta 2012 Nuorisoseuraliikkeen nimi on ollut Suomen Nuorisoseurat ry. Nuorisoseurat ovat olleet mukana kehittämässä Suomen kirjastolaitosta ja edistämässä lukutaitoa kansan keskuudessa. Toiminta on alusta asti painottunut erilaiseen harrastustoimintaan, kuten musiikkiin, teatteriin ja liikuntaan. Liikkeen arvoja ovat osallisuus, yhteisöllisyys ja yhdenvertaisuus. Alkuvaiheessa painotettiin paljon tiedollista sivistystä, mutta se on pikkuhiljaa väistynyt ja tilalle on tullut sosiaalisten taitojen ja yhteisöllisyyden korostaminen. (Suomen Nuorisoseurat 2017.)

Pihlajalahden nuorisoseura perustettiin 20.2.1916 Emil Koskelan talossa. Alkuvaiheessa päätettiin, että "Seuran toiminnan tarkoituksena on herättää ja vireillä pitää lähiseudun nuorisossa isämaallisen hengen elähyttämänä ja siveellisen elämänkatsomuksen kanssa sopusointuista harrastusta kansalaissivistykseen ja itsekasvatukseen.". Ensimmäisinä vuosina kokouksia pidettiin kuukausittain jonkin kyläläisen talossa. Kokouksien lisäksi toimintaan kuului seurojen väliset urheilukilpailut ja oman lehden, Auran Airueen, julkaiseminen. Kylälle perustettiin Nuorisoseuran toimesta myös ompeluseura, sekä kirjasto. Seura osti Päivärinteen talon vuonna 1928 nuorisoseurantaloksi ja sitä on 100-vuotisen historian aikana remontoitu talkoovoimin useaan otteeseen. 1960-luvulla toiminta hiljeni pariksi kymmeneksi vuodeksi nuorison muuttaessa pois kylältä. 1980-luvulla toiminta alkoi jälleen vilkastua, tosin keskittyen nyt pääasiassa kesäkuukausille. (Pihlajalahden nuorisoseura 2017.)

2.2 Toiminta nykyään

Nykyään Pihlajalahden nuorisoseura koostuu kahdeksan hengen hallituksesta ja noin 30:stä jäsenestä. Sääntömääräiset kokoukset pidetään kaksi kertaa vuodessa, keväällä pääsiäisen aikaan ja syksyllä loka-marraskuussa. (Pihlajalahden nuorisoseura 2017.)

Taulukko 1. PNS:n nykyinen hallitus

Sara Seppälä	Puheenjohtaja
Liisa Seppälä	Sihteeri
Sonja Seppälä	Rahastonhoitaja
Mari Nilsson	Varapuheenjohtaja
Eeva Ilveskoski	Jäsenrekisterivastaava
Kirsti Virén	Hallituksen jäsen
Katja Seppälä	Hallituksen jäsen
Sirkka Seppälä	Hallituksen jäsen

Toiminta painottuu pitkälti kesäkuukausille, sillä suurin osa hallituksesta ja jäsenistä eivät asu vakituisesti kylällä. Kesäjuhlat ovat suurin ja eniten ihmisiä houkutteleva tapahtuma, mutta vuosittain järjestetään myös pienempiä tempauksia ajan ja jaksamisen puitteissa. Vuonna 2015 seurantalolla pidettiin rokki-ilta ja loppukesästä lasten disko. Vuodesta 2014 PNS on ollut mukana kannustamassa Pihlajakosken jalkapallojoukkuetta leikkimielisessä kyläturnauksessa. PNS on joukkueen sponsori ja oli vuonna 2016 myymässä pullaa ja makkaraa jalkapalloturnauksen yhteydessä Kuhmoisissa. (Pihlajalahden nuorisoseura 2017.)

Vaikka kesä on ylivoimaisesti aktiivisinta aikaa, pienimuotoisia tilaisuuksia järjestetään myös sesonkiajan ulkopuolella. Viime talvena pidettiin yhteiset pikkujoulut Pihlajakosken kyläyhdistyksen kanssa. Pikkujoulut eivät olleen PNS:lle ensimmäiset, mutta läheskään joka vuosi kyseistä tapahtumaa ei tule järjestettyä. Myös kevät- ja syyskokoukset sijoittuvat kesän ulkopuolelle, mikä saattaa olla syy siihen, ettei niissä näy paljonkaan hallituksen ulkopuolista väkeä. (Pihlajalahden nuorisoseura 2017.)

Viime vuonna päätettiin 100-vuotisjuhlat innoittamina teettää PNS-logolla varustettuja t-paitoja myyntiin. Suosio oli niinkin suuri, että tänäkin vuonna tilattiin erä paitoja. Lisäksi PNS kokosi muistelmateoksen, johon kaikki halukkaan saivat osallistua kirjoittamalla omia muistojaan Nuorisoseurasta vuosien takaa. Kuvia ja kirjoituksia tuli yllättävän paljon, joten myyntiin saatiin hyvän kokoinen kirjanen. Kolmantena asiana 100-vuotisjuhlan kunniaksi

seura elvytti Auran Airut –lehden, joka julkaistiin niin ikään myyntiin kesän ajaksi. (Pihlajalahden nuorisoseura 2017.)

Toimintaan kuuluu myös seurantalons vuokraaminen sitä tarvitseville tahoille. Yleisimpiä vuokraajia ovat lähellä toimivat yhdistykset, jotka käyttävät tiloja omien kokouksien ja tapahtumien järjestämiseen. Taloa on myös vuokrattu yksityistilaisuuksiin, kuten syntymäpäivä- ja hääjuhliin. Vuokraa pyydetään 50 euroa alkavalta vuorokaudelta, johon sopimuksen mukaan joko sisältyy sähkö tai se lisätään hintaan käytön mukaan. Vuokraasiakkaita ei kuitenkaan kerry vuodessa merkittäviä määriä. (Pihlajalahden nuorisoseura 2017.)

Erilaiset siivous- ja remonttitalokoot ovat myös osa toimintaa. Siivoustalkoot pidetään perinteisesti toukokuun lopussa, jotta talo ja sen piha olisi kesää varten kunnossa. Remonttia tehdään aina tarpeen mukaan. Remontin tarve onkin suurin syy, miksi rahaa on hyvä kerätä säästöön. Joka vuosi pyritään saamaan jokin korjausta vaativa nurkka kuntoon. Muutama vuosi sitten PNS haku avustusta remonttiin Kuhmoisten kunnalta ja sitä myönnettiin 8000 euroa. Tuolla rahalla kunnostettiin romahdusvaarassa olleet kuistin portaat ja rännit. Lisäksi hankittiin saliin ilmalämpöpumppu ja maalattiin talo sisäpuolelta. Tänä kesänä uusittiin osa ikkunoista yhden pudottua kuistin katolle. (Pihlajalahden nuorisoseura 2017.)

2.3 Kesäjuhlat

Perinteisiä kesäjuhlia on vietetty 1930-luvulta lähtien. Päiväjuhlassa on kilpailtu niin tikana-, renkaan-, kuin pallonheitossa, pussihyppelyssä, ilmakivääriammunnassa. Lajit ovat vaihdelleet vuosien varrella, mutta yksi perinteisimmistä on saappaanheitto, jonka mestaruudesta taistellaan kynsin ja hampain joka kesä. Illalla kyläläiset ovat päässeet tanssimaan musiikin tahtiin. 1990-luvulla saatiin uusien innokkaiden nuorten voimin elvytettyä henkiin näytelmäpiiri. Siitä asti on iltamissa esitetty ajankohtaisiin aiheisiin perustuva tunnin mittainen sketsinäytelmä. Reilussa 20 vuodessa on nykyisestä kesäjuhlakaavasta tullut tunnettu vetonaula ja voisi sanoa, että osasta näytelmien hahmoista muodostunut jopa legenda. (Pihlajalahden nuorisoseura 2017.)

Nykypäivän kesäjuhlat ovat varmasti huumoripitoisempia, kuin alkuaikojen juhlallisuudet. Tämän tietävät niin katsojat, kuin näyttelijätkin. Siinä missä päiväjuhlan on oltava hyvin organisoitu ja sujuva, iltamia ei tule ottaa turhan vakavasti. Kesäjuhlien yksi hienoimmista piirteistä on se, ettei se ole suunnattu joko lapsille tai aikuisille, vaan kaikki ikäryhmät ovat

tervetulleita ja usein yleisö nauraakin vauvasta vaariin. Sketsit pyritään rakentamaan, niin että kaikilla olisi hauskaa. (Pihlajalahden nuorisoseura 2017.)

Teemoja on vuosien varrella ollut laidasta laitaan. Päivätapahtumassa teema ei välttämättä ole yhtä vahvasti esillä, sillä se toimiva sellaisenaankin. On kuitenkin ollut vuosia, jolloin teema on näkynyt myös päivällä. Tällaisia teemoja olivat muun muassa keskiaika ja sirkus, jolloin järjestäjien oli helppo pukeutua teeman mukaisesti ja myytävät herkut voitiin valita niin ikään sen mukaan. Iltamien teemoja on lisäksi viime vuosina ollut PNS-news, Vain elämää, ensitreffit alttarilla, Kalevala, supersankarit, euroviisut ja urheilu. Sketsit pyritään kirjoittamaan niin, että niistä voi havaita vuoden aikana esillä olleita aiheita. Sketseissä käytetään hyväksi myös Pihlajakosken ja lähikylien tunnusmerkkejä. Näytelmä huipentuu joka kerta menevään loppushow:n, joka perustuu onnistuneeseen musiikkivalintaan ja yleisön yllättämiseen. Näytelmän jälkeen iltamat jatkuvat yleensä arpajaisilla ja tansseilla. Kesäjuhlien kokonaisuus on päivä- ja iltajuhla yhteenlaskettuna noin kuusi tuntia. Niiden välissä on luonnollisesti muutaman tunnin tauko, jonka aikana laitetaan paikat kuntoon ja järjestäjät saavat ruokatauon. (Pihlajalahden nuorisoseura 2017.)

Varsinaista ruokatarjoilua ei kesäjuhlissa ole, mutta pientä purtavaa on mahdollisuus ostaa. Perinteisesti on grillattu makkaraa ja paistettu lettuja ulkona. Sisällä myynnissä on ollut pullaa ja kahvia. Juomaksi on myyty limsaa tai mehua. Syötävän ja juotavan myynti on osoittautunut tehokkaimmaksi varainkeruutavaksi, mutta sen lisäksi tuottoa saadaan aikuisten lajien osallistumismaksuista, arpojen myynnistä ja iltamien sisäänpääsymaksuista. Arpajaisvoitot on seuralle lahjoittanut pääsponsorina toimiva Jämsän Tarvikekeskus. (Pihlajalahden nuorisoseura 2017.)

3 Tapahtuman suunnittelu ja toteutus

Tapahtumaprojektissa on lähes poikkeuksetta kolme vaihetta, jotka ovat suunnittelu, toteutus ja jälkityöt. Tässä luvussa käydään läpi tapahtuman suunnittelun ja toteutuksen teoriaa lähteitä hyväksi käyttäen.

3.1 Tavoite ja viesti

Tapahtumaa ei tulisi koskaan järjestää vain sillä verukkeella, että niin on ollut tapana tai koska muutkin järjestävät. Tästä virheestä seuraa mitä suurimmalla todennäköisyydellä vain epämääräinen tilaisuus, jonka onnistumista on hankala tai jopa mahdoton arvioida jälkikäteen. Tietysti on perinteitä, jotka ovat monille asiakkaille tärkeitä ja yhtäkkinen perinteen loppuminen aiheuttaisi hämmennystä ja negatiivista julkisuutta. Tapahtumalla tulisi kuitenkin olla jokin konkreettinen tavoite perinteen lisäksi. Perinteeksi muodostuneen tapahtuman kohdalla voi esimerkiksi miettiä, miksi kyseistä tapahtumaa on alun perin alettu järjestää ja onko tämä tavoite edelleen ajankohtainen. Pitkään jatkuneen perinteen kohdalla voi käydä niin, että tavoite muuttuu vuosien varrella tai lakkaa olemasta. Hyviä esimerkkejä ovat jo edellä mainitut varainkeruu tai julkisuuden saaminen. Yhdistykset voivat myös tapahtumien avulla saada uusia jäseniä. Hyvä lähtökohta on tietenkin, että kävijöille ja järjestäjille jää tapahtumasta hyvä mieli. Tapahtumanjärjestäjä ei koskaan järjestä tapahtumaa itselleen, vaan tapahtuman kävijöille. Silloin on mietittävä mitä kävijä mahdollisesti toivoo ja odottaa tapahtumalta ja tavoitella sitä. On tärkeä miettiä myös mitä tapahtuma voi saada aikaan ja onko tavoitteena esimerkiksi jonkinlainen muutos kävijässä tai yhdistyksen toiminnassa. (Vallo & Häyrynen 2016, 111-115.)

Tavoitteen lisäksi on mietittävä mitä tapahtumalla halutaan viestiä tai onko mahdollisesti jopa tavoitteena saada joku tietty viesti perille. Tapahtuman viestiä pohdittaessa on hyvä miettiä järjestävän organisaation arvoja, sillä viesti usein perustuu niihin. Esimerkiksi nuorisoseurojen kohdalla arvoja ovat yhteisöllisyys ja yhdenvertaisuus. (Suomen nuorisoseurat). Näin ollen tapahtumassa tulisi välittyä yhdessä tekeminen. Kävijän on vaikea muistaa monia eri viestejä, joten olisi hyvä miettiä jo alkuvaiheessa mikä on se tärkein viesti, joka halutaan jättää mieliin. Oleellista on, että kaikki tapahtuman suunnitteluun ja toteutukseen osallistuvat tahot, myös yhteistyökumppanit, ovat perillä siitä mikä tämä pääviesti on. Tämä mahdollistaa sen, että kaikki pystyvät yhdessä tavoitella toivottua tulosta. (Vallo & Häyrynen 2016, 116-118.)

3.2 Kohderyhmä

Kohderyhmiä on yhtä paljon erilaisia, kuin on tapahtumiakin. Osa tapahtumista on tarkoitettu suurelle yleisölle ja osa pienelle kutsuvierasjoukolle. Väliin tietysti mahtuu lukuisia muita mahdollisuuksia. Tärkeintä on kohderyhmän määrittämisen lisäksi tuntea valittu kohderyhmä perinpohjaisesti. Sillä on suuri merkitys siihen, mitä tapahtuman olisi hyvä pitää sisällään. Mitä yksityiskohtaisemmin yksittäisen kävijän pystyy kuvailemaan sitä parempi. Tietysti osa tapahtumista on sellaisia, missä kävijät voivat olla eri ikäryhmistä, mutta silloin heistä tulisi löytää joku muu yhdistävä tekijä. Kohderyhmää kartoittaessa voidaan esimerkiksi miettiä iän lisäksi sukupuolta, asuinpaikkaa, luonnetta tai kiinnostuksen kohteita. Kohderyhmä on analysoitava tarkkaan sillä sen perusteella lähdetään miettimään sisältöä ja ohjelmaa. Tavoite ja kohderyhmä yhdessä antavat hyvän suunnan sille, millainen tapahtuma kannattaa järjestää. (Vallo & Häyrynen 2016, 121-124.)

Kohderyhmän määrittämisen jälkeen on ratkaistava se, miten heidät tavoitetaan. Pienemmissä tapahtumissa, joissa kohderyhmä on pieni ja kutsuttavat tiedetään nimeltä, tulee eteen yhteystietojen selvittäminen ja kutsujen lähettäminen. Suuremmissa yleisötapahtumissa, joihin kaikilla on mahdollisuus osallistua, avainsana on markkinointi. Silloin on selvitettävä mitä kanavaa käyttämällä kohderyhmä tavoitetaan parhaiten. Kanavia voi olla sosiaalinen media, radio, lehdet tai televisio. Jos kohderyhmä on jonkun tietyn paikkakunnan asukkaan, voidaan jakaa esitteitä tai kiinnittää julisteita näkyville paikoille. (Dowson & Basset 2015, 176-179.)

3.3 Tapahtuman lähtökohdat

Tapahtuman järjestäminen edellyttää paljon asioita, kuten aikaa, rahaa ja paikan. Tapahtuma-ala kasvaa jatkuvasti ja tapahtumia voisi sanoa jopa nousevaksi trendiksi. Tästä syystä tapahtumapaikkoja löytyy joka lähtöön. Tapahtumapaikan valintaan vaikuttaa tietysti ensisijaisesti kävijöiden tai kutsuttavien määrä, sekä tapahtuman luonne. Osa tapahtumista vaatii arvokkaampaa tilaa ja osa voidaan järjestää vaatimattomammassa puitteissa. Ajankohta voi vaatia sisätilaa tai mahdollistaa tapahtuman järjestämisen ulkona. Ulkotapahtumaa järjestettäessä tulee aina ottaa huomioon säätila ja mahdollisesti tehdä varasuunnitelma huonon sään varalle. Jos organisaatiolla ei ole omia tiloja tai niitä ei haluta käyttää, tulee huomioida tapahtumapaikan vuokrasta aiheutuvat kustannukset ja esimerkiksi maantieteellinen sijainti. Tapahtumapaikka tulee aina tarkastaa etukäteen esimerkiksi liikuntaesteisten varalta ja arvioida kriittisesti sen sopivuutta juuri kyseiseen tilaisuuteen. Huomioon otettavia seikkoja on liikkumisen lisäksi kulkuyhteydet, saniteettitilat, tekniikka ja äänentoistomahdollisuudet. Jokaisen tapahtuman kohdalla kiinnitetään huomiota tietysti

hieman eri asioihin. Tapahtumapaikka ei aina yksin riitä, sillä usein on tarve myös kalusteille ja somisteille. Niiden löytäminen vie oman aikansa ja ne tulisi myös saada tapahtumapaikalle hyvissä ajoin ennen varsinaista tapahtumapäivää. (Vallo & Häyrynen 2016, 141-145.)

Lähtökohtiin lukeutuu myös tapahtuman ajankohta ja kesto. On tapahtumia, jotka järjestetään lähes poikkeuksetta samana ajankohtana vuodesta toiseen, mutta myös yksittäisiä tapahtumia, joiden ajankohta vaihtelee. Ajankohta on mietittävä tarkkaan, sillä se voi vaikuttaa kävijämäärään hyvinkin radikaalisti. Päällekkäisyydet muiden tapahtumien kanssa tai juhlapyhät tulee ottaa huomioon ajankohtaa valittaessa. Kestoltaan tapahtuma voi olla parista tunnista useisiin päiviin tai jopa viikkoihin. On hyvä muistaa, että mitä pidempi tapahtuma, sen enemmän resursseja se vaatii. Kesto tulee miettiä sen mukaan, mitä tapahtuman luonne vaatii. Syntymäpäiväjuhlat ovat usein ohi parissa tunnissa, kun taas musiikifestivaalit kestävät useita päiviä. Kestoon vaikuttaa siis myös kävijämäärä. (Dowson & Basset 2015, 56-59.)

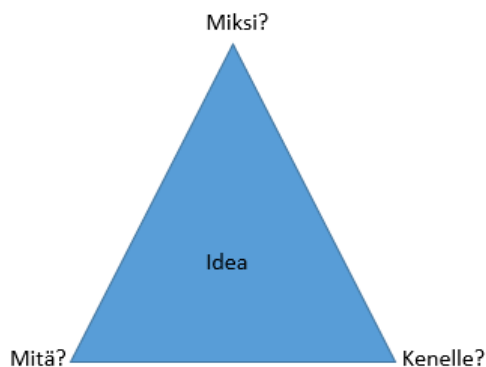
Tapahtumalla on myös lähes aina jonkin asteinen budjetti, sillä harvoin selviää kuluitta pienenkään tapahtuman järjestämisestä. Budjetti voidaan joko tehdä sen mukaan, että määritellään käytettävissä oleva rahasumma ja toteutetaan tapahtuma sen mahdollistamissa rajoissa tai lasketaan tapahtuman järjestämisestä aiheutuvat kulut, ja pohditaan onko riittävästi rahaa. Jos rahaa ei ole, sitä on luonnollisesti kerättävä jollain menetelmällä. Vaihtoehtoja voivat olla osallistumismaksu tai tuotteiden myyminen tapahtumassa. Usein tapahtumilla onkin sekä kulu-, että tulobudjetti. (Rai, Walters & Rashid 2013, 85-88.)

Varsinkin suuremman luokan julkiset tapahtumat vaativat erinäisiä lupia ja ilmoituksia viranomaisille. Anniskelulupa on välttämätön alkoholijuomia anniskeltaessa ja yleisötapahtuman kohdalla on poliisille tehtävä vähintään ilmoitus. Musiikin soittaminen vaatii tekijänoikeusmaksun maksamista Teostolle. Lisäksi on olemassa huvilupa, jonka myöntää poliisi. Suuremmista tapahtumista tulisi ilmoittaa myös paikalliselle pelastuslaitokselle. Poliisi haluaa myös, että yleisötapahtumissa on paikalla tarvittava määrä laillisia järjestyksenvallvoja. Ne tulee tapahtumanjärjestäjän rekrytoida itse ja ilmoittaa poliisille. Niin järjestäjän, kuin kävijöidenkin kannalta on ehdottoman tärkeää, että vakuutukset ja luvat ovat kunnossa. Näiden asioiden laiminlyönti voi aiheuttaa ongelmia niin henkilövahingoista taloudellisiin tappioihin. (Vallo & Häyrynen 2016, 153-154; Rai ym., 2013, 173-177.)

3.4 Tapahtumaprosessi

Kuten luvun alussa mainittiin, tapahtumaprosessi alkaa suunnitteluvaiheesta, jota seuraa toteutus ja jälkityöt. Suunnitteluvaiheessa tulee pystyä käydä koko tapahtuma alusta loppuun läpi. Suunnitteluvaihe vie eniten aikaa ja on kestoaltaan pisin. Se on aloitettava hyvissä ajoin, jotta kaikki asiat ehditään varmasti ottaa huomioon. Mukana suunnitteluvaiheessa tulee olla kaikki, joiden panosta tapahtuman toteutus vaatii. (Ruostesaari 2016, 10-12.)

Tapahtumaa järjestettäessä on heti alkuun mietittävä vastaus kolmeen strategiseen kysymykseen, jotka ovat: Miksi tapahtuma järjestetään? Kenelle se järjestetään? Mitä, missä ja milloin järjestetään? Työkaluna voi käyttää strategista kolmiota (kuva 1). Tapahtuman järjestämiseen voi olla monia syitä, kuten varainhankinta, markkinointi tai näkyvyyden saaminen. Mikä tahansa syy on, tapahtumalle tulisi määritellä teema ja tavoite. Seuraavaksi on määriteltävä kohderyhmä ja se, kuinka se on tavoitettavissa. Tämän jälkeen tulee selvittää, mikä tapahtuma on kyseessä, missä se järjestetään ja milloin. Oli kyse pienestä tai isosta tapahtumasta, tulisi suunnittelun alkuvaiheessa laatia selkeä projekti-suunnitelma, jota seurata projektin edetessä. (Vallo & Häyrinen 2016, 102-105.) Kesäjuhlien osalta näihin kysymyksiin on strategisen kolmion avulla esitetty vastaukset projekti-suunnitelmassa (Liite 1).



Kuva 1. Strateginen kolmio. (Pelkonen 2015.)

Kun strategisen kolmion kysymyksiin on saatu vastaukset, siirrytään operatiivisiin kysymyksiin. Niillä halutaan selvittää, miten tapahtuma järjestetään ja mitä se pitää sisällään. Lisäksi on tärkeä tietää, kuka toimii tapahtuman isäntänä, eli on niin sanotusti vastuussa tapahtuman kulusta ja järjestelyistä. Näitä kysymyksiä miettiessä on tärkeä pitää mielessä asetettu tavoite ja sen saavuttaminen. Tapahtuman sisältö ja ohjelma on tärkeä suunnitella huolella. Jotkut tapahtumat vaativat esiintyjä, joiden saaminen vaatii luonnollisesti oman panoksensa. Oleellista on myös se, tarvitaanko tapahtuman järjestämiseen ulko-

puolisia avustajia vai pärjääkö organisaatio omillaan. Kohderyhmä on otettava huomioon aina sisältöä suunniteltaessa. Sisältö on markkinoinnin lisäksi myös se, mikä voi vaatia paljonkin investointia, tietysti tapahtuman luonteesta ja sponsoreista riippuen. Kuten kaikille projekteille, myös tapahtumalle on valittava projektipäällikkö ja tämän ympärille toimiva organisaatio. Nämä henkilöt ovat vastuussa tapahtuman toteuttamisesta. (Vallo & Häyrynen 2016, 106-108.) Kesäjuhlien projektiorganisaatio löytyy kaaviona niin ikään projekti-suunnitelmasta.

Suunnitteluvaihetta seuraa toteutusvaihe, joka voidaan jakaa rakennusvaiheeseen, itse tapahtumaan ja purkuvaiheeseen. Mitä parempi suunnitelma, sitä sujuvammin toteutus onnistuu. Rakennusvaiheessa on vielä mahdollisuus tehdä viime hetken muutoksia, jos huomataan vaikka, että jotain oleellista puuttuu. Rakennusvaiheessa tulee olla erityisen huolellinen, ettei mitään tärkeää jää huomioimatta. Jokaisella organisaation jäsenellä olisi hyvä olla oma vastuualueensa ja kommunikaation on toimittava moitteettomasti. Itse tapahtuma etenee alettuaan usein omalla painolla loppuun asti, mikäli rakennusvaihe on hoidettu asianmukaisesti. Aina kaikki ei mene suunnitelmien mukaan, mutta sekään ei aina tarkoita epäonnistumista. Viimeisen vieraan poistuttua alkaa purkuvaihe, johon osallistuu niin ikään koko järjestävä organisaatio. Purkuvaihe kestää usein rakennusvaihetta vähemmän aikaa, sillä se ei vaadi yhtä paljon miettimistä ja huolellisuutta. (Vallo & Häyrynen 2016, 168-169.)

Varsinaisen tapahtuman jälkeen alkaa jälkityöt tai toisin sanoen jälkimarkkinointi. Siihen kuuluu oleellisena osana kävijöiden kiittäminen, palautteen kerääminen ja yhteenvedon laatiminen. Palaute tulisi kerätä sekä järjestävältä organisaatiolta, että kävijöiltä. Palautteen perusteella on helppo arvioida onnistumista ja tunnistaa ongelmakohdat. Tulevaisuuden kannalta on tärkeä oppia virheistä ja käyttää havaittuja vahvuuksia hyväksi. Palautetta voi kerätä monella eri tavalla. Sitä voi kerätä kävijöitä jo tapahtuman aikana tai vasta jälkikäteen sähköisesti tai kirjallisesti. Organisaation kesken suullinen palautekeskustelu on tehokkain. Palautepalaverissa on tarkoitus käydä läpi kaikki mahdollinen järjestäjien kesken. Palaveri tulisi pitää mahdollisimman pian tapahtuman jälkeen ja siitä olisi hyvä laatia kirjallinen kooste. (Vallo & Häyrynen 2016, 185-194.)

3.5 Sisältö ja ohjelma

Teema on ikään kuin liima, joka sitoo tapahtuman yhteen. Teema voi olla lähes mitä vain, mutta sen tulisi sopia jollain tavalla järjestävän organisaation arvoihin. Teeman ympärille on helppo alkaa rakentaa sisältöä ja ohjelmaa. Sisällön ja ohjelman määrä riippuu tiet-

kin tapahtuman kestosta. Ulkopuolisten esiintyjien käyttö tulee miettiä tarkkaan, sillä ne vaativat usein ison siivun budjetista, mutta eivät kuitenkaan miellytä kaikkia. Kohderyhmä on pidettävä mielessä jatkuvasti sisältöä ja ohjelmaa suunniteltaessa. Tapahtuma voi pitää sisällään esiintyjien lisäksi erilaisia aktiviteetteja, joihin kävijöillä on mahdollisuus osallistua. Erityisesti pidemmissä tapahtumissa tämä on tärkeää, ettei kukaan vain ehtisi pitkästymään. Ruoka ja juoma on myös otettava huomioon. (Vallo & Häyrynen 2016, 197-217.)

Sisältöä ja ohjelmaa hahmoteltaessa on myös tärkeää huolehtia, että toteuttamiseen on riittävästi osaavaa ja halukasta työvoimaa. Erilaisia mahdollisuuksia on niin paljon, että riskiksi muodostuu tapahtuman ylikuormitus. Liika on liikaa myös ohjelman kohdalla, vaikka se olisi kuinka laadukasta. (Kauhanen & Juurakko 2002, 48-51.)

3.6 Vastuuhenkilöt

Tapahtumasta on vastuussa sitä järjestävä organisaatio. Organisaatiota puolestaan johtaa projektipäällikkö tai projektinvetäjä, joka on avain tapahtuman onnistumiseen. Kyseisen henkilön on oltava sitoutunut työhönsä, osattava delegoida ja johtaa. Hänen on osattava pitää monta lankaa käsissään aina budjetoinnista, yhteistyökumppaneihin. Isompia tapahtumia ei kuitenkaan voi kukaan yksin järjestää, joten projektinvetäjä tarvitsee ympärilleen toimivan tiimin, jolle jakaa vastuuta. Projektinvetäjän tulee luoda järjestelmä, josta projektin tilanne on mahdollista tarkastaa milloin tahansa. Hänen on oltava kärryillä siitä, miten asiat etenevät ja varmistaa, että kaikki sujuu sovitusti ja suunnitelmien mukaan. (Vallo & Häyrynen 2016, 227-229.)

Projektiryhmä toimii vetäjänsä kanssa tiiviissä yhteistyössä. Siihen kuuluu yksinkertaisesti sanottuna kaikki projektin toteuttamiseen osallistuvat tahot. Ensisijaisesti tietysti järjestävän organisaation jäsenet ja mahdolliset yhteistyökumppanit. Tapahtuman järjestäminen on tiimityötä ja vaatii onnistuakseen toimivaa viestintää ja yhteen hiileen puhaltamista. Ryhmän sisäiset ristiriidat verottavat aina tilaa itse projektilta. Vastuut ja työtehtävät tulee jakaa niin, että kaikilla on tieto siitä kuka tekee mitäkin, ja etenkin mitä itse tekee. Tässä kommunikaatio on merkittävässä roolissa. Projektipäällikön tehtävä on pitää ryhmä koossa ja tyytyväisenä rohkaisemalla ja innostamalla. Ketään ei tule pakottaa tai kritisoida turhaan. Rakentava palaute ja kiitokset matkan varrella ovat hyviä keinoja kohottaa yhteishenkeä. (Vallo & Häyrynen 2016, 232-235; Kauhanen & Juurakko 2002, 30-33.)

4 Tapahtumamarkkinointi

Tässä luvussa tutustutaan tapahtumamarkkinointiin käsitteenä, sekä käsitellään tapahtuman oman markkinoinnin teoriaa. On oltava tarkka, ettei näitä kahta sekoita toisiinsa, sillä ne tarkoittavat eri asioita.

4.1 Määritelmä ja tarkoitus

Tapahtumamarkkinoinnissa yhdistetään tapahtuma ja markkinointi. Markkinointi on tavoitteellista toimintaa, jonka avulla pyritään välittämään haluttu viesti tietyille kohderyhmälle. Tapahtuman avulla saadaan yhdistettyä organisaatio ja sen kohderyhmä. (Vallo & Häyrynen 2016, 16.) Sponsorointi ja tapahtumamarkkinointi ry, joka toimi aikaisemmin nimellä Suomen tapahtumamarkkinointi ry, määrittelee tapahtumamarkkinoinnin käsitteen niin, että sitä on kokemukselliset markkinointitoimenpiteet. Markkinoinnin keskiössä on ennalta suunniteltu tilanne ja ympäristö, jossa järjestävä taho kohtaa asiakkaansa ja sidosryhmänsä. (Muhonen & Heikkinen 2003, 41.) Tapahtumamarkkinointi yleistyy koko ajan ja yhä useammat yritykset ovat ottaneet sen osaksi markkinointistrategiaansa. Kyseinen markkinointikeino on voimakkuudeltaan huomattavasti perinteisempiä keinoja suurempi. (Konferenssipalvelu Konffa Oy 2017.)

Tapahtumamarkkinoinnin yleistyminen johtuu siitä, ettei perinteiset markkinoinnin keinot enää riitä potentiaalisille asiakkaille. Näin ollen toivottu vaikutus jää saavuttamatta. Tämä johtuu esimerkiksi siitä, että kuluttajien tapa tehdä ostopäätöksiä on muuttunut. Kaikki tapahtumat, joissa organisaatio pyrkii edistämään tarjoamiensa tuotteiden tai palveluiden myyntiä voidaan luokitella tapahtumamarkkinoinniksi. Kyseinen markkinointikeino on erinomainen tapa vahvistaa imagoa ja olla vuorovaikutuksessa kohderyhmän kanssa. Vuorovaikutuksen lisäksi tärkeää on kokemuksellisuus, elämyksellisyys, tavoitteellisuus ja suunnitelmallisuus. (Vallo & Häyrynen 2016, 19-20.)

4.2 Vahvuudet ja heikkoudet

Tapahtumamarkkinoinnilla on monia vahvuuksia, sillä se on markkinointikeinona monipuolinen ja mahdollistaa esimerkiksi eri aistien hyödyntämisen. Suunnitteluvaiheessa kannattaakin miettiä, miten kaikki eri aistit tulevat tapahtuman yhteydessä esille. Onko esimerkiksi tarjolla ruokaa tai musiikkia? Tapahtumaa järjestäessä organisaatio asettaa sille tietyn tavoitteen ja saa palautetta onnistumisestaan hyvinkin nopeasti. Kohderyhmän ja osallistujat voi rajata juuri tarpeiden mukaiseksi. Onnistuessaan tapahtuma luo ainutlaatuisen

muistijäljen kaikille mukana olleille, aina osallistujista järjestäjiin ja yhteistyökumppaneihin. Näin ollen organisaatiolla on mahdollisuus erottua kilpailijoista hyvinkin myönteisellä tavalla. Tämä kaikki edellyttää tietenkin sitä, että tapahtuman järjestäminen onnistuu. Se vaatii organisaatiolta paljon resursseja, joista ensimmäisenä mainittakoon raha, aika ja henkilöstö. Mitään tapahtumaa ei voi toteuttaa suunnittelematta, mutta vaadittu aika määräytyy tietysti markkinoinnin tavoitteen mukaan. Nykyään ihmiset kaipaavat yhä enemmän henkilökohtaisuutta ja elämyksellisyyttä, mitä on vaikea perinteisillä markkinoinnin keinoilla toteuttaa. Tapahtuman avulla kyseinen trendi on huomattavasti helpompi ottaa huomioon. (Vallo & Häyrynen 2016, 21-22.)

Rahasta puhuttaessa on hyvä muistaa muidenkin tehokkaiden markkinoinnin keinojen olevan usein hyvinkin kalliita. Tapahtumassa on se etu, että siellä voi myös kerätä rahaa. Näin ollen on mahdollisuus, että tapahtuma voi maksaa jopa itsensä takaisin. On kuitenkin tärkeä muistaa, ettei kyseinen markkinointikeino suinkaan ole riskitön. Moni asia voi mennä pieleen ja tapahtuman epäonnistuesssa seuraukset voivat olla kohtalokkaat. Suunniteluvaiheessa onkin hyvä miettiä, onko organisaatio valmis ottamaan riskin ja ovatko kaikki varmasti täysillä mukana. Tapahtumamarkkinointi vaatii hyvää yhteishenkeä ja toimivia yhteistyökumppaneita. (Preston 2012, 4-8.)

4.3 Tapahtuman oma markkinointi

Tapahtumaa järjestettäessä on muistettava, että myös itse tapahtumaa on markkinoitava. Toisia enemmän ja toisia vähemmän. Yksityistilaisuuksissa riittää usein kutsujen lähettäminen asianomaisille ja mahdollisesti sosiaalisen median hyväksikäyttö. Avoimessa yleisötapahtumassa tilanne onkin aivan toinen. Kohderyhmä on tavoitettava erilaisilla keinoilla, toimivia kanavia pitkin. Nämä keinot ja kanavat riippuvat tietysti kohderyhmästä ja sen suuruudesta. Liikkeelle on hyvä lähteä oman organisaation sisäisestä viestinnästä ja huolehtia, että kaikki ovat tietoisia siitä mitä tulevan pitää. Sen jälkeen päätetään, onko kohderyhmä helpompi tavoittaa suoramarkkinoinnilla vai median avulla. Lehdistön hyväksikäyttäminen voi kuulostaa vanhanaikaiselta, mutta todellisuudessa on erittäin varteen otettava vaihtoehto suurta yleisöä tavoitellessa tietyllä alueella. Paikallislehtiin on järkevää laittaa ilmoitus tapahtumasta hyvissä ajoin, mutta lehdistön voi lisäksi kutsua myös paikankäyttäjille tapahtumaan. Näin lehti saa kirjoitettavaa ja järjestävä taho palstatilaa, mikä tarkoittaa molempien hyötyä. Toki myös television kanssa voi toimia samalla tavalla, mutta se vaatii jo suuremman luokan tapahtumaa. Sosiaalista mediaa ei missään nimessä tule unohtaa. Osaava markkinoija pystyy sosiaalisen median avulla tavoittaa paljon ihmi-

siä käytännössä ilmaiseksi, eikä sosiaalisen median käytöstä haittaakaan ole. (Vallo & Häyrynen 2016, 58-59.)

Kohderyhmälle suunnattavan markkinoinnin lisäksi tapahtumasta on hyvä tiedottaa eri tahoille, kuten viranomaisille ja tiedotusvälineille. Se on paitsi kohteliasta, mutta vie myös tietoa tapahtumasta eteenpäin. Onnistunut markkinointi vaatii etukäteen laadittua suunnitelmaa, jonka avulla markkinointia on mahdollista seurata ja kehittää. (Tapio 2013.)

5 Palaute ja tutkimusmenetelmät

Palautteen kerääminen ja sen analysointi olivat osa opinnäytetyötä ja tässä luvussa on teoriaa aiheesta. Palautteen keräämiseen käytettiin määrällistä tutkimusmenetelmää, joten myös tämä aihe käydään läpi. Palautteen kerääminen vastasi tämän työn tutkimuksellista osuutta.

5.1 Palautteen kerääminen ja analysointi

Palautteen keruu on ensisijaisen tärkeää toiminnan kehittämisen kannalta. Lisäksi palautteiden avulla on helpompi arvioida tavoitteiden saavuttamista. Palautetta voi kerätä monella eri tavalla. Perinteisimpiä keinoja ovat lomakkeen muodossa olevat kyselyt, joita jaetaan joko paperisena tai sähköisessä muodossa. Palautetta voi kysyä asiakkailta myös suullisesti haastattelun avulla. (Webropol 2017.)

Asiakaspalautekyselyä rakennettaessa on tärkeä kiinnittää huomiota siinä esitettyihin kysymyksiin. Kysely tulee rakentaa asiakkaan näkökulmasta ja siinä olisi hyvä olla jokaiselle asiakaspolun pisteelle oma mittari. On tärkeä muistaa mitata kokonaistason tyytyväisyyttä, eikä pelata pelkillä yksityiskohtaisilla kysymyksillä. Tavoitteena on kuitenkin yleensä selvittää mikä on saavutettu tyytyväisyystaso ja mikä siihen vaikuttaa. Vaikka monivalintakysymykset ovat helppoja ja nopeita täyttää, olisi palautekyselyssä hyvä olla myös avoimia kysymyksiä. Niiden avulla voi kysyä asiakkaan mielipiteitä laajemmin ja pyytää parannusehdotuksia. Taustatietojen kysymistä ei myöskään tule unohtaa. Taustatietojen avulla on mahdollista vertailla eri asiakasryhmien tyytyväisyyttä ja kehittää toimintaa oikeaan suuntaan. (Webropol 2017.)

Kerättyä palautetta analysoidaan samaan tyyliin kuin tutkimusaineistoa. Sähköisessä muodossa olevan aineiston analysointi on nykyajan tietokoneohjelmia apuna käyttäen helppoa ja nopeaa. Paperilla olevien vastausten analysointiin joutuu käyttämään enemmän aikaa, mutta nekin on mahdollista analysoida tietokoneen avulla. Analysointivaiheessa on tärkeää miettiä, mitä palautteista haluaa saada irti. Kaikkea mahdollista ei kannata selvittää, vaan keskittyä niihin seikkoihin, jotka ovat oman toiminnan kannalta oleellisia. (Webropol 2017.)

5.2 Määrällinen tutkimusmenetelmä

Määrällinen, eli kvantitatiivinen tutkimus on menetelmä, jonka avulla saadaan vastaus lukumääriin ja prosentiosuuksiin liittyviin kysymyksiin. Määrällisen tutkimuksen kriteerinä

on riittävän suuri joukko tutkittavia. Aineistonkeruuvälineenä on yleensä tutkimuslomake, jossa on valmiit vastausvaihtoehdot. Määrällinen tutkimus on hyvä tapa kartoittaa olemassa oleva tilanne ja selvittää asioiden välisiä riippuvuuksia, mutta sen avulla ei välttämättä pysty selvittämään syitä. (Heikkilä 2014.)

Määrälliseen tutkimukseen liittyy paljon käsitteitä, kuten objektiivisuus ja strukturointi. Objektiivisuus viittaa siihen, että tutkimus on tekijästään riippumaton eli tutkimuksen toteuttava henkilö tai taho on puolueeton. Strukturointi puolestaan on mitattavien asioiden muotoilu kyselylomakkeelle niin, että ne ovat helposti ymmärrettävissä. Näin pystytään kysymään kaikilta samaa asiaa samalla tavalla. (Vilka 2014, 16-17.)

Määrällisellä tutkimuksella voi olla monia tarkoituksia, kuten selvittäminen, kuvaaminen, ennustaminen, vertailu tai kartoitus. Tutkimuksen tyyli ja toteutustapa riippuu siitä millainen tutkimus on kyseessä. Selvittävässä tutkimuksessa pyritään antamaan lisätietoa ja perehdytään syihin ja seurauksiin, kun taas kartoittavan tutkimuksen tavoitteena on löytää uusia näkökulmia. Vaikka kysely on perinteisin aineistonkeruumuoto, voidaan määrällisen tutkimuksen toteutuksessa käyttää myös haastattelua tai systemaattista havainnointia. Tärkeintä on, että haastattelukysymyksen ja havainnointilomakkeet ovat etukäteen strukturoituja ja tarkkaan mietittyjä. Kyselyssä puolestaan huomionarvoisin asia on ajoitus. (Vilka 2014, 25-29.)

Tutkimuksen luotettavuutta mitataan validiteetilla ja reliabiliteetilla. Validiteetti tarkoittaa tutkimuksen tarkkuutta, eli onko mitattu niitä asioita, joihin halutaan vastauksia. Reliabiliteetti puolestaan kertoo, onko tutkimus toteutettu tarpeeksi johdonmukaisesti, eli voidaanko se toistaa saaden samat tulokset. (Heikkilä 2014.)

6 Kesäjuhlien 2017 suunnittelu ja toteutus

Tässä luvussa kuvataan Kesäjuhlien suunnittelu ja toteutus läpi alusta loppuun. Kyseinen produkti on varsinainen opinnäytetyö, jota tukee teorian lisäksi liitteenä oleva projekti-suunnitelma.

6.1 Projektin lähtökohdat ja aloitus

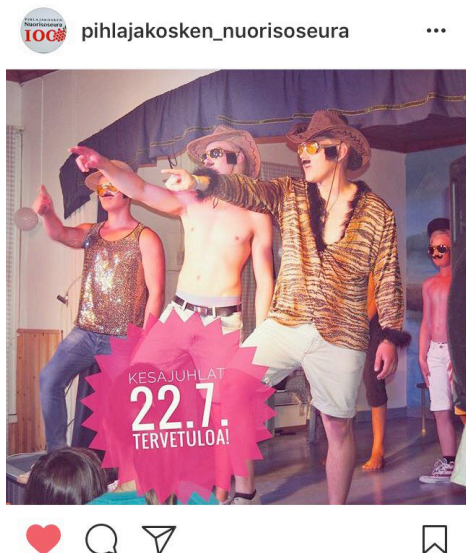
Tapahtuman aika ja paikka oli tiedossa jo viime syksystä saakka, sillä tapahtuma on vuosittainen perinne. Ajankohtaa ei lähdetty muuttamaan, sillä vaikka se mahdollistaisi jonkun pääsyn paikalle, olisi kokonaisvaikutus kuitenkin suurella todennäköisyydellä ollut negatiivinen. Ihmiset ovat jo vuosien saatossa tottuneet tähän tiettyyn päivään. Seurantalokin on pysynyt käyttökelpoisessa kunnossa, joten parempaa paikkaa juhlille olisi ollut vaikea löytää. Tapahtuman kohderyhmänä olivat kaikki Kuhmoisissa tai lähiseudulla asuvat, sekä Pihlajakoskella mökkeilevät tai veneilevät ihmiset.

PNS:n rahatilanne on suhteellisen hyvä, sillä viime vuosina on tehty lähes poikkeuksetta muutama tuhat euroa voittoa. Parin vuoden takainen suurempi remonttikiin ei verottanut säästöjä, sillä sitä varten saatiin Kuhmoisten kunnalta remonttiavustusta. Tarkempaa asiaa kohderyhmästä ja budjetista löytyy liitteenä olevasta projektsuunnitelmasta.

Kesäkuun alussa päätettiin aikataulun mukaisesti, että iltamien teemaksi tulee suomalaiset merkkihenkilöt vuosien varrelta. PNS halusi olla mukana Suomi100 –teemassa, vaikka juhlikin omia 100-vuotisjuhlia jo viime kesänä. Merkkihenkilöistä sai monipuolisia sketsejä, sillä heitä löytyi laidasta laitaan. Tänä vuonna teema oli esillä vain iltamien näytelmässä. Päiväjuhla toteutettiin perinteiseen tapaan nuorisoseuran aatteeseen sopivalla yhteistyöllä ja iloisella mielellä.

6.2 Markkinointi, luvat ja ilmoitukset

Suunnittelutiimi kiinnitti perinteiset kesäjuhlailmoitukset sovituille paikoille satamaan, kyläkaupalle ja nuorisoseurantalon seinään aikataulun mukaisesti tapahtumaa edeltävänä viikonloppuna. Myös Kuhmoisten sanomiin oltiin yhteydessä, mutta toimittaja ei tänä vuonna ehtinyt paikan päälle. Sosiaalisessa mediassa markkinointi aloitettiin jo alkukesällä ja puheenjohtaja ylläpiti Facebook- ja Instagram –sivuja aina tapahtumapäivään asti. Kuvia tapahtumasta jaettiin vielä tapahtuman jälkeisinä päivinä jälkimarkkinointina.



Kuva 2. Kesäjuhlamainos PNS:n Instagram-sivulla (Sonja Seppälä)

Facebookiin luotiin myös erillinen tapahtumasivu Kesäjuhlia varten, jota pystyi jakamaan eteenpäin. Osallistujia ei tätä kautta ilmoittautunut kuin reilu 30, mikä on ymmärrettävää sillä suuri osa kohderyhmästä on vanhempaa ikäpolvea, joille Facebook ei ole yhtä tuttu kuin nuorisolle.



Kesäjuhla viikko! Nähdään lauantaina!



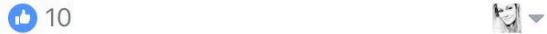
HEINÄ 22 Pihlajakosken nuorisoseuran kesäjuh...
Sanna ja 12 kaveria



Tykkää Kommentoi Jaa



Kesäjuhlapäivä! Kello 12-14 päiväjuhla ja iltamat kello 19. Tervetuloa!



Tykkää Kommentoi Jaa

Kuva 3. Kesäjuhlien tapahtumasivun jako Facebookissa (Pihlajakosken nuorisoseura 17.7.2017).

Kuva 4. Kesäjuhlien markkinointia Facebookissa (Pihlajakosken nuorisoseura 22.7.2017).

Heinäkuun alussa haettiin huvilupa poliisilta, sekä ilmoitettiin Teostolle käytössä olevasta musiikista. Myös vakuutusyhtiöön soitettiin ja hoidettiin seuralle voimassaoleva vastuuvakuutus juhlia varten. Vastuuvakuutus tarvittiin myös liitteeksi huvilupahakemukseen. Pohjakassa (250€) haettiin Kuhmoisten osuuspankista 18.7. Pohjakassa tarvittiin päiväjuhlan puffetteja, arpamyyntiä, sekä aikuisten maksullisia lajeja varten. Yhteistyö Jämsän tarvikokeskuksen kanssa hoitui onnistuneesti, joten sieltä saatiin jälleen kasa arpajaispalkintoja. Seura toimi myös tiiviissä yhteistyössä Pihlajakosken kyläkaupan kanssa, jonka kautta tilattiin Hankin pullapitkoja kahvin kanssa myytäväksi.

6.3 Päiväjuhlan suunnittelu, sisältö ja ohjelma

Päiväjuhlan suunnitteluun ei varsinaisesti mennyt aikaa, sillä sen runko päätettiin pitää samanlaisena, kuin ennenkin. Tärkeintä oli kartoittaa, että meillä on käytössä riittävä määrä vapaaehtoisia toimitsijoita lasten ja aikuisten kilpailuja varten. Alla olevasta taulukosta näkyy kaikki toimitsijaa vaatineet pisteet ja niistä vastaavat henkilöt.

Taulukko 2. Päiväjuhlan toimitsijat

Toimipiste	Vastuuhenkilö(t)
Saappaanheitto (maksullinen)	Tommi, Pekka, Aku
Tikka (maksullinen)	Joonatan
Ammunta (maksullinen)	Maukka, Simeon E.
Mölkky (maksullinen)	Sonja, Simeon L.
Limbo	Loviisa, Heidi, Selia
Pallonheitto	Loviisa, Heidi, Selia
Lasten saappaanheitto	Henrik, Elsa
Lasten tikka	Roosis
Onginta	Severi, Jyri, Noora-Sofia
Sisäpuffet (kahvi ja pulla)	Sara, Marjo
Ulkopuffet (makkara)	Rihuna, Ringo
Lettujen paisto	Kirsti
Arpojen myynti	Mari
Yleismiehet (juonto, palkintojenjako, arvonta jne.)	Liisa, Sirkka

Päiväjuhlassa oli siis lajeja sekä lapsille, että aikuisille. Lasten lajit olivat pallonheitto, saappaanheitto, tikanheitto, limbo ja onginta. Lapset saivat täytettäväkseen paperisen passin, johon kirjataan heidän suoritus jokaisesta lajista. Lapsiosallistujat jaettiin kolmeen

ryhmään iän perusteella; alle 7-vuotiaat, 7-9-vuotiaat ja 10-12-vuotiaat. Alle 7-vuotialla oli tikanheiton tilalla pallonheitto, muuten lajit olivat kaikille lapsille samat. Kaikki lapset palkittiin tapahtuman päätteeksi. Aikuisilla oli neljä lajia, joihin oli euron osallistumismaksu. Saappaanheitosta, amunnasta, mölkystä ja tikanheitosta palkittiin kolme parasta miestä ja naista. Perinteisesti PNS on tilannut kaiverretut palkintolusikat, mutta käyttämämme firma oli nyt lopettanut lusikoiden tekemisen. Yhtenä vuonna tilasimme kaiverretut mitalit Pocal.fi sivustolta, mutta se oli mielestämme turhan kallis investointi niinkin turhasta tarvikkeesta. Tänä vuonna mitalit tehtiin itse pihlajasta ja niihin kolvattiin laji, sijoitus ja vuosiluku (kuva 5).



Kuva 5. Mitalit (Sonja Seppälä)

Puffeteissa oli myynnissä kahvia, pullaa, makkaraa, mehua ja Kirstin paistamia lettuja. Talon sisällä on keittiötila, jossa keitettiin kahvia ja myytiin sen kanssa pullaa ja mehua. Ulkona olevassa grillikatoksessa oli tarjolla näiden lisäksi myös makkaraa.

Päiväjuhlassa on myös ollut tapana esittää lapsille suunnattu lyhyt näytelmä. Tänä vuonna PNS:n lapset saivat toteuttaa kyseisen ohjelmanumeron. Näytelmän aiheena oli Pikku-Puten seikkailut ja siinä esiintyi pelkästään lapsia. Näytelmä esitettiin tilaisuuden loppupuolella, kun kilpailuihin osallistuvat lapset olivat saaneet passinsa täyteen. Tilaisuuden päätteeksi oli arpajaiset, jonka jälkeen väki alkoi pikkuhiljaa valua pois päin ja järjestäjät puolestaan valmistautua iltamiin.

6.4 Iltamien suunnittelu, sisältö ja ohjelma

Kun teema oli lyöty lukkoon, voitiin alkaa ideoimaan näytelmän sisältöä. Aloitimme listamalla kaikki mieleen tulevat merkkihenkilöt ja mietimme kenestä saisi hauskoja sketsejä kesäjuhlatyylisiin. Merkkihenkilöiden keksiminen ei tuottanut ongelmia, mutta se miten heistä saa muodostettua yhtenäisen kokonaisuuden ja vielä vitsikkään sellaisen, ei ollut ihan helppoa. Itselläni oli kuitenkin alusta loppuun täydellinen luotto suunnittelutiimiin. Käsikirjoitusta tehdessä oli myös kiinnitettävä huomiota siihen, ketkä kykenevät näyttelemään iltamissa. Meiltä puuttui jälleen tänä vuonna yksi luottonäyttelijöistä, mutta se oli onneksi tiedossa hyvissä ajoin. Hieman ikävämpi vastoinkäyminen oli, että emme saaneet yhtä oleellista merkkihenkilöä mukaan, koska hänenkin esittäjänsä oli estynyt tulemaan paikalle. Onneksi meillä oli paljon muitakin esiintyjä ja erityisesti lapset olivat tärkeä voimavara näytelmän kannalta tänäkin vuonna.

Käsikirjoituksen kanssa tehtiin tiiviisti töitä parin viikon ajan ja se saatiin valmiiksi noin viikkoa ennen tapahtumapäivää. Olen tähän tyytyväinen, sillä näin lapset pääsivät harjoittelemaan omia ohjelmanumeroitaan jo ennen perjantain kenraaliharjoitusta.

Kaikkia näytelmään osallistuvia oli pyydetty olemaan paikalla perjantaina kuudelta, jotta koko näytelmä saatiin käytyä läpi. Jari Savijärvi oli luvannut olla valo- ja äänivastaava. Iltamat alkoivat lauantaina kello 19.00, mutta innokkaimmat vieraat saapuivat jo kuuden jälkeen varaamaan parhaan paikat katsomosta. Näin ollen paikalla oli oltava vähintään tuntia ennen alkamisaikaa. Iltamiin myytiin lippuja hintaan 10€/aikuiset ja 5€/lapset. Tavoitteena oli saada sali täyteen katsojia. Näytelmän arvioitu kesto oli 45 minuuttia ja sitä ennen puheenjohtaja toivottaa kaikki tervetulleeksi. Näytelmän jälkeen myytiin jälleen arpoja, sekä kahvia, mehua, makkaraa ja pullaa ulkopuffetista. Illalla järjestettiin myös arpajaiset, jonka jälkeen on vuorossa tanssit levymusiikin ja karaoken tahtiin. Virallisesti kesäjuhlat päättyivät kello 22.00, jonka jälkeen oli vuorossa järjestäjien omat jatkot.

6.5 Tapahtumapäivä 22.7.2017

Perjantai-iltana käytiin ohjelma kaksi kertaa läpi tarkoituksena selvittää näytelmän kesto ja ohjata näytelmään osallistujia. Sketsit pyrittiin lavastamaan niin, että näyttelijöiden on mahdollista lukea vuorosanoja. Näin saatiin estettyä vuorosanojen muistamisesta aiheutuva stressi. Näytelmän pituus oli vähän yli tunti, mikä on hieman normaalia pidempi, mutta tulimme siihen tulokseen, että parempi niin päin. Siivous ja valmistelu oli saatu hoidettua hyvälle mallille jo päivällä, joten sovittiin että kaikki järjestäjät ovat paikalla kello 11 lauantai-iltana.

Kaikki tulivat ajoissa paikalle ja jokaiselle myyntipisteelle jaettiin pohjakassa. Palautelomakkeet sijoitettiin lasten kilpailupassien kanssa samalle pöydälle mistä ne oli helppo löytää. 12 jälkeen ensimmäiset kävijät toivotettiin tervetulleeksi ja pikkuhiljaa alkoi paikalle valua enemmänkin porukkaa. Kävijöistä erotti selkeästi kaksi suurinta kohderyhmää, jotka olivat lapsiperheet ja vanhemmat pariskunnat. Itse olin toimitsijana mölkyssä, johon osallistui enimmäkseen naiset, mutta myös miehille oli oma sarja ja osallistujia oli vajaa kymmenen. Muissakin lajeissa käytiin kovaa taistoa aina kahteen asti, jolloin vuorossa oli lasten näytelmä. Jokainen toimitsija laski oman lajinsa osallistujien pisteet, jotta tiedettiin palkita kolme parasta miestä ja naista. Ennen aikuisten palkintojen jakoa jaettiin lapsille palkinto ja pidettiin arpajaiset. Kokonaisuudessaan päivätapahtuma oli ohi kolmelta ilta-päivällä ja kaikki pääsivät kotiin lepäämään ja valmistautumaan iltaa varten.



Kuva 6. Arpajaiset päiväjuhlat päätteeksi (Sonja Seppälä)

Iltaan osallistuvat tulivat talolle kuudelta. Kaikilla oli oma pussi, josta löytyi roolivaatteet. Lipunmyyjä aloitti työt noin 15 yli kuusi, kun ensimmäiset vieraat saapuivat. Sali täyttyi lähes kokonaan ja pääsimme aloittamaan aikataulun mukaisesti kello 19. Näytelmä sujui ilman suurempia kommelluksia. Pienet unohdukset ja sekoilut kuuluivat toki asiaan. Yleisö nauroi ja musiikki toimi loistavasti. Näytelmän jälkeen ulkona oli vielä myynnissä kahvia, pullaa, mehua ja makkaraa, sekä arpoja. Tällä välin salista tyhjennettiin tuolit tansseja varten. Arpajaiset pidettiin kello 21 ja tanssit jatkuivat aina kymmeneen asti illalla. Innokkaita valssaajia ei enää ollut yhtä paljon kuin ennen, mutta niille muutamille tanssimahdollisuus oli sitäkin tärkeämpi asia. Elävän musiikin puuttuminen saattoi osaltaan vaikuttaa tanssijoiden määrään. Muutamina vuosina meillä on ollut orkesterikin soittamassa, mutta tänä vuonna päädyimme vain karaoketansseihin. Orkesteria on usein ollut vaikea löytää ja

siitä tulee aina muutama satanen lisäkuluja. Sekä järjestäjät, että osallistujat vaikuttivat juhlan jälkeen tyytyväisiltä. Tunnelma oli hyvä ja onnistunut koko päivän ajan. Juhlintoa jatkettiin omalla porukalla vielä virallisen tapahtuman päätyttyä. Säässä ei ollut myöskään valittamista, sillä sadekuurot osuivat juuri päivä- ja iltaosuuden väliin. Keli ei ollut liian kylmä eikä kuuma, vaan juuri sopiva.



Kuva 7. Esiintyjät valmiina kumarruksiin (Sonja Seppälä)

6.6 Palautteiden kerääminen ja jälkityöt

Päiväjuhlasta kerättiin palautetta yksinkertaisella A5-kokoisella palautelomakkeella (liite 2). Päiväjuhla valittiin tutkimuskohteeksi, koska silloin kävijöitä oli tuplamäärä iltaan verrattuna ja ihmiset viettivät tapahtumapaikalla keskimäärin enemmän aikaa. Päivällä oli myös helppo kuuluttaa palautteen keräämisestä kaikkien kuullen. Lisäksi iltamissa katsojien tyytyväisyys oli suoraan verrannollinen katsojien naurun ja aplodien määrään.

Palautelomakkeen avulla haluttiin myös tutkia, mistä päin suomea kävijät olivat, ja olivatko he pääasiassa mökkiläisiä, veneilijöitä vai ihan paikallisia asukkaita. Lisäksi kysyttiin vastaajien sukupuolta ja ikää. Palautelomakkeen avulla selvitettiin myös, mitkä aktiviteetit olivat suosiossa, ja mikä vastaajien mielestä oli parasta tapahtumassa. Paperin kääntöpuolelle oli mahdollista antaa kehitysehdotuksia. Lopuksi tapahtumalle pyydettiin antamaan kouluarvosana, jonka avulla saatiin laskettua keskiarvo tyytyväisyydestä. Palautelomakkeiden analysointiin käytettiin Webropolia.

34 lomaketta saatiin täytettynä takaisin, mikä oli kävijämäärään nähden suhteellisen vähän. Pienestäkin määrästä voi tehdä joitain johtopäätöksiä ja ainakin hallituksen jäsenet

olivat erittäin kiinnostuneita palautteista. Kehitysehdotuksista ja kommentteista on hyötyä tulevaisuudessa, vaikka niitä tuli vain muutamilta.

Jälkityöt alkoivat heti seuraavana aamuna, kun kaikki hakivat omat tavaransa pois ja talo siivottiin järkevän näköiseksi. Roskat vietiin roskiin ja lattia imuroitiin. Ylijääneet ruokatarvikkeet vietiin myös pois talolta. Tapahtuman jälkitöihin kuului myös tuloslaskelman laatiminen ja palautteiden analysointi. Nämä tuotokset esiteltiin hallitukselle 26.8.2017, jolloin järjestäjät kokoontuivat Pihlajakoskella. Samaisessa tapaamisessa käytiin läpi tarkemmin järjestäjien tunnelmia tapahtumasta. Kaikki olivat lähtökohtaisesti tyytyväisiä tapahtumaan. Kävijämäärästä sanottiin, että vaikei se ollut ennätys, niin tärkeintä oli ettei tyhjiä istumapaikkoja jäänyt. Tuloslaskelmakaan ei ollut kellekään pettymys, vaikka aina toivotaan mahdollisimman paljon voittoa. Yhdistys on kuitenkin voittoa tavoittelematon, joten liian ahne ei pidä olla.

7 Tuloksien yhteenveto ja johtopäätökset

Tapahtuman jälkeen oli aika käydä palautteet läpi ja tehdä tuloslaskelma. Ne selviävät tarkemmin tässä kappaleessa.

7.1 Tuloslaskelma

Kesäjuhlien tuloksen tavoitteeksi oli asetettu niinkin huiman lukeman kuin 2500 euroa. Voittoa kertyi hieman alle 2000 euroa, mutta jos mukaan lasketaan vielä kesäjuhlien aikaan kerätyt jäsenmaksut, niin tulos ylittää juuri ja juuri 2000 euron rajan. Tarkat luvut löytyvät oheisesta taulukosta. Tämän vuoden voittoon oltiin tyytyväisiä, vaikka tavoitetta ei ihan saavutettukaan. Kesäjuhlien varsinaiset menot pysyivät hienosti alle 500 euron. Lukuun ottamatta kahta suurta pullapitkoa, mitään ei jäänyt pahasti yli. Ensi vuonna voitaisiinkin ehkä kuuden pitkon sijasta tilata vain neljä tai viisi. Pakollisten menojen, kuten huviluvan, teostomaksun ja vastuuvakuutuksen lisäksi rahaa meni vain muutamaan peruukkiin, arpoihin ja myytäviin ruokatarvikkeisiin. Kesäjuhlista riippumattomia kuluja, joita ei tähän tuloslaskelmaan laskettu mukaan, olivat ikkunoiden remontti ja uusi kahvinkeitin. Lisäksi tilattiin lisää PNS-paitoja myyntiin alkukesällä.

Lipputulot pysyivät entisissä lukemissa ja puffettien, sekä arpojen myyntitulot yllättivät positiivisesti. Arpojen myynnissä erittäin huomionarvoinen seikka oli, että arpajaispalkinnot olivat sponsorin lahjoittamia. Ilman tätä, niiden kate olisi ollut huomattavasti huonompi. Aikuisten maksullisista lajeista ei tänä vuonna tullut ihan niin paljon tulosta kuin odotettiin. Saappaanheitto oli suosituin, kuten ennustettiin, mutta siitäkään ei osallistumismaksuja kertynyt kuin 167 euroa. Toiseksi suosituimmaksi lajiksi nousi yllättäen tikanheitto, josta kertyi 146 euroa. Ammunta jäi jopa 115 euroa tuottaneen mölkyn taakse, eikä ammunnasta kertynyt tuottoa kuin 90 euron verran. Yhteensä osallistumismaksuja saatiin kuitenkin 518 euroa. Tulosvihkoista voitiin laskea, että yksittäisiä osallistujia oli 111, eli yksi osallistuja yrittää keskimäärin viisi kertaa. Tähän lisätään vielä ne jotka eivät osallistuneet mihinkään, vaan tulivat vain aistimaan tunnelmaa, kokeilemaan onnea arpajaisissa tai nauttimaan syötävää puffetista. Aikuisia kävijöitä saattoi näin ollen olla jopa 150. Lasten passuja palautettiin 59 kappaletta, joten kaiken kaikkiaan lapsia oli arviolta 70. Pienimmät eivät nimittäin välttämättä osallistu lasten peleihin. Karkea arvio kävijämääräksi oli siis 220 henkilöä.

Jäsenmaksuja unohtui työn touhussa markkinoida, osaksi sen takia, ettei jäsenrekisterivastaava ollut paikalla. Jäsenmaksuja kertyi kuitenkin 90 euroa, joka oli ihan hyvä saavu-

tus. Jäsenmaksuja on aikaa maksaa koko vuosi ja osa jäsenistä maksaa sen suoraan seuran tilille. Tehtäväni on tarkistaa jäsenmaksut aika ajoin ja pitää jäsenrekisterivastaava tietoisena jäsenmäärästä ja maksaneiden nimistä.

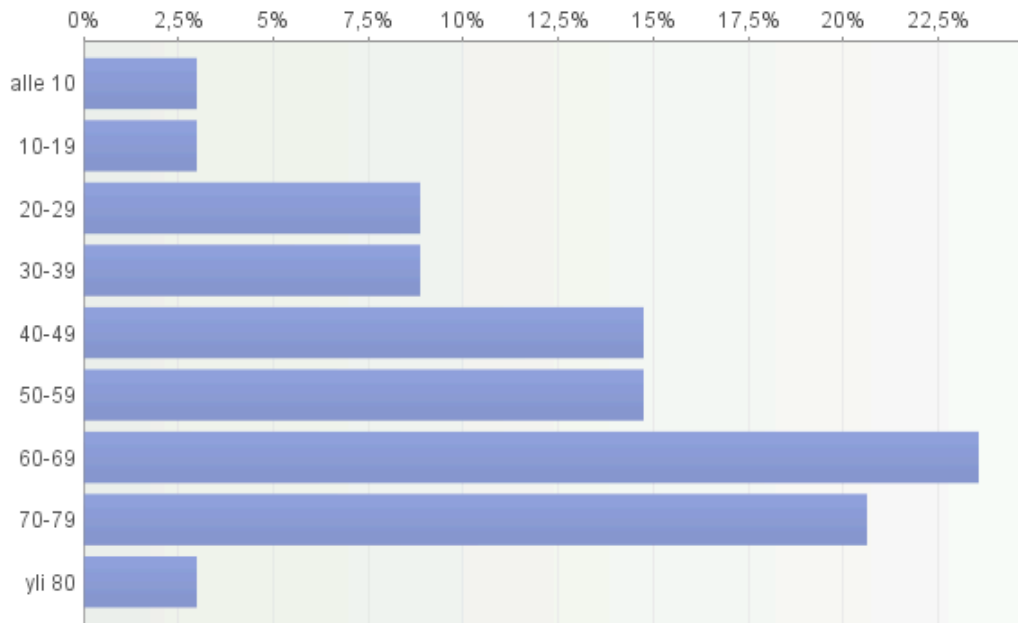
Taulukko 3. Kesäjuhlien tuloslaskelma

	Tulot		Menot
Lipputulot	890€	Huvilupa	30€
Iltamien muu myynti (arvat+makkarakoju)	297,5€	Näytelmätarvikkeet	15€
Päivän arpamyynti	244€	Ruokatarvikkeet	122,98€
Päivän puffetmyynti	524€	Arvat	29,70€
Ammunta	90€	Pullat	78€
Mölkky	115€	Vastuuvakuutus	125€
Tikka	146€	Teosto	80€
Saapas	167€		
Yhteensä	2473,5€	Yhteensä	480,68
Voitto	1992,82€		
Jäsenmaksut	90€		

7.2 Palautteiden analysointi ja tulokset

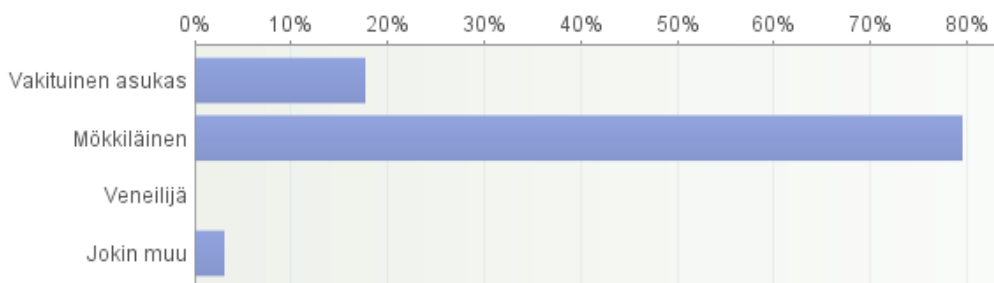
Vastaajista 65% oli naisia ja 35% miehiä. Tämän perusteella kesäjuhlien kävijöistä enemmistö on naispuolisia tai ainakin naiset vastaavat innokkaammin kyselyihin. Iältään suurin osa vastaajista oli 60-69 -vuotiaita ja toiseksi suurin ikäryhmä oli 70-79 -vuotiaat. Vanhempaa väkeä olikin odotettavissa, sillä he olivat lapsiperheiden lisäksi merkittävin kohderyhmä. Alle 10-vuotiaita vastaajia oli vain yksi, mutta se johtui luultavasti siitä, etteivät pienimmät lapset malttaneet tai ymmärtäneet täyttää lomakkeita. Lapsien läsnäolosta kertoi palautelomakkeissa se, että keski-ikäisiä vastaajia oli kuitenkin lähemmäs 30% ja voidaan olettaa heidän tulleen lastensa kanssa. Lapsille suunnattu ohjelma oli lisäksi nostettu tapahtuman parhaaksi osaksi kahdeksassa vastauksessa.

Taulukko 4. Palautelomakkeeseen vastanneiden ikä ja prosenttiosuudet.



Hieman yllättävä havainto oli, ettei yksikään vastanneista ollut veneilijä. Veneitä kuitenkin liikkuu Päijänteellä kesäaikaan paljonkin. Mökkiläisiä oli lähes 80% vastanneista ja sen oletinkin olevan suurin asiakasryhmä. Vastausvaihtoehdolla ”jokin muu” tarkoitin niitä, jotka ovat esimerkiksi ystävien luona vieraana tai muuten vain ohikulkumatkalla. Tällaisia vastaajia löytyi lomakkeiden joukosta yksi. 18% vastaajista oli vakituksia asukkaita Kuhmoisista tai Pihlajakoskelta. Vakituiset asukkaat olivat iältään juuri niitä vanhempia henkilöitä. Kun tarkastelin mökkiläisten asuinpaikkoja, huomasin että suurin osa on kotoisin Lahdesta. Seuraavaksi eniten oli Jämsästä, Helsingistä ja Tampereelta. Muita esille tulleita paikkakuntia oli Järvenpää, Tuusula, Kauniainen, Oulu, Nokia, Sastamala, Vantaa ja Kerava. Pääkaupunkiseudulta löytyy siis enemmistö mökkiläisistä.

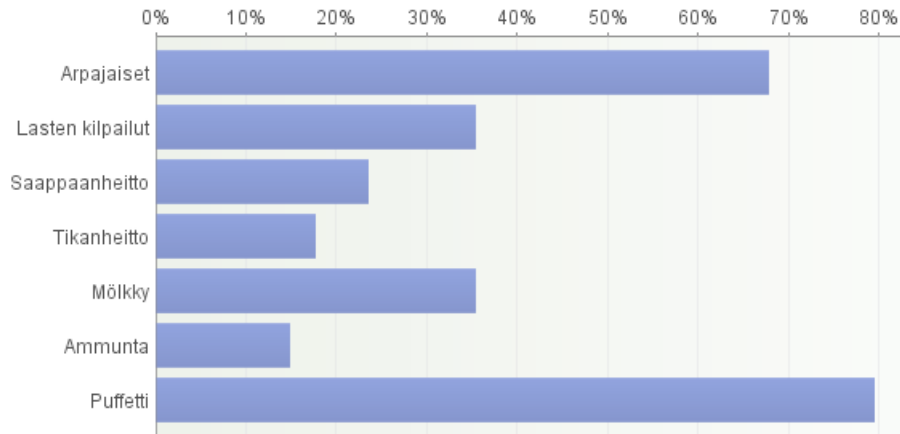
Taulukko 5. Vakituisten asukkaiden, mökkiläisten ja veneilijöiden prosentuaaliset osuudet vastaajista.



Suurin osa vastanneista oli käynyt kesäjuhlilla yli kymmenen kertaa. 20% oli käynyt 1-5 kertaa ja 15% 5-10 kertaa. Ensikertalaisia oli vain muutama. Vanhemmista vastaajista

suurin osa oli juurikin näitä yli 10 kertaa tapahtumassa vierailleita. Tästä voidaan päätellä, että tapahtuma on kävijöille hyvinkin tuttu ja muodostunut perinteeksi mökkiläisten keskuudessa.

Taulukko 6. Eri aktiviteetteihin osallistuminen.



Aktiviteeteista suosituimmat olivat vastaajien keskuudessa puffetti ja arpajaiset, jotka olivat myös tuloslaskelman perusteella eniten asiakkaita vetäneet pisteet. 35% vastaajista oli osallistunut mölkkyyyn, sekä lasten kilpailuihin, minkä selittää ehkä se, että suurin osa vastaajista oli naisia. Mөлккyy saavutti naisten keskuudessa hyvinkin suuren suosion ja luultavasti moni äiti kiersi lasten kilpailut jälkikasvun kanssa yhdessä läpi.

Lomakkeessa kysyttiin myös aikomuksesta osallistua iltamiin, koska olisi mielenkiintoista tietää onko päivä- ja iltajuhlalla sama asiakaskunta. Yli 65% vastaajista tiesi tulevansa iltamiin, kun taas 20% vastasi kieltävästi. Jäljelle jääneet eivät vielä olleet varmoja. Tämän perusteella päiväjuhlan kävijät osallistuvat suurella todennäköisyydellä myös iltamiin.

7.3 Tutkimuksen luotettavuus

Kuten aikaisemmin kerrottiin, palautelomakkeita saatiin täytettynä 34 kappaletta. Tämä on rehellisesti sanottuna hyvin vähäinen määrä, kun kyse on määrällisestä tutkimuksesta. Prosentuaalisesti 15% päiväjuhlan kävijöistä vastasi kyselyyn. Näin ollen joitain merkittäviä kehitysehdotuksia ja kommentteja saattoi jäädä saamatta.

Kyselylomakkeen kysymyksien suhteen ei ilmennyt ongelmia, vaan vastaajat ymmärsivät mitä kysyttiin ja vastasivat johdonmukaisesti. PNS:n hallitus oli tyytyväinen lomakkeella tutkittuihin asioihin, joten voidaan sanoa, että kysymykset mittasivat juuri oikeita asioita. Tutkimus on myös helposti toistettavissa, mutta koska lomakkeella keskityttiin pääasiassa

kävijöiden mielipiteisiin, ei ole takeita olisivatko seuraavan kyselyn tulokset samanlaisia. Mikäli palautekysely toteutetaan uudestaan ensi vuonna, olisikin ehkä tärkeämpää keskittyä tarkastelemaan kehitysehdotuksien perusteella tehtyjen muutoksien vaikutusta.

PNS:n hallitus oli tyytyväinen kerättyihin palautteisiin, vaikka otos oli suhteellisen pieni. Kesäjuhlista ei ole aikaisempina vuosina kerätty kirjallista palautetta lainkaan, joten sen takia olimme kaikki tyytyväisiä tutkimuksen toteuttamiseen. Toteuttamisen haasteena olikin, juuri se ettei tiedetty millä taktiikalla ihmiset saadaan parhaiten täyttämään kyselylomakkeita. Tulevaisuudessa voidaan mahdollisesti kokeilla erilaisia menetelmiä, kuten sähköistä kyselyä.

Tuloksiinkin oltiin tyytyväisiä, vaikka 100% positiivista palaute ei ollut. Tutkimuksen avulla saatiin ensimmäistä kertaa konkreettisia kehitysehdotuksia. Nimettömällä lomakkeella ihmiset uskalsivat paremmin arvioida tapahtumaa myös kriittisesti ja PNS:n on mahdollista parantaa sitä entisestään. Aikaisemmin on tullut käytännössä vain kehuja, joiden pohjalta on hankalaa lähteä kehittämään toimintaa. Tämän vuoksi kesäjuhlat ovat pysyneet hyvin samanlaisena jo parin vuosikymmenen ajan.

7.4 Kehitysehdotukset

Tapahtumalle tuli arvosanaksi 9,5, joka oli annettujen arvosanojen keskiarvo. Vaikea parantaa siis, kuten yhdessä lapussa olikin osuvasti sanottu. Merkittävimmät kehitysehdotukset liittyivät arpajaisten ja palkintojen jaon pituuteen. Vaikka arpajaisista muuten pidettiin hyvinkin paljon, toivottiin nopeutta itse arpomiseen. Ymmärrän tämän hyvin, sillä jos ei itse ole ostanut aroja lainkaan, on varmasti tylsää odottaa kunnes kaikki palkinnot on arvottu, ennen kuin siirrytään palkintojen jakoon. Arpajaisia on vain vaikea nopeuttaa muuta kuin vähentämällä palkintoja, mikä taas voisi aiheuttaa jollekin toiselle mielipahaa. Toinen erittäin hyvä kehitysehdotus oli taustamusiikki päiväjuhlaan. Tämä kävi myös itselläni mielessä, mutta osa järjestäjistä oli sitä mieltä, että se lisäisi turhaa hälinää. Ensi kesää ajatellen voisi miettiä jotakin kaiutinmahdollisuutta johonkin kohtaan tapahtuma-aluetta, koska musiikki tunnetusti parantaa tunnelmaa entisestään. Tunnelmasta saimmekin kehuja ja taisi nuorisoseurojen arvoihin lukeutuva yhteisöllisyyskin olla mainittu. Kaikin puolin voidaan siis olla tyytyväisiä palautteisiin.

Iltaamista tyydyimme kuulemaan palautteen suullisesti niiltä, jotka näytelmää innostuivat kommentoimaan. Iloisista puheista päätellen ohjelmaan oltiin tänäkin vuonna tyytyväisiä, vaikka moni varmasti jäikin kaipaamaan vetonaulaamme Sapriinaa, jonka esittäjä ei tällä

kertaa päässyt paikalle. Tilannetta helpottaa se, että ihmiset luottavat kesäjuhlien tulevan taas ensi vuonna.

7.5 Opinnäyteprosessin ja oman oppimisen arviointi

Kaiken kaikkiaan opinnäytetyön kirjoittaminen oli mukava projekti. Olen iloinen, että opintojeni aikataulu mahdollisti kyseisen tapahtuman suunnittelun ja toteutuksen valitsemisen aiheeksi. Sain tavallaan kaksi kärpästä yhdellä iskulla, kun kesäjuhlien rinnalla valmistui myös opinnäytetyö. Kesä oli ihanaa aikaa kirjoittaa, vaikka tein samalla kesätöitä. Aika meni kuin siivillä, mutta en kokenut painetta tai stressiä opinnäytetyön etenemisestä juuri lainkaan.

Vaikka kesäjuhlat ovat tuttu tapahtuma itselleni ja olen ollut mukana niiden suunnittelussa pienestä asti, tuli opinnäytetyötä varten paneuduttua tapahtuman suunnitteluun hieman eri näkökulmasta. Ensimmäistä kertaa tuntui, että teemme todellakin haastavaa ja melko suurtakin tapahtumaprojektia suhteellisen pienellä porukalla. Aikaisemmin on tuntunut, että kaikki tapahtuu helposti ja itsestään ja vaikeita suurempia vaikeuksia tänäkään vuonna ollut, niin kiinnitin jokaiseen pieneen yksityiskohtaan ihan eri lailla huomiota kuin koskaan ennen ja näin tapahtuman todellakin projektina, enkä vain yksittäisenä heinäkuun viikonloppuna. Olin myös iloinen huomattessani, että hallitus oli aidosti kiinnostunut esimerkiksi keräämistäni palautteista ja pitivät opinnäytetyötä muutenkin positiivisena juttuna.

En tiedä olisiko minusta ollut kirjoittamaan perinteistä tutkimustyyppistä opinnäytetyötä, mutta se on varmaa että harmaita hiuksia olisin siitä saanut monta kertaa enemmän. Onnekseni sain aiheen, joka oli itselleni mieleinen ja josta oli hyötyä muillekin. Opinnäytetyöhön tuo myös lisäarvoa se, että se on persoonallinen ja kirjoitettu intohimolla aihetta ja tapahtumaa kohtaan. Projekti vahvisti omaa ajatusta siitä, että ura tapahtuma-alalla on potentiaalinen vaihtoehto.

Lähteet

Basset, D. & Dowson, R. 2015. Event planning and management: A practical handbook for PR and events professionals. Kogan Page. London.

Etelä-Hämeen nuorisoseurat 2017. Luettavissa: <http://etelahame.nuorisoseurat.fi/jarjesto/>
Luettu: 30.5.2017

Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. Edita Publishing Oy. Helsinki.

Heikkinen, L. & Muhonen, R. 2003. Kohtaamisia Kasvokkain. Talentum. Helsinki.

Juurakko, A., Kauhanen, J. & Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. Sanoma Pro. Helsinki.

Konferenssipalvelu Konffa Oy 2017. Tapahtumamarkkinointi. Luettavissa: <https://www.konffa.fi/fi/tapahtumamarkkinointi>. Luettu: 2.7.2017.

Pelkonen, T. 2015. Tapahtuman suunnittelu. Luettavissa: <http://esseepankki.proakatemia.fi/tapahtuman-suunnittelu/>. Luettu: 2.9.2017

Pihlajakosken nuorisoseura 17.7.2017. Kesäjuhaviikko! - -. Facebook päivitys. Luettavissa: <https://www.facebook.com/Pihlajakosken-nuorisoseura-175479882501542/?ref=ts&fref=ts>. Luettu: 5.9.2017.

Pihlajakosken nuorisoseura 22.7.2017. Kesäjuhlapäivä! - -. Facebook päivitys. Luettavissa: <https://www.facebook.com/Pihlajakosken-nuorisoseura-175479882501542/?ref=ts&fref=ts>. Luettu: 5.9.2017.

Pihlajalahden Nuorisoseura 2017. Luettavissa: <http://www.viaporin.fi/~jukka.seppala/>. Luettu: 5.3.2017.

Preston C.A. 2012. Event Marketing: How to successfully promote events, festivals, conventions, and expositions. John Wiley & Sons. London.

Rai, R., Walters, P. & Rashid, T. 2013. Events Management Principles and Practice. SAGE Publishing. London.

Ruostetsaari, A. 2016. Tapahtuma. Evento. Helsinki

Suomen Nuorisoseurat 2017. Luettavissa: <https://nuorisoseurat.fi/jarjesto/>. Luettu: 30.5.2017.

Tapio, H. 2013. Opas tapahtuman viestintään ja markkinointiin Tampereella. Luettavissa: <https://www.tapahtumatoimisto.com/sites/default/files/opasnettifinal.pdf>. Luettu: 2.7.2017.

Vallo, H. & Häyrynen, E. 2016. Tapahtuma on tilaisuus: tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Tietosanoma. Helsinki.

Vilka, H. 2014. Tutki ja Mittaa: Määrällisen tutkimuksen perusteet. Tammi. Helsinki

Webropol 2017. Asiakaspalvelu ja asiakaspalautteen kerääminen. Luettavissa: <http://webropol.fi/kayttotarkoitukset/asiakaspalvelu-ja-asiakaspalautteen-kerääminen/#.WaerfhDyT8>. Luettu: 30.8.2017.

Liitteet

Liite 1. Projektisuunnitelma

Projektisuunnitelma – Kesäjuhlat 2017

Sonja Seppälä

Sisällysluettelo

1 Projektin määrittäminen

- 1.1 Projektin tausta
- 1.2 Projektin tehtävä
- 1.3 Tavoitteet ja lopputulokset
- 1.4 Tilanneanalyysi ja riskit
- 1.5 Projektiorganisaatio
- 1.6 Ympäristö ja yhteistyökumppanit
- 1.7 Projektin budjetti
- 1.8 Projektin aikataulu

2 Työsuunnitelma

- 2.1 Vaiheistus
- 2.2 Tehtävät työmäärät ja lopputulokset
- 2.3 Ajoitus
- 2.4 Työmenetelmät
- 2.5 Projektihallinnolliset menettelytavat
- 2.6 Dokumentointi

3 Markkinointi ja viestintä

- 3.1 Markkinoinnin tavoitteet
- 3.2 Kohderyhmät ja ydinviestit
- 3.3 Kanavavalinnat
- 3.4 Budjetti, aikataulu ja vastuuhenkilöt
- 3.5 Sisäinen viestintä

1 Projektin määrittäminen

Tämä projektisuunnitelma on osa opinnäyteyötä, jonka toimeksiantajana toimii Pihlajalahden nuorisoseura. Tarkoituksena on suunnitella ja toteuttaa vuoden 2017 kesäjuhlat. Tässä luvussa esittelen projektin taustan ja tavoitteen lisäksi projektiorganisaation, budjetin ja aikataulun. Tarkoitus on, että tämän suunnitelman avulla selviää kaikki tarvittavat yksityiskohdat projektista. Alla olevassa kaaviossa on esitetty strategisen kolmion avulla tärkeimmät kysymykset tapahtuman suunnittelua ajatellen.



Kaavio 1. Strateginen kolmio (mukaillen, Vallo & Häyrynen 2016.)

1.1 Projektin tausta

Pihlajalahden nuorisoseura on järjestänyt kesäjuhlia aina 30-luvulta saakka. Nykyiseen muotoonsa tapahtuma on muotoutunut 1990-luvulla, kun uusi sukupolvi otti ohjat käsiinsä. Siitä asti kesäjuhliin on kuulunut päivätapahtuma ja illalla sketsinäytelmä. Iltamissa katsojamäärä on parhaina vuosina liki 100 henkilöä, mikä tarkoittaa, että sali on tupaten täynnä. Päivätapahtumassa kävijöitä on vähintäänkin tuplamäärä, sillä se järjestetään ulkona ja

lapsien osuus on huomattavasti suurempi, kuin iltamissa. Kesäjuhlat on aina toteutettu vapaaehtoisten ja sponsoreiden voimin. Kesäjuhlat on vuosien ajan sijoittunut heinäkuun kolmannelle tai toiseksi viimeiselle lauantaille. Päivä on tärkeä pitää samana, sillä se on useiden osallistujien muistissa. On ollut vuosia, kun innostus kesäjuhlien suunnitteluun ei ole ollut huipussaan, mutta perinteen ei ole annettu katketa siitä huolimatta. Ideat ovat saattaneet olla vähissä, mutta jotenkin tiimi on aina saanut kasaan valmiin näytelmän. Päiväjuhla menee nykyään jo omalla painollaan vuosien kokemuksen johdosta, mutta iltaa varten on panostettava enemmän. Joka vuosi tarvitaan uusia ajankohtaisia ideoita, eikä näyttelijöidenkään rekrytointi ole aina helpoimmasta päästä. Vuonna 2006 seura vietti 90-vuotisjuhlaa ja sen kunniaksi esitti näytelmän poikkeuksellisesti kahteen kertaan. Viime vuonna puolestaan juhlittiin upeaa 100-vuotista historiaa. Silloin juhlaan sisältyi sekä virallinen osuus, että perinteinen sketsinäytelmä.

Tänä vuonna päätin ottaa projektin vastuulleni ja toteuttaa sen opinnäytetyönä. Näin varmistan, että kesäjuhlat toteutuvat myös tänä vuonna. Kesäjuhlat ovat paitsi hauska tapahtuma lähikyläisten asukkaille ja mökkiläisille, mutta myös tärkeä tulonlähde nuorisoseuralle. Ylijäämä käytetään nuorisoseurantaloon kunnostamiseen ja ylläpitoon.

1.2 Projektin tehtävä

Projektin tehtävä on saada aikaan onnistunut kesäjuhlapäivä Pihlajakoskella. Tapahtuma tuo eloa pienelle kylälle ja pitää yllä nuorisoseuran toimintaa. Tehtävänä on toteuttaa päivä tapahtuma 22.7.2017, joka sisältää erilaisia kilpailuja lapsille ja aikuisille. Illalla on vuorossa sketsinäytelmä, joka kesäjuhlatiimin on suunniteltava ja harjoiteltava ennen tapahtumapäivää. Lisäksi kesäjuhliin kuuluu arpojen, makkaran sekä muun pienen syötävän myyminen. Näillä eväillä saadaan aikaan Pihlajakosken kesän kohokohta ja pidetään perinnettä yllä.

1.3 Tavoitteet ja lopputulokset

Tavoitteena on järjestää onnistuneet kesäjuhlat, joista jää hyvä mieli sekä järjestäjille, että kävijöille. Myös taloudellinen tulos on tärkeä, eli ylimääräisiä kuluja olisi hyvä välttää. Konkreettista palautetta ei ole aiempina vuosina kerätty, mutta nyt opinnäytetyöprojektin takia haluan panostaa palautteen keräämiseen. Sen avulla PNS voi kehittää tapahtumaa edelleen. Useina vuosina suunnittelu on jäänyt hyvin viime tippaan, mikä on aiheuttanut turhaa stressiä tiimin jäsenille. Tänä vuonna tavoitteeni on aikatauluttaa suunnittelu niin, ettei se kuormita ketään turhan paljoa. Tärkein lopputulos kun ei ole raha, vaan hyvä mie-

li. Olisi hienoa, jos kesäjuhlien jälkeen kaikilla järjestäjillä olisi, olo että kaikki meni hyvin ja ensi vuonna taas uudestaan.

Tavoitteiden saavuttaminen voidaan tapahtuman jälkeen todentaa kahdella tavalla. Ensimmäisestään onnistuminen selvitetään palautteiden avulla, sekä kävijöiltä että järjestäjiltä. Taloudelliset tavoitteet selviää tuloslaskelmasta, jonka laadin kesäjuhlien osalta tapahtuman jälkeen, kun tulot ja menot ovat selvillä.

1.4 Tilanneanalyysi ja riskit

Koska kyseessä on jo useaan kertaan toteutettu tapahtuma, on riskeihin helpompi varautua. Riskit on hyvä tiedostaa, mutta niitä on turha pelätä. Kesäjuhlat on joka vuosi saatu toteutettua riskeistä huolimatta. Sateen sattuessa, ja välillä muutenkin, on pihalle pystytetty suuri telttakatos. Vain parina vuonna sali on jäänyt muutaman penkkirivin osalta tyhjilleen, sillä yleensä ihmisiä on oviaukkoja myöten. Näillä eväillä voidaan olettaa, että tapahtuma tulee onnistumaan ilman suurempia ongelmia tänäkin vuonna.

Riskejä:

Vapaaehtoisia ei saada kasaan

Huono sää

Kävijämäärä jää liian vähäiseksi

Kilpailevat tapahtumat

Yllättävät menot

Loukkaantumiset ja sairastumiset

1.5 Projektiorganisaatio

Projektin ydinorganisaatio on PNS:n hallitus, jonka puheenjohtajana toimii Sara Seppälä. Puheenjohtajalla on käytännössä päätösvalta ja hän hoitaa viralliset asiat, kuten huviluvan. Itse toimin projektipäällikkönä, sekä vastaan raha-asioista. Olen toiminut PNS:n rahastonhoitajana pian neljä vuotta. Suunnittelutiimin nimesin sen perusteella, ketkä tulevat viettämään eniten aikaa Pihlajakoskella kesä-heinäkuussa ja pystyvät näin ollen tapamaan suunnittelun merkeissä. Suunnitteluun saa toki osallistua kaikki innokkaat, eikä ideoita ole koskaan liikaa. Näytelmän käsikirjoitus kirjoitetaan tietokoneella ja sitä jaetaan sähköpostin välityksellä, niille ketkä haluavat olla mukana suunnittelussa. Vapaaehtoiset osallistujat olen jakanut kahteen ryhmään; näyttelijöihin ja toimitsijoihin, vaikka usein he toimivat molemmissa tehtävissä. Toimitsijoita tarvitaan erityisesti päivällä rahastamaan ja valvomaan kilpailuja, sekä myymään arpoja ja ruokaa. Myös illalla on tarkoitus myydä

syötävää, sekä arpoja. Näyttelijät rekrytoidaan sen mukaan, millaisia rooleja tämän vuoden käsikirjoitus tuo tullessaan. Osa heistä on innolla mukana joka vuosi, mutta osa taas vaatii hieman enemmän suostuttelua. Valoista ja musiikista on perinteisesti huolehtinut Jari Savijärvi, jolla on ammattimaiset laitteet ja arvokasta osaamista.



Kaavio 2. Projektioorganisaatio

1.6 Ympäristö ja yhteistyökumppanit

Tapahtumapaikkana toimii nuorisoseurantalo Pihlajakosken kylällä Kuhmoisissa. Tapahtumapaikan osoite on Pihlajakoskentie 363, 17850 Pihlajakoski. Kylällä toimii PNS:n lisäksi myös kyläyhdistys, jonka kanssa olemme tarvittaessa yhteistyössä. Myös Pihlajakosken kyläkauppa on ollut tärkeä yhteistyökumppani elintarvikkeiden, kuten makkaran toimituksen osalta. Pihlajakosken satamassa ovensa juhannuksen tienoilla avaava Makasiinikahvila puolestaan toimii vaihtoehtoisena suunnittelupaikkana nuorisoseurantalons ohella. Kesäjuhlien tärkein sponsori on jo vuosien ajan ollut Jämsän Tarvikekeskus, josta seura on lahjoituksena saanut lapsille palkintoja sekä arpajaisvoittoja.

1.7 Projektin budjetti

PNS ei ole voittoa tavoitteleva yhdistys, joten tärkeintä ei ole kerätä mahdollisimman paljon voittoa, vaan pysyä tasaisesti plussan puolella. Rahaa kerätään toiminnan ja nuorisoseurantalon ylläpitoa varten. Aikaisempina vuosina ei ole tehty kesäjuhlia varten omaa budjettia, vaan tapahtuma on otettu huomioon talousarviossa, joka esitetään joka vuosi syyskokouksessa. Tilinpäätöksessä on eritelty kesäjuhlista tullut tuotto ja sieltä on myös nähtävissä mitkä kulut liittyvät kesäjuhliin. Viime vuonna kesäjuhliin meni noin kaksinkertainen määrä rahaa vuoteen 2015 verrattuna, koska panostettiin 100-vuotsjuhlaan. Tuolloin menoja oli noin 800 euron edestä. Tuloja saatiin kuitenkin myös enemmän, joten voitokin oli suurempi kuin vuonna 2015. Käytän tänä vuonna kuitenkin budjettia laatiessa hyväksi vuotta 2015, koska silloin oli niin sanotusti tavallinen kesäjuhlavuosi. Vuonna 2015 kuluja oli noin 420 euron edestä ja voittoa tehtiin 1960 euroa. Tässä vaiheessa vielä mainittakoon, että koko tilikauden tulos oli vuonna 2016 pienempi kuin aikaisemmin, mutta tässä projektisuunnitelmassa vertailen vain kesäjuhlien tulosta. Koko tilikauden tulokseen vaikuttaa kesäjuhlien lisäksi muut tapahtumat, joista suurin on Neste rallit, sekä se miten paljon joudutaan tekemään remonttia. Neste rallien seurauksena Pihlajakoskelle virtaa sankoin joukoin rallikansaa, joille on kahtena viime vuonna myyty talon pihassa syötävää ja juotavaa mukaan. Kuluja tapahtumasta ei seuralle aiheudu.

Taulukko 1. Kesäjuhlien tuotto vuosina 2015 ja 2016

Vuosi	Tulot	Menot	Tulos
2015	2380	420	+1960
2016	3150	800	+2350

Vuonna 2017 pyrimme pääsemään vähintään vuoden 2015 tasolle ja asetankin tavoitteeksi yli 2000 euron tuloksen. Näin ollen rahaa pitäisi kerätä mielellään lähemmäs 2500 euroa ja menoja puolestaan olla alle 500 euron edestä. Uskon, että menot pystytään pitämään kurissa, mutta tuloja on vaikeampi arvioida, koska se riippuu täysin kävijämäärästä. Hyvä sää tarkoittaa tietysti enemmän kävijöitä ja enemmän rahaa. Pakolliset menot ovat vastuuvakuutus, joka maksaa noin 125 euroa, Teostolle menevä maksu, joka on noin 60 euroa, sekä huvilupa, joka maksaa 30 euroa. Näiden jälkeen ruokaan ja muihin tarvikkeisiin saisi mennä enintään 285 euroa.

Tuloja saadaan ensisijaisesti iltamien sisäänpääsymaksusta, joka on perinteisesti aikuisilta ollut 10 euroa ja lapsilta 5 euroa. Saliin mahtuu noin 100 ihmistä, joten enimmäistuotto iltamista on noin 1000 euroa, jos kaikki ovat aikuisia. Yleensä sali on ollut täynnä ja lippu-

tuloja on ollut reilu 900 euron verran. Loppu tuotto saadaan myymällä syötävää, arpoja ja päiväkilpailujen osallistumismaksuista. Puffetteja on päivällä kaksi, toinen sisällä ja toinen ulkona. Sisällä on myynnissä kahvia ja pullaa, ja ulkona lisäksi hieman tukevampaa syötävää, kuten makkaraa. Illalla on yleensä ollut auki vain ulkopuffetti, mikäli myytävää on päivän jälkeen jäänyt jäljelle. Näistä kertyy helposti yli 500 euroa kassaan. Maksulliset kilpalajit päivällä ovat aikuisten tikanheitto, saappaanheitto, mölkky ja ammunta. Osallistumismaksu näihin lajeihin on 1-2 euroa. Erityisesti saappaanheitto on muodostunut vakavasti otettavaksi mitteloiksi kyläläisten keskuudessa, ja siitä saa helposti kerättyä reilusti yli 200 euroa osallistumismaksuja. Seuraavaksi suosituin laji on ammunta, jossa siinäkin on mahdollista päästä lähelle 200 euroa. Tikanheitosta ja mölkystä on hyvä, jos kassaan kertyy molemmista satasen verran. Näiden lisäksi kesäjuhlissa myydään myös arpoja muutamien satasen edestä.

Taulukko 2. Budjetti ja tulosarvio

Tulosarvio		Budjetti	
Lipputulot	1000€	Huvilupa	30€
Puffetti	550€	Ruoka ja muut tarvikkeet	285€
Arpamyynti	350€	Teosto	60€
Aikuisten lajit	600€	Vakuutus	125€
Yhteensä	2500€	Yhteensä	500

1.8 Projektin aikataulu

Pääsiäisenä kevätkokouksessa sovittiin, että siivoustalkoon pidetään lauantaina 27.5 klo 10 ja samana päivänä on ensimmäinen tapahtuman suunnittelupäivä. Teema olisi hyvä keksiä jo aikaisessa vaiheessa, ettei käsikirjoituksen kanssa tule kiire. On ollut vuosia, kun käsikirjoitus on kirjoitettu viimeisellä viikolla ennen iltamia, mutta se ei ole kenenkään kannalta hyvä vaihtoehto. Suunnittelutiimi viettää kuitenkin suurimman osan ajasta Pihlajakoskella, joten ei ole ongelmaa järjestää tapaamisia. Kesäkuun alku käytetään ideointiin jokaisen omalla taholla ja ilmoille pyritään heittämään kaikki mitä mieleen juolahtaa. Juhannuksen lähestyessä olisi aika kerätä ideat yhteen ja alkaa työstämään käsikirjoitusta. Pyrimme tapaamaan suunnittelun merkeissä kolme kertaa viikossa.

Taulukko 3. Projektin aikataulu

PVM	TO DO	NOTES
27.5	Siivoustalkoot ja ideoinnin aloitus	Teema!
29.5-4.6	Teeman lukkoon lyönti	
5.6-11.6	Sketsi-ideoita ilmoille	Whatsapp- tai sähköposti-ryhmä kaikille, jotka haluavat olla mukana suunnittelussa
12.6-18.6	Yhteenveto ideoista	
19.6-25.6	Käsikirjoitus alulle	Juhannusviikko
26.6-2.7	Päiväjuhlan aikataulutusta ja kartoitus tarvittavista toimitsijoista	3x tapaaminen
3.7-9.7	Vapaaehtoisten rekrytointi	3x tapaaminen
10.7-16.7	Mainokset kuntoon ja esille, käsikirjoitus valmiiksi, kauppalista	3x tapaaminen
17.7-20.7	Pohjakassan haku Kuhmoisten Osuuspankista ja kaupassa käynti	
21.7	Kenraaliharjoitus perinteisesti perjantai-iltana	
22.7	Tapahtumapäivä	
23.7 →	Jälkityöt	Siivous, palautteiden analysointi ja tuloslaskelma

2 Työsuunnitelma

Tässä luvussa käsitellään projektin vaiheistus, yksilökohtaiset työtehtävät ja ajoitus. Lisäksi käydään läpi projektihallinnolliset menettelytavat ja dokumentointi.

2.1 Vaiheistus

Kesäkuu vietetään ideoiden ja teeman valinnan parissa, jonka jälkeen laitetaan käsikirjoitus alulle. Käsikirjoituksen kirjoittaminen vie arviolta kaksi viikkoa, mutta siihen on varmuuden vuoksi varattu enemmän aikaa. Päiväjuhla menee samalla kaavalla kuin ennenkin, ilman sen näkyvämpää teemaa, joten sen suunnitteluun ei mene paria päivää pidempään. Markkinointi aloitetaan heinäkuussa ja siitä löytyy tarkempaa tietoa luvusta 3.

Ennen tapahtumaa on tehtävä lista hankinnoista ja haettava pohjakassaan rahat Kuhmoisista. Seuratalo ja sen piha laitetaan kuntoon tapahtumaa edeltävällä viikolla. Näytelmän kenraaliharjoitus on talolla perjantaina 21.7.2017 klo 18. Tapahtumapäivä on valittu sillä perusteella, että se on jo vuosikymmeniä ollut sama viikonloppu. Näin vakituiset kävijät tietävät tulla paikalle ilman sen suurempaa markkinointia. Tapahtuma alkaa lauantaina 22.7.2017 klo 12 päiväjuhlan merkeissä joka kestää suunnilleen kello kahteen saakka. Ennen iltamia on muutaman tunnin tauko. Iltamat kestävät noin 3-4 tuntia ja niihin sisältyy näytelmä, tanssit ja mahdollisesti arpajaiset. Jälkityöt alkavat heti seuraavana päivänä siivouksen merkeissä. Palautteet ja tavoitteiden saavuttaminen pyritään käymään läpi heti seuraavalla viikolla.

2.2 Tehtävät työmäärät ja lopputulokset

Suunnittelutiimin tehtävänä on saada käsikirjoitus valmiiksi ennen kenraaliharjoitusta, sekä rekrytoida vapaaehtoiset näyttelijöiksi ja toimitsijoiksi kesäjuhliin. Vapaaehtoisten tarve on hyvä kartoittaa ensin ja sen jälkeen listata potentiaaliset henkilöt. Projektipäällikkönä huolehdin, että suunnittelutiimi tapaa riittävän usein ja kaikki etenee aikataulussa. Rahastonhoitajana tehtäviini kuuluu myös järjestää pohjakassa kaikille myyntipisteille, sekä arkistoida kuitit ja hoitaa takaisinmaksut. Soitan myös vakuutusyhtiöön kesäkuun aikana ja tilaan vastuuvakuutuksen tapahtumapäivälle. Puheenjohtajan konkreettisiin tehtäviin kuuluu huviluvan anominen poliisilta, ilmoittaminen musiikin käytöstä Teostolle, sekä joinain vuosina myös palkintolusikoiden tilaaminen. Kesäjuhliin tarvitaan kaksi järjestyksenvalvojaa, jotka hekin toimivat vapaaehtoisina. PNS kustantaa tämän takia aika ajoitin jäseniään järjestyksenvalvojaturssille. Suunnittelutiimin jäsen Sirkka Seppälä toimii yhteyshenkilönä PNS:n ja Jämsän Tarvikekeskuksen välillä.

2.3 Ajoitus

Projekti alkaa virallisesti siivoustalkoista, jotka pidetään tänä vuonna 27.5. Tapahtuman päivämäärä ja rakenne on kuitenkin ollut selvillä jo syksystä asti. Projekti päättyy virallisesti noin viikko tapahtumapäivän jälkeen, kun palautteet on saatu analysoitua ja tuloslaskelma tehtyä.

2.4 Projektihallinnolliset menettelytavat

Olen päättänyt luoda suunnittelutiimille keskusteluryhmän Whatsppiin, jonka avulla on helppo sopia tapaamisia ja pysyä ajan tasalla. Lisäksi valmistuvaa käsikirjoitusta jaetaan sähköpostin avulla kaikille mukana projektissa oleville ja sen ideointiin jaa osallistua kaikki halukkaat. Viime vuonna oli käytössä vain hallituksen keskusteluryhmä ja laajempi ryhmä, jossa oli lähes kaikki vapaaehtoiset näyttelijät ja toimitsijat. PNS:n ryhmä voisi myös toimia suunnitteluryhmän kanavana, mutta kaikki hallituksen jäsenet eivät ole kesäjuhlien suunnittelussa yhtä aktiivisesti mukana. On kuitenkin reilua, että he tietävät missä mennään, joten voi olla, että päädymme käyttämään tätä ryhmää. Toinen kesäjuhlakeskusteluryhmä onkin sitten harjoitusaikoja ja vastuunjakamista varten. Sitä tarvitaan vasta heinäkuun puolella.

Puheenjohtaja luottaa meihin sen verran, että saamme tehdä päätöksiä melko itsenäisesti. Tiedottaminen kaikesta mahdollisesta on kuitenkin suotavaa, ettei tule väärinkäsityksiä tai muita ikäviä yllätyksiä. Monet tiimin jäsenet ovat olleet mukana järjestämässä kesäjuhlia jo useita vuosia, joten suunnittelu ja toteutus menee osittain rutiinilla.

2.5 Dokumentointi

Iltaamat pyritään joka vuosi kuvaamaan videolle. Toivon mukaan tänäkin vuonna löytyy kamera ja sille osaava käyttäjä. Muuten dokumentointi on ollut vähäisempää, sillä päivä on niin kiireinen, ettei kukaan oikein ehdi pyöriä kameran kanssa. Kuvia tietysti otetaan sen mukaan mitä ehditään. Nykyään PNS:llä on aktiivinen Facebook, sekä Instagram-tili, jonne kuvia on helppo jakaa kaikkien nähtäville. Sosiaalinen media toimii myös hyvänä markkinointikanavana ennen tapahtumaa. Puheenjohtajan tehtävä on ylläpitää sosiaalista mediaa ajan tasalla.

3 Markkinointi ja viestintä

Tässä luvussa keskitytään kesäjuhlien markkinointiin ja viestintään. Ennen markkinoinnin aloittamista on tärkeää kartoittaa tavoitteet, kanavat, vastuuhenkilöt ja budjetti. Viestinnän osalta on tärkeä määritellä viestinnän toteutus, jotta se olisi mahdollisimman toimivaa.

3.1 Markkinoinnin tavoitteet

Markkinoinnilla on luonnollisesti tavoitteena saada tieto tapahtumasta mahdollisimman monille ja siten maksimoida kävijämäärä. Tapahtumaa markkinoimalla pyritään myös lisäämään tietoa Pihlajakosken nuorisoseurasta ja herättämään kiinnostusta sen toiminnasta. Näin on mahdollista saada myös lisää jäseniä seuraan ja muistuttaa jo olemassa olevia jäseniä jäsenmaksun maksamisesta. Emme siis markkinoi pelkästään Kesäjuhlia tapahtumana, vaan samalla koko nuorisoseuraa uusien jäsenien toivossa.

3.2 Kohderyhmät ja ydinviestit

Tapahtuman kohderyhmä on ensisijaisesti Pihlajakosken ja lähikylien kaiken ikäiset asukkaat. Lisäksi kohderyhmään kuuluvat kesämökkiläiset ja veneilijät, jotka viettävät aikaa Pihlajakoskella. Päiväjuhlan kohderyhmä on helppo jakaa kahteen osaan. Toinen on alle 15-vuotiaat lapset, joille on omat pelit ja leikit. Teini-ikäiset eivät näistä aktiviteeteista välttämättä enää innostu, mutta he saavat halutessaan osallistua aikuisten lajeihin. Aikuisten lajien kohderyhmä on ikähaarukaltaan suurempi, mutta yhteisenä tekijänä kaikille on leikimielinen kilpailuhenkisyys. Kaikista neljästä lajista palkitaan kolme parasta.

Lapset ovat tervetulleita myös iltamiin ja näytelmä rakennetaan niin, että lapsetkin sen jaksavat katsoa. Iltamien varsinainen kohderyhmä on ehkä kuitenkin aikuiset, joille Pihlajakoski on jokseenkin tuttu paikka. Välillä vitsejä voi olla vaikea ymmärtää, jos ei tunne kylää tarpeeksi hyvin. Näytelmän jälkeiset tanssit on ensisijaisesti järjestetty vanhemman polven vieraille. Tietysti tuo oman piristyksensä iltaan, jos jokunen lapsikin innostuu tanssittamaan tätejä ja setiä parketilla.

Tapahtuman ydinviesti ja teema on nuorisoseurojen toimintamallin mukaisesti yhdessä tekeminen. Kesäjuhlilla halutaan viestittää, että Pihlajakosken kylällä on elämää, vaikka vakituiset asukkaat ovatkin vähentyneet vuosien kuluessa. PNS haluaa erityisesti ottaa lapsia mukaan ohjelmaan ja osoittaa, että perinne tulee jatkumaan vielä pitkään. Samalla PNS antaa viestin, että lapset ja aikuiset voivat onnistuneesti tehdä yhteistyötä. Huumori

on myös tärkeä osa kesäjuhlia ja vaikka kuinka takahuoneessa stressi puski päälle, sitä ei näytetä kävijöille. Kesäjuhlat ovat iloinen ja rento tapahtuma.

3.3 Kanavavalinnat

Tässä luvussa käydään läpi Kesäjuhlien markkinointiin käytetyt kanavat. Perinteisin markkinointikeino on ollut isojen julisteiden kiinnittäminen kylän keskeisille paikoille paria viikkoa ennen tapahtumaa. Nämä keskeiset paikat ovat kyläkauppa, satama ja seurantalo. Julisteet ovat säilyttäneet saman muotonsa jo monien vuosien ajan, vaikka niitä on pitänyt välillä uusiakin. Julisteet on tehty käsin ja niihin on saatu mahtumaan kaikki oleellinen tapahtumasta. Ne ovat huomiota herättäviä ja persoonallisia. Pienempiä ilmoituksia on viety Kuhmoisten kirkonkylälle ja Jämsään.

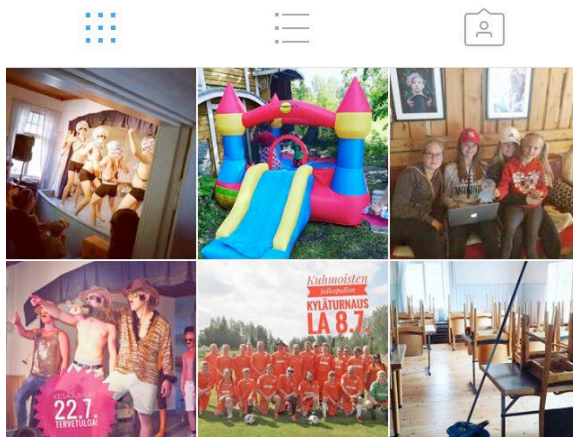


Kuva 1. Perinteinen kesäjuhlailmoitus Rantamakasiinikahvilan ulkoseinässä (Sonja Sepälä)

Kuhmoisten Sanomiin on aikaisempina vuosina ollut tapana laittaa ilmoitus tapahtumasta. Lisäksi lehden toimittaja on kutsuttu tapahtumaan ja yleensä lehteen on syntynyt jonkin asteen juttu Kesäjuhlista. Kuhmoisten Sanomat on alueen luetuin lehti, joten se on hyvä markkinointikanava.

Viime vuosina sosiaalinen media on vienyt yrityksen toisensa perään mennessään. Myös PNS on osa sosiaalisen median maailmaa. Seuralla on Facebook-sivut sekä Instagram-

tili, joiden ylläpidosta vastaa puheenjohtaja Sara Seppälä. Kesäjuhlista luodaan joka vuosi myös tapahtuma Facebookiin. Kohderyhmä huomioon ottaen sosiaalinen media ei ehkä ole kaikkein tehokkain markkinointikeino, mutta se on nykyaikaa ja sitäkin hauskempi tapa jakaa informaatiota toiminnasta. Lisäksi sen avulla voi mahdollisesti tavoittaa nuorisoa ja kauempana asuvia ihmisiä.



Kuva 2. PNS:n Instagram-tilin etusivu (Sonja Seppälä)

3.4 Budjetti, aikataulu ja vastuhenkilöt

Markkinointiin ei ole aikaisemmin, eikä tänäkään vuonna varattu rahaa budjetista. Pyrimme hoitamaan markkinoinnin ilman kuluja käyttäen hyväksi perinteisiä ilmoituksia, sekä sosiaalista mediaa. Näin on aikaisemminkin tavoitettu riittävästi kohdeyleisöä. Tapahtuman vahvuus on se, että se on jo tuttu monen kävijän keskuudessa ja ihmiset tietävät tapahtuman ajankohdan jo entuudestaan.

Sosiaalisessa mediassa markkinointi aloitetaan jo kesän alussa ja sitä lisätään kokoajan tapahtuman lähestyessä. Ilmoitukset kiinnitetään talon seinään ja muille kylän keskeisille paikoille tapahtumaa edeltävänä viikonloppuna. Sosiaalisen median markkinoinnista on vastuussa puheenjohtaja, joka vastaa muutenkin sosiaalisen median päivityksestä. Ilmoituksista on vastuussa suunnittelutiimi.

3.5 Sisäinen viestintä

Sisäisen viestintä toteutetaan pääasiassa hallituksen Whatsapp-ryhmän avulla. Päädyimme siihen, koska monet eri ryhmät sekoittaisivat vain turhaan. Suunnittelutiimi kuuluu hallitukseen ja hallituksen on hyvä tietää missä mennään. Näin ollen riittää yksi keskusteluryhmä. Käsikirjoitusta on kuitenkin helpoin jakaa sähköpostin välityksellä. Sen kanssa on kuitenkin oltava varovainen, ettei se paljastu ennen aikojaan. Osa iltamien viehätystä on se, ettei katsoja tiedä mitä tuleman pitää.

Liite 2. Päiväjuhlan palautelomake

Palautelomake

Olen: mies___nainen___

- Vakituisen asukas (Kuhmoinen)
- Mökkiläinen
- Veneilijä
- Jokin muu

Asuinpaikka:_____

Ikä: alle 10___ 10-19___ 20-29___ 30-39___ 40-49___

50-59___ 60-69___ 70-79___ yli 80___

Kuinka monta kertaa olette käynyt kesäjuhlilla?

- Ensimmäinen kerta
- 1-5 kertaa
- 5-10 kertaa
- Yli kymmenen kertaa

Mikä oli parasta päivätapahtumassa?

Mihin aktiviteetteihin osallistuitte?

- Arpajaiset
- Lasten kilpailut
- Saappaanheitto
- Tikanheitto
- Mökky
- Ammunta
- Puffetti

–

Aiotteko osallistua myös iltamiin?

- Kyllä
- Ei
- Ehkä

Kokonaisarvosana tapahtumalle:_____

Kääntöpuolelle vapaa sana ja kehitysehdotukset!

Kysely on nimetön ja vastauksia käsitellään luottamuksellisesti. Se on osa Sonja Seppälän opinnäytetyöprojektia (Haaga-Helia AMK).