



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU

Uuden edellä

Tapahtuman tuottaminen projektina

Case: Rakentaja-päivä

Mastosalo, Noora

2012 Laurea Leppävaara

Laurea-ammattikorkeakoulu
Laurea Leppävaara

Tapahtuman tuottaminen projektina
Case: Rakentaja-päivä

Mastosalo, Noora
Palvelujen tuottamisen ja johtami-
sen koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Maaliskuu, 2012

Laurea-ammattikorkeakoulu
 Laurea Leppävaara
 Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma

Tiivistelmä

Mastosalo, Noora

Tapahtuman tuottaminen projektina Case: Rakentaja-päivä

Vuosi 2012 Sivumäärä 38

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää miten tuottaa onnistunut tapahtuma. Tutkimustehävänä tuotettiin tapahtuma, Rakentaja-päivä, jonka eri vaiheita seuraamalla saatiin tietoa siitä, miten onnistunut se oli ja miten parantaa sitä.

Rakentaja-päivätapahtuman toimeksianto tuli yritys x:ltä, jolla oli tarkoitus kehittää tapahtuma, joka toteutuisi joka vuosi. Yritys oli muualla Suomessa testannut Rakentaja-päivän ideaa ja halusi tuoda sen nyt pääkaupunkiseudulle. Rakentaja-päivän tarkoituksena on tarjota uutta ja päivittynyttä tietoa kaikenlaisille rakentajille, niin pientalorakentajille kuin rakennusalan yrityksille. Rakentaja -päivän suunnittelun ja toteutuksen toteuttivat Laurea-ammattikorkeakoulun matkailu-, ravitsemis- ja talousalan opiskelijat. Opiskelijat eivät olleet ennestään tuttuja, joten ryhmä joutui kehittymään toimivaksi kokonaisuudeksi, jotta he pystyivät toteuttamaan tapahtuman projektina.

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tutkimusmenetelminä oli osallistuva havainnointi, benchmarking ja kysely. Tutkija osallistui tapahtuman tuottamiseen osana sitä ja havainnoi tapahtuman suunnittelu- ja toteutusprosessia. Tapahtuman suunnitteluvaiheessa käytettiin benchmarkingia selvittämään tapahtuman taustoja, kuten kilpailijoita, ja sitä tulisi käyttää myös jokaisen uuden tapahtuman suunnitteluvaiheessa. Kyselyä taas käytettiin palautteen keruuseen, jotta voitiin arvioida muidenkin kuin tutkijan näkökulmasta tapahtuman onnistuneisuutta. Kysely toteutettiin tapahtumassa kävijöille ja tapahtuman toteuttamisesta vastanneille. Tapahtuman arvioinnista haluttiin mahdollisimman realistinen.

Osallistuvalla havainnoinnilla saatiin kerättyä tietoa siitä, miten projektiryhmä toimi ja siitä tehtiin johtopäätöksiä miten parantaa toimintaa. Arvioidessa tapahtuman onnistuneisuutta käytettiin hyväksi myös kyselyllä saatuja tuloksia. Muun muassa kyselyn tuloksista on nähtävissä, että eniten tapahtumaan vaikuttivat suunnitteluvaiheessa tehdyt päätökset esimerkiksi markkinoinnista. Kun verrattiin Rakentaja -päivän palautetta toisten vastaavanlaisten tapahtumien messututkimuksiin, voitiin todeta, että vaikka osallistujamäärät olivat pienemmät. Silti Rakentaja -päivässä ehdotettiin samoja parannuksia ja kuljettiin samoilla kulkuneuvoilla sekä oltiin tyytyväisiä saatuun tietoon.

Asiasanat: projektijohtaminen, tapahtuma, tapahtuman tuottaminen

Mastosalo, Noora

Planning an Event as a Project

Year	2012	Pages	38
------	------	-------	----

The purpose of this thesis was to investigate how to produce a successful event. The objective was to produce an event, Rakentaja -päivä (Construction Event), and to obtain information about how successful it was and what could be improved in the future.

The project was commissioned by a company x. The contact person in the company suggested that an annual event would be drawn up. The company had tested the idea of a similar the Construction Event in northern Finland and the idea was to be transferred to the Helsinki metropolitan area. The purpose of Construction Event is to provide new and innovative information about building and construction to builders, such as residential building and the building branch in general. The planning and implementation stages were carried out by students of Laurea University of Applied Sciences. The students did not know each other from before and that is why the group had to develop in order to become a functional team which could execute an event project.

The used research methods in this functional thesis were participant observation, benchmarking and questionnaire. The researcher worked as a part of the event planning team and observed the process of implementing the event. Bench-marking was used when the event was planned. It was exploited to gain information about similar events and to make the event better than other events. Bench-marking should be used every time a new event is planned. The questionnaire was used to collect feedback from customers and the people who took part in the project so that the event could be evaluated.

On the basis of the observations information about how the project group acted as well as development ideas were created. In the evaluation, the results of the questionnaires were exploited. The results clearly indicate that decisions made about e.g. marketing in the planning stage greatly affected the event. When the results were compared to other similar events it could clearly be seen that the number of visitors was lower in the Construction Event and that the visitors hoped exactly the same points to be improved. People visited the fair for the same reasons and used similar vehicles to get there as to other previous construction fairs. The visitors were also pleased with the information they got.

Keywords: project management, event management, event planning

Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	Tapahtuma on projekti- haasteita toteuttamiselle, ryhmälle ja johtamiselle.....	7
2.1	Tapahtuman tuottaminen.....	7
2.1.1	Tapahtuman suunnittelu.....	7
2.1.2	Tapahtuman toteutus.....	11
2.1.3	Tapahtuman päättäminen ja jälkityöskentely.....	12
2.1.4	Tapahtuman johtaminen.....	13
2.2	Projektijohtaminen.....	14
2.2.1	Projektin käynnistäminen ja suunnittelu.....	16
2.2.2	Projektin toteutus.....	18
2.2.3	Projektin päättäminen.....	19
2.2.4	Projektin johtaminen.....	19
2.3	Ryhmän kehitysvaiheet ja johtaminen.....	20
2.3.1	Muotoutumisvaihe.....	21
2.3.2	Kuohuntavaihe.....	21
2.3.3	Yhdenmukaisuusvaihe.....	22
2.3.4	Kypsä ryhmä.....	22
2.3.5	Ryhmän lopettaminen.....	23
3	Hankkeen kuvaus.....	23
3.1	Hankkeen lähtökohdat ja toimintaympäristö.....	24
3.2	Tutkimusmenetelmät.....	24
3.2.1	Osallistuva havainnointi.....	25
3.2.2	Benchmarking.....	27
3.2.3	Kysely.....	28
3.3	Kevään 2011 Rakentaja-päivä.....	29
3.3.1	Rakentaja-päivän suunnittelu.....	30
3.3.2	Rakentaja-päivän toteutus ja jälkimarkkinointi.....	31
3.3.3	Tutkimusmenetelmien käyttö hankkeessa ja niiden tulokset.....	32
3.4	Uuden Rakentaja-päivän suunnittelu.....	35
3.4.1	Lähtökohdat.....	35
3.4.2	Suunnittelu.....	36
3.4.3	Toteutus ja jälkimarkkinointi.....	37
4	Yhteenveto ja johtopäätökset.....	38
	Lähteet.....	39
	Liite 1 Asiakaspalautelomake.....	41
	Liite 2: Toimijoiden palautelomake.....	44

1 Johdanto

Vilka ja Airaksinen (2003, 9) kuvaavat toiminnallisen opinnäytetyön olevan vaihtoehto ammattikorkeakoulussa tutkimukselliselle opinnäytetyölle. Toiminnallinen opinnäyte koostuu käytännön toteutuksesta ja sen raportoinnista tutkimusviestinnän keinoin, mutta sen voi toteuttaa eritavoilla. Esimerkiksi toteutuksen tuotoksena voi olla tapahtuma tai käytännön toteutuksen ohjeistus, opastus tai ohje. (Vilka, Airaksinen 2003, 9.)

Jokaisen opintojen päättävän opiskelijan tulee tehdä opinnäytetyö. Opinnäytetyössä opiskelija osoittaa asiantuntijuuttaan ja ammatillista osaamistaan sekä tekee tutkimus- ja kehitystyötä oman alansa ilmiöstä tai aihepiiristä (Hemmilä 2009). Tämä opinnäytetyö sai alkunsa keväällä 2011, kun yritys otti yhteyttä oppilaitokseen ja halusi toteuttaa tapahtuman yhdessä matkailu-, ravitsemis- ja talousalan opiskelijoiden kanssa. Tapahtumasta haluttiin jokavuotinen, joten tapahtumasta tarvittiin kuvaukset projektin etenemisestä ja mahdollisia kehitysehdotuksia.

Opinnäytetyön tarkoitus oli selvittää miten tuottaa onnistunut tapahtuma. Tarkoituksena oli, että tuotetaan Rakentaja-päivätapahtuma projektina, ja siitä kerätään tietoa ja selvitetään miten onnistunut tapahtuma oli. Palautteiden ja selvitysten perusteella oli tarkoitus saada selville, mitä voidaan tehdä paremmin seuraavan vuoden tapahtumaan.

Kehittämistehtävä oli tässä opinnäytetyössä järjestää Rakentaja-päivä ja tutkia miten sitä kehittää tulevaisuudessa. Tapahtuman tuottamisessa käytettiin hyväksi osallistuvaa havainnointia ja bench markingia samoin kuin tapahtuman arvioinnissa. Lisäksi arvioinnissa käytettiin hyväksi kyselyä, joka toteutettiin tapahtuman yhteistyökumppaneille ja tapahtumaan osallistuneille.

Opinnäytetyö alkoi selvittämällä teoriaa tapahtuman tuottamisesta, projektijohtamisesta ja ryhmän kehitysvaiheista, sillä kehittämistehtävä oli tuottaa tapahtuma projektissa, ennestään tuntemattomassa ryhmässä. Teoriaa kirjoittaessa Rakentaja-päivätapahtuma suunniteltiin, toteutettiin ja päätettiin ja siitä kerättiin palautetta. Tästä on kuvaukset opinnäytetyön hanke-osuudessa. Hanke-osuudesta löytyy myös tulokset ja johtopäätökset sekä parannusehdotukset seuraavaan Rakentaja-päivään ja lopuksi opinnäytetyöntekijän omat arviot opinnäytetyön onnistumisesta.

2 Tapahtuma on projekti- haasteita toteuttamiselle, ryhmälle ja johtamiselle

Tapahtuman ja projektin toteutuksella on useita yhteneviä piirteitä. Voidaankin sanoa, että tapahtuma on projekti. Tällöin tapahtumaa tuottaessa on hyvä tutustua tapahtuman tuottamisen lisäksi projektin tuottamiseen. Niin tapahtuma kuin projektikin on määräaikaista, joten se luo johtamiselle haasteita, joita projektipäällikön tulee asiantuntevasti osata ratkoa. On siis tärkeää tutustua myös ryhmän kehitysvaiheisiin, jotta pystytään ymmärtämään ihmisten käyttäytymistä eri vaiheissa projektia tai tapahtuman tuottamista.

Seuraavaksi tässä opinnäytetyössä on esitelty ensin tapahtuman tuottamista, miten se etenee ja mitä sen johtamisessa tulee ottaa huomioon. Tapahtuman tuottamisen teoria on tärkeää, koska opinnäytetyön kehitystehtävänä tuotettiin tapahtuma. Tapahtuman tuottamisen jälkeen esitellään vastaavasti projektin eteneminen ja sen johtamista, sillä kehityshanke oli opiskelijaprojekti. Koska tapahtuma tuotettiin opiskelijaprojektina, haluttiin tässä teoriaosuudessa selvittää myös ryhmän kehitysvaiheita ja sitä, miten johtajan eli projektipäällikön tulisi huomioida tämä projektin edetessä.

2.1 Tapahtuman tuottaminen

Tapahtuman tuottamisessa tulee ottaa monia asioita huomioon: lähtökohdat, markkinointi, suunnittelu, sisältö ja teema, johtaminen ja muut vastuuhenkilöt jne. Ensin on kuitenkin hyvä lähteä siitä, että tietää mitä tarkoittaa tapahtuma. Shone ja Parry (2004. 3) määrittelevät tapahtuman olevan arkisista askareista poikkeava aktiviteetti, jonka tarkoituksena on viihdyttää, sivistää, juhlia tai haastaa tiettyä joukkoa, esimerkiksi vapaa-ajallista, kulttuurillista, henkilökohtaista tai järjestöllistä joukkoa. Vallo ja Häyrinen (2010. 244) sanovat, että tapahtumat voidaan jakaa sisällön mukaan tapahtumalajeihin, joita voi olla asiatapahtuma, viihdetapahtuma tai yhdistelmä tapahtuma. Heidän mukaansa tapahtumat voidaan jakaa myös toteuttamistavan mukaan eri tapahtumalajeihin, joita on organisaation itse rakentama tapahtuma, yrityksen ulkopuoliselta ostettu tapahtuma -palvelu, ketjutettu tapahtuma tai valmiin kattotapahtuman hyödyntäminen.

Tapahtuman tuottaminen on prosessi johon kuuluu suunnittelu-, toteutus- ja jälkimarkkinointivaihe (Vallo & Häyrinen 2010. 147). Seuraavaksi onkin esitelty mitä näissä vaiheissa tulisi ottaa huomioon ja mitä niissä vaiheissa tapahtuu.

2.1.1 Tapahtuman suunnittelu

”Hyvin suunniteltu on puoliksi tehty” sanoo vanha sananlasku. Myös tapahtumaa tuottaessa suunnitelmat tulee olla huolellisesti tehty. Suunnittelu kannattaa aloittaa mahdollisimman

ajoissa, sillä se on tapahtuman tuottamisessa aikaa vievin osa. Suunnitteluvaihe voi viedä aikaa muutamasta kuukaudesta useisiin vuosiin, riippuen tapahtuman koosta. (Vallo & Häyrinen 2010. 148-152.) Jokaisella tapahtumalla tulisi olla kirjallinen suunnitelma, riippumatta sen koosta (Conway 2009. 16-18). Suunnittelu on elintärkeää siksi, että tapahtuman tuottaminen on moniosainen ja siinä tulee ottaa useita asioita huomioon. Varsinkin, jos järjestäjä on kokematon tapahtuman järjestäjä, monet asiat oleelliset asiat tapahtuman kannalta saattavat jäädä huomioimatta. Suunnitelmaa tehdessä on kuitenkin hyvä muistaa, että vaikka se olisi kuinka hyvin tehty niin harvoin ensimmäinen suunnitelma pysyy muuttumattomana tapahtumaan asti. (Shone & Parry 2004. 81-82.) Uutta tietoa tulee jatkuvasti ja lähtökohdat muuttuvat, mutta silti kun suunnitelma on siinä vaiheessa, että se tuntuu olevan valmis, se tulisi niin sanotusti jäädyttää eli tehdä lopullisesti hyväksytty suunnitelma. Kun suunnitelma on hyväksytty, siihen ei enää tulisi tehdä enää suuria muutoksia. (Conway 2009. 16-18.)

Shone ja Parry (2004. 81-82) puhuvat myös suunnitelman tärkeydestä. He sanovat, että joskus on väitetty jopa, että suunnitelmeprosessi on itsessään avain siihen mitä tulee tapahtumaan. Eli huolellisesti ja hyvin suunniteltu olisi avain menestyvään tapahtumaan. He puhuvat, että tärkeintä on tunnistaa tapahtuman tuottamisen liittyvät elementit ja asiat, jotta pystyy suunnittelemaan kaiken oikein. Asioihin tulee tutustua systemaattisesti ja purkaa ne palasiin, jottei mitään oleellista unohdu tapahtuman kannalta. (Shone & Parry 2004. 81-82.)

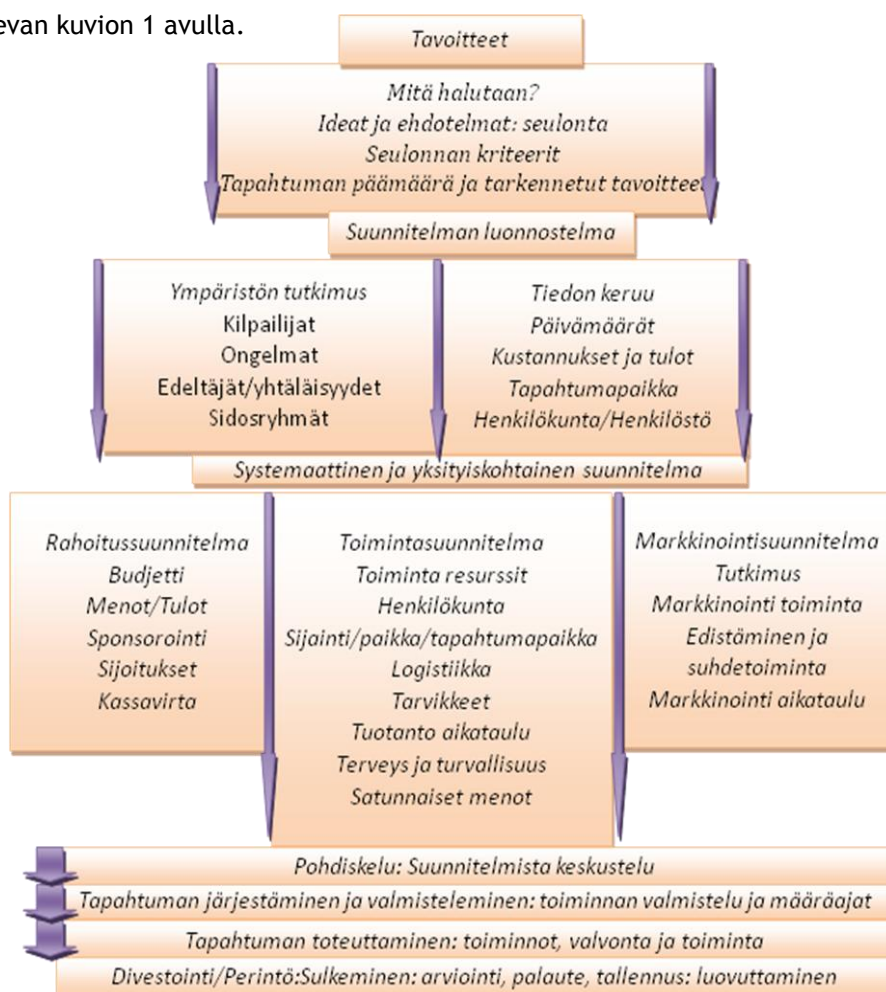
Conway (2009. 16-18) aloittaa tapahtuman suunnittelun ottamalla yhteyksiä eri tahoihin, kuten lupa-asioiden ja turvallisuuden asiantuntijoihin. Sitten hän kirjaa yhteys henkilöiden nimet ylös listaan, josta näkee mikä on henkilön asiantuntijuus ja yhteystiedot. Hän myös suosittelee kirjaamaan ylös sovitut asiat, jotta pysyy mukana mitä on tehty ja mitä on tekemättä. Jatkossa tätä niin sanottua päiväkirjaa voi tutkia ja hyödyntää jatkossa: huonosti asiansa hoitaneita yrityksiä tai henkilöitä ei kannata hyödyntää uudestaan.

Vallo ja Häyrinen (2010. 148-152) suosittelevat ottamaan jo tapahtuman ideointiin siinä mukana olevat henkilöt, jotta saadaan erilaisia näkökulmia ja ideoita ja samalla saadaan henkilöt motivoituneiksi ja sitoutuneiksi tapahtumaan. Kun henkilöt ovat sitoutuneita ja motivoituneita, tapahtuman onnistumisen todennäköisyys kasvaa. Heidän mukaansa tapahtuma tulisi aloittaa niin sanotulla tapahtumabriefillä. Briefiin osallistuu tapahtuman tuottamiseen osallistuvat henkilöt ja siellä kootaan yhteen tapahtuman reunaehdot. Reunaehdot kasataan asiakirjaksi, joka voidaan toimittaa toimeksiantona tapahtumatoimistolle tai ottaa itse käyttöön. Reunaehdoissa tulisi selvittää miksi, kenelle, mitä, miten, millainen jne. tapahtuma on. Siellä tulee olla tapahtuman tarkoitus, eli miksi se järjestetään. Kohderyhmän määrittäminen on tärkeää, että tiedetään kenelle tapahtumaa järjestetään samoin kuin miten järjestetään, itse, ostetaan, katto vai ketjutapahtuma. Sisältö määritellään, jotta tiedetään millaisesta tapahtumasta on kyse ja samalla sovitaan ketkä toimivat siellä isäntinä ja millaista tunnelmaa

tapahtumaan tavoitellaan. Tärkeää on myös sopia suunnitteluvaiheessa tapahtuman budjetti selväksi. (Vallo & Häyrinen 2010. 148-152.)

Vallo ja Häyrinen (2010. 148-152) jatkaisivat tapahtumabriefin jälkeen tapahtuman käsikirjoitukseen. He kuvaavat, että käsikirjoitus on kuin näytelmän käsikirjoitus, se alkaa kun ensimmäinen asiakas saapuu ja loppuu kun viimeinen asiakas lähtee. Käsikirjoitus on tapahtumassa työskenteleville työkalu, joka kertoo mitä, missä ja milloin tapahtuu eli kokonaiskäsityksen tapahtumapäivästä. Projektipäällikkö laatii käsikirjoituksen jokaiselle vastuuhenkilölle. Käsikirjoituksessa voi olla myös nimettynä päävastuuhenkilö, joka vastaa viime kädessä tapahtumapäivänä ilmenevistä ongelmista, koska useinkaan kaikki ei mene niin kuin on ennalta suunniteltu. Käsikirjoituksella myös pyritään sujuvuuteen, sillä huolellisesti suunniteltu aikataulu ja asioiden hoitaminen vaikuttaa sujuvuuteen. Sujuvuudessa tulee ottaa huomioon myös se, että mitä enemmän on asiakkaita, sitä enemmän tarvitaan henkilökuntaa tapahtumaan. Sujuvuus on osa tapahtuman laatua. (Vallo & Häyrinen 2010. 148-152.)

Suunnitteluprosessi voi edetä eri tavalla, mutta Shone ja Parry (2004. 83) ovat kuvanneet sen alla olevan kuvion 1 avulla.



Kuvio 1: Tapahtuman suunnittelu prosessi (Shone & Parry 2004. 83)

Kuviossa 1 suunnittelu alkaa tavoitteista. Ensin määritellään mitä tapahtumalla halutaan saavuttaa. Sen jälkeen voidaan alkaa ideoimaan ja tehdä ehdotuksia, joita seulotaan määritetyillä kriteereillä. Seulonnan tuloksena tulisi olla tarkempi päämäärä ja tavoite tapahtumalle. Tästä tehdään yhteenvetona suunnitelman luonnos. Kun alustava suunnitelma on tehty, voidaan alkaa tekemään systemaattisempaa ja yksityiskohtaisempaa suunnitelmaa, johon on kirjattu tarkemmin kaikki tiedot. (Shone & Parry 2004. 83.)

Systemaattisessa ja yksityiskohtaisemmassa suunnitelmaa varten on tehty ympäristö tutkimus ja tiedon keruu. Ympäristö tutkimuksessa on selvitetty kilpailijat, ongelmat, sidosryhmät sekä edeltäjät ja niiden kanssa olevat yhtäläisyydet. Jo tässä vaiheessa kannattaa arvioida tapahtuman onnistuneisuutta ja tehdä muutoksia suunnitelmaan, jotta se olisi mahdollisimman onnistunut. Systemaattisessa suunnitelmassa tulee myös olla tiedon keruu osuudessa määritellynä tapahtuman päivämäärä, tapahtumapaikka ja toimijat eli henkilöstö tai henkilökunta. Myös kustannukset ja tulot tulee laskea alustavasti, jottei myöhemmin tule yllätyksiä. (Shone & Parry 2004. 83.)

Yksityiskohtaisemman ja systemaattisemman suunnitelman jälkeen tutustutaan, mietitään ja sovitaan vielä tarkemmin tapahtuman eri osa-alueista. Kuviossa 1 osa-alueet on jaettu kolmeen osaan; rahoitussuunnitelma, toimintasuunnitelma ja markkinointisuunnitelma. Rahoitussuunnitelmaan määritellään tapahtuman budjetti, merkitään menot ja tulot sekä mahdolliset sponsorit ja sijoitukset sekä kaikki kassavirrat. Rahoitussuunnitelmassa on otettu huomioon kaikki tapahtuman eri osa-alueet ja suunniteltu kaikki kulut ja tulot. (Shone & Parry 2004. 83.)

Toimintasuunnitelmassa taas määritellään toiminnan resurssit ja henkilökunta, tapahtuman sijainti eli tapahtumapaikka, logistiikka, tarvikkeet, tuotanto aikataulu, terveys ja turvallisuus ja satunnaiset menot. Toimintasuunnitelma on hyvä olla, jotta voidaan arvioida, pystytäänkö olemassa olevilla resursseilla toteuttamaan tapahtuma vai tarvitaanko esimerkiksi lisää henkilökuntaa tai tarvikkeita. Jos jotain tarvitaan lisää, tarvitaan lisää resursseja ja tällöin tarvitaan joko lisää rahoitusta tai muuttaa suunnitelmia pienemmiksi. Aikataulut on hyvä suunnitella oikein ja realistisesti, jotta tapahtuma todella voi toteutua. Tulee siis ottaa selvää kauanko kestää esimerkiksi tapahtumaan tilattavien tuotteiden, tavaroiden tai muun vastaavan kuljetus tapahtumapaikalle, kauan sen purku kestää ja miettiä, mitä jos ne eivät saavukaan sovittuun aikaan. (Shone & Parry 2004. 83.)

Markkinointisuunnitelmasta näkee muun muassa markkinoinnin aikataulun. Ensin voidaan tehdä markkinointi tutkimus esimerkiksi siitä mitä markkinointikanavia tulisi käyttää. Suunnitelmaan tulee määritellä ja perustella kannattavat markkinointivälineet ja miten niitä tullaan käyttämään. (Shone & Parry 2004. 83.)

Rahoitus-, toiminta- ja markkinointisuunnitelmien yhdistämisen jälkeen pitää keskustelu, jossa pohditaan, onko suunnitelma realistinen ja onko siellä jotain epäkohtia mihin tulisi puuttua vielä. Tämän jälkeen mietitään tapahtuman järjestämistä ja valmistelemista. Järjestämistä ja valmistelemista varten suunnitellaan toiminnan valmistelut ja määrääjat, kuten mihin mennessä on tehty mitään sekä mitä voidaan, ja täytyy, tehdä ennen tapahtumapäivää. Tapahtuman toteuttaminenkin tulee käydä vielä läpi ja tarkistaa, että kaikki toiminnot on tarkoin suunnitellut ja miettiä miten niitä valvotaan. Myös kaikki toiminta tulee selvittää suunnitteluvaiheessa. Kun kaikki osiot on suunniteltu ja käyty läpi huolella, päädytään divestointi eli niin sanottuun perintö vaiheeseen, jossa arvioidaan lopullinen suunnitelma. Arvioijia voi olla tapahtuman johtoryhmä tai asiakas, joka antaa vielä palautetta tapahtuman suunnittelijoille. Palautteesta parannusehdotuksia voidaan vielä tehdä ennen lopullista tallennusta ja suunnitelman luovuttamista. (Shone & Parry 2004. 83.) Lopullisen suunnitelman luovuttamisen jälkeen suunnitelmaan ei tulisi enää tehdä suuria muutoksia, jotta tapahtuma pysyy kasassa, eikä tule suuria yllätyksiä esimerkiksi kustannuksissa.

2.1.2 Tapahtuman toteutus

Toteutusvaiheen voi jakaa kolmeen osaan: rakennus, itse tapahtuma ja purkuvaihe. Toteutusvaihe alkaa kun suunnitelmasta tulee totta ja se vaatii saumatonta yhteistyötä jokaiselta tapahtumassa mukana olevalta osalta, jokaisen tulee tietää paikkansa. Kolmesta osasta rakennusvaihe on aikaa vievin osa. Siinä kulussit kasataan ja laitetaan rekvisiitta kuntoon. Itse tapahtuma on hetkessä ohi ja on hyvä muistaa, että itse tapahtuman aikana on enää vaikea muuttaa mitään suurta. Purkuvaihe alkaa kun viimeinen vieras tai asiakas on poistunut. (Vallo & Häyrinen 2010, 153.)

Vallo ja Häyrinen (2010, 154) kirjoittavat, että tapahtuman onnistumisen kannalta on hyvä pitää kenraaliharjoitukset. Parhain ajankohta on kun rakennusvaihe on melkein valmis ja ennen kuin tapahtuma alkaa. Tämä antaa silloin vielä mahdollisuuden muuttaa asioita, jos huomataan puutteita. Kenraaliharjoituksessa on hyvä muun muassa testata toimiiko kaikki tekniikka, jota tarvitaan. Ennen varsinaista kenraaliharjoitusta voidaan käydä päivä yhdessä toimijoiden kanssa läpi ja pyytää mahdollisia esiintyjiä harjoittelemaan puheitaan. Lopullisessa kenraaliharjoituksessa käydään läpi koko tapahtumaohjelma: missä kukin on, toimiiko kaikki varmasti, puuttuuko jotakin, esiintymisjärjestykset, esiintulot, onko rekvisiittaa ja somistusta tarpeeksi tai liikaa. (Vallo & Häyrinen 2010, 154.)

Jo suunnitteluvaiheessa on hyvä miettiä tapahtuman rytmitystä, jotta asiakkaat viihtyvät. Pääasiassa tapahtuman projektipäällikkö tarkastaa, että ohjelmissa on tarpeeksi aikaa jokaiselle yksityiskohdalle, mutta toisaalta etteivät ne kuitenkaan vie liikaa aikaa, etteivät asiak-

kaat tai vieraat kyllästy. Tapahtuman aikana tapahtuman projektipäällikkö, tai muu valtuutettu henkilö, on se, joka kulkee etunokassa tarkastamassa, että kaikki on valmiina ja että kaikki sujuu. Ongelmatilanteissa projektipäällikkö päättää miten toimitaan, jos esimerkiksi aikatauluun tarvitsee tehdä muutoksia. (Vallo & Häyrinen 2010, 155-154.)

Tapahtuma päivän suunnittelu ja jaksotus harjoitteluineen etukäteen on myös tärkeää siksi, että tapahtuman projektipäällikölle jää aikaa johtamiseen. On tärkeää, että tapahtuman aikana projektipäällikkö pystyy tehokkaasti johtamaan ja kommunikoimaan sekä delegoida tehtäviä hyvin, varsinkin koska tilanteet voivat muuttua yllättävästi ja jatkuvasti. Projektipäällikön tulee myös pitää huolta omasta kunnostaan, kuten nesteytyksestä ja syömisestä, jotta hän on tarkkana, jos ja kun tarvitsee tehdä päätöksiä muuttuvien tilanteiden takia. On hyvä muistaa, että tapahtuma ei ikinä ole identtinen toisen tapahtuman kanssa, vaikka se olisi samalla kaavalla toteutettu aikaisemmin. On siis hyvä muistaa varautua pahimpaan, esimerkiksi puhtailla vaatteilla, jos ensimmäinen asu likaantuu yllättäen. (Shone & Parry 2004, 208.)

Shone ja Parry (2004, 214) muistuttavat, että tapahtuman purkuvaiheessa on hyvä olla yhtä huolellinen kuin rakennusvaiheessa. He sanovat purkuvaiheen olevan kuin vuorelle kiipeäminen: usein onnettomuuksia ei synny kiivetessä ylös vaan alas tullessa. Tällä he tarkoittavat sitä, että tapahtuman jälkeen tapahtumassa toimineet ovat usein väsyneitä ja haluavat saada tehtävät nopeasti tehtyä ja lähteä kotiin. Tällöin on tärkeää, että projektipäällikkö pystyy hoitamaan purkuvaiheen oikein sekä ohjaamaan muita siistimään tilat oikein, huolellisesti ja turvallisesti. Purkuvaiheessa on hyvä käyttää esimerkiksi listaa, johon on merkitty jokaisen tehtävät ja tehdä selväksi jokaiselle milloin purkutyöt saa aloittaa. Joissain tapauksissa purkutyöt voi olla vaarallistakin aloittaa liian aikaisin. Lista on hyvä merkitä purkamisen aikataulukin. Fyysisen purkutyön jälkeen on vielä tapahtumisen päättäminen ja jälkityöskentely, jonne kuuluu vielä muun muassa hallinnolliset tehtävät ja arviointi sekä tietojen kirjaaminen. (Shone & Parry 2004, 214-215.)

2.1.3 Tapahtuman päättäminen ja jälkityöskentely

Jälkimarkkinointivaihe alkaa tapahtuman jälkeen. Siihen kuuluu kiitoksien välittäminen asianomaisille, materiaalien toimitus, palautteen keruu ja työstäminen, yhteydenottopyyntöihin vastaaminen ja yhteenvedon työstäminen. Kiitoksen ansaitsevat kaikki, jotka ovat olleet osallisena tapahtumaan. Usein tapahtumissa on mukana erilaisia yhteistyökumppaneita, alihankkijoita, esiintyjiä ja puhujia, joita on hyvä muistaa myös tapahtuman jälkeen. Tietysti myös projektiryhmälle, isännille, juontajille ja muille tapahtumaan osallistuneille on hyvä lähettää kiituskukat tai vähintään kiitosviesti onnistuneesta tapahtumasta. Joskus kiitokseksi voidaan antaa myös liikelahja tai muisto tapahtumasta. Se voidaan lähettää kahden viikon kuluessa tapahtuman jälkeen tai vaikka suoraan tapahtuman jälkeen. Lahjan ei tarvitse olla kallis tai

suuri, mutta sen olisi hyvä olla tapahtuman teemaan liittyvä, esimerkiksi elokuvan asiakastilaisuudesta lähtiessä asiakkaille annetaan elokuvan soundtrack-cd. Lahjoja annettaessa on hyvä informoida henkilökuntaa etukäteen niistä, ettei niitä tarvitse etsiä itse tapahtumassa. (Vallo & Häyrinen 2010. 168-171.)

Jälkimarkkinointiin kuuluu myös palautteen keruu ja työstäminen. Palautetta voi kerätä tapahtumaan osallistuneilta, tapahtumaisänniltä sekä tapahtuman tekijöiltä. Sitä voi kerätä kirjallisesti, joko paikan päällä tai myöhemmin palautettavalla lomakkeella, postitse tai faksilla, sähköpostilla, puhelimitse tai Internetin kautta. Palautteesta saatu tieto kertoo miten osallistujat ovat kokeneet tapahtuman ja onko päästy suunnitelmissa olleisiin tavoitteisiin sekä mitkä oli onnistuneet asiat ja mitä olisi voinut tehdä paremmin. Saatuja tuloksia verrataan lähtötilanteeseen ja siitä voidaan ottaa oppia seuraaviin tapahtumiin. (Vallo & Häyrinen 2010. 171-173.)

Palautteen keruun ja läpikäynnin jälkeen voidaan pitää myös palautepalaveri tapahtuman tuottamiseen osallistuneiden kesken. Siellä käydään läpi palaute ja keskustellaan yhdessä siitä miten onnistuttiin. Ensin voidaan käydä läpi yleiset tunnelmat, sitten miten onnistuttiin, päästiinkö tavoitteisiin, mikä meni pieleen, mitä tulisi jatkossa ehkä välttää ja lopuksi opit ja oivallukset. Palautekeskustelut olisi hyvä kirjata ylös, jottei annettu palaute häviä tai jää vain muistoksi. Palautteista voi kirjoittaa siis yhteenvedon tapahtumalle. Palautekeskustelun läpiviejän olisi hyvä huomioida, että puhuu lopussa myös hyvistä asioista, vaikka tapahtuma ei olisikaan onnistunut aivan odotusten mukaan, jotta kaikille jäisi tapahtumasta hyvä ja positiivinen mieli. (Vallo & Häyrinen 2010. 174-175.)

Tapahtumaa päätettäessä tulee huolehtia vielä viimeisistä hallinnollisista asioista, kuten tilien selvittelyt, laskujen maksamiset ja palkkojen maksuista. Tapahtumasta tulisi myös kirjata tiedot ylös, jotta varsinkin jos tapahtuma järjestetään jatkossa, siitä saadaan tietoa mitä on tehty ja miten on onnistuttu. Siinä tulisi olla arvioitu asiakas, projektipäälliköllisestä ja työntekijällisestä näkökulmasta kuinka tapahtuma on onnistunut. (Shone & Parry 2004, 214-215.)

2.1.4 Tapahtuman johtaminen

Onnistunut tapahtuma vaatii projektipäällikön. Projektipäällikön tulee olla omistautunut tapahtumalle ja hänellä tulee olla valtaa päättää asioista, kuitenkin sekoittamatta omia mielipiteisiään ja halujaan tapahtuman tavoitteisiin. Hänellä tulee olla kyky johtaa, delegoida, raportoida ja päättää tapahtumaan liittyvistä asioista ja henkilöistä. Hyvä projektipäällikkö pystyy johtamaan koko projektia eli huomioimaan kaikkia tapahtumaan liittyviä asioita, kuten budjettia, suunnitelman syntymistä, tuotantoa, alihankkijoita, toteutusta ja seurantaa. Sa-

malla hyvän projektipäällikön tulee motivoida ja kannustaa tapahtuman tuottamisessa mukana olevia. (Vallo & Häyrinen 2010. 208-209.)

Vallon ja Häyrisen (2010, 209) mukaan projektipäällikön tärkein tehtävä on varmistaa, että kaikki sovitut asiat toteutuvat oikein. Conway(2009, 11) taas kuvaa, että tapahtumaa johtavan päätehtävä on tehdä tai vahvistaa kaikki päätökset ja toimia pääyhteyshenkilönä ohjaten ja kontrolloiden yksilöiden, joille on antanut vastuualueita, tekemisiä. Conway (2009,11) kirjoittaa myös, että kaikelle ja kaikille tulee olla yksi henkilö, jolla on ylin päätäntövalta. Tämä henkilö on vastuussa tapahtumassa ja Conway kutsuu tätä ”event manager” eli tapahtuman johtajaksi. (Conway 2009, 11.)

Conway (2009, 11) puhuu kirjassaan delegoinnin eduista ja haitoista. hän huomauttaa heti aluksi, ettei tapahtuman johtaja tai koordinaattori pysty tekemään kaikkea yksin, paitsi ehkä pienimmissä tapahtumissa. Koska tapahtumaa ei voi toteuttaa yksin, johtajan on hyvä osata delegoida tehtäviä oikein. Hyvin hoidettu delegointi vähentää yhden ihmisen työmäärää tasoittaen sen tasaisesti usealle toimijalle. Delegointi antaa myös mahdollisuuden asiantuntijuuteen, jota delegoituilla on. Conway (2009, 11) muistuttaa kuitenkin, että tapahtuman johtajan tulee säilyttää kontrollointi jotta tapahtuma tuotetaan järjestyksessä, ajallaan ja sovitulla budjetilla. Hän huomauttaa, että delegoinnilla on myös riskinsä, vaikka se onkin tapahtuman johtajan tärkein työkalu. Delegointia ei tulisi Conwayn mukaan jatkaa liian monta astetta alaspäin tapahtuman johtajasta, jottei johtajuus kärsi. Jos delegointi on liian laajaa, ”johtajia” syntyy lisää ja riskinä on, että virheet lisääntyvät, kommunikaatio vaikeutuu ja väärinymmärryksiä syntyy epähuomion takia. Joten on hyvä muistaa, että delegointia on hyvä tehdä, mutta tietyissä rajoissa, korkeintaan kaksi astetta tapahtuman johtajan alapuolella. (Conway 2009, 11-12.)

Shone ja Parry (2004, 164-165) vertailevat kirjassaan projektin ja tapahtuman johtamista. Heidän mielestään niillä on niin paljon yhtäläisyyksiä, että tapahtuman johtamisessa tulee ottaa huomioon projektijohtaminen. Niin tapahtuma kuin projektikin on ainutlaatuinen ja ajallisesti rajoitettua toimintaa. Niiden johtajat eroavat Shonen ja Parryn (2004, 164-165) mukaan eniten näkyvyydellään - tapahtuman johtajaa ei niinkään nähdä eikä hän saa siitä kiitosta onnistuessaan, mutta epäonnistuessa hän saa yksin syyt niskoilleen. (Shone & Parry 2004, 164-165.)

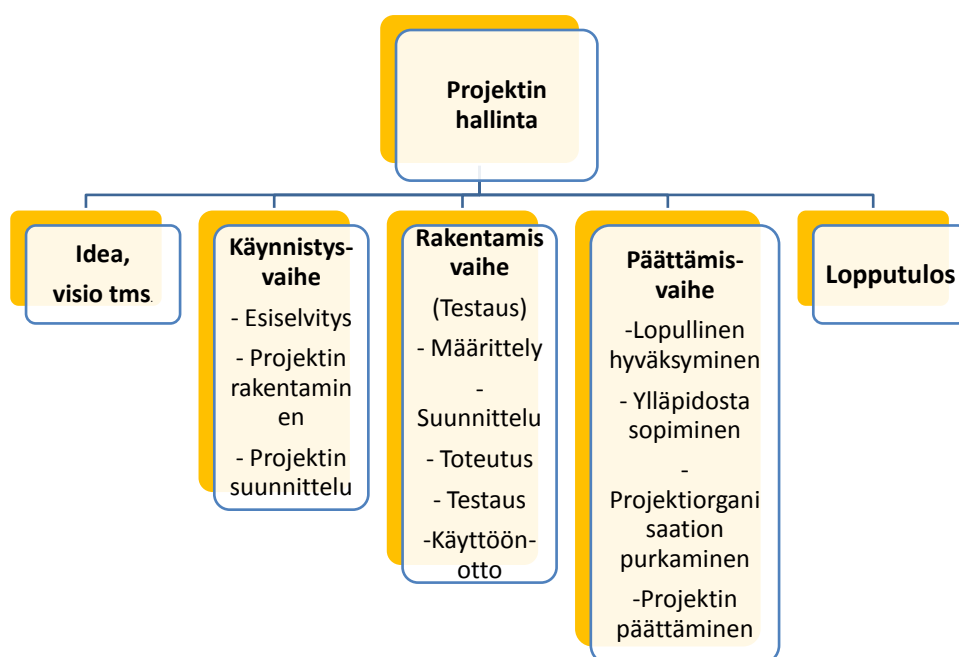
2.2 Projektijohtaminen

Projektista on tullut sanana muotia. Sitä käytetään kuvaamaan nykyään kaikenlaista työskentelyä, vaikka tosiasiaassa projekti on työskentelytapa, jossa toiminta on suunniteltua ja organisoitua. (Löow 2002, 16-17.) Projekti-sana on peräisin latinasta ja se tarkoittaa ehdotusta tai

suunnitelmaa. Suomen kielessä käytetään projektille myös sanaa hanke, vaikka hanke onkin laajempi työkokonaisuus ja hanke voi sisältää useita projekteja (Ruuska 2002, 18). Ruuska (2002, 19) on kirjassaan tiivistänyt projektin tarkoittamaan joukkoa ihmisiä ja muita resursseja, jotka on tilapäisesti koottu yhteen tekemään ja suorittamaan tiettyä tehtävää. Hartley (2009, 8) taas kuvaa joidenkin ihmisten ajattelevan projektia palapelinä: siinä on liian monta palasta, ja liian vähän tietoa mihin palaset kuuluvat tai miten ne vaikuttavat toisiinsa tai kuka palaset yhdistää kokonaisuudeksi. Hartley (2009, 8) on samoin kuin Lööw ja Ruuska, tiivistänyt projektin ajatuksen niin, että se on väliaikaista toimintaa, joka on toimintoja ja tehtäviä, jotka on suunniteltu toteutettavan tietyllä tavalla ja määritellyn ajan kuluessa sekä sovitulla kustannuksilla.

Projekti johtaa ideasta toteutukseen ja sen tarkoituksena on lyhentää aikaa ja kustannuksia. Projektityöskentelyssä projektilla on tilaaja ja se on ajallisesti ja laajuudeltaan rajattu. Eli projektilla tulee olla aloitus- ja lopetuspäivä sekä aikataulu, resurssi- ja toimenpidesuunnitelma. Projektilla tulee olla myös selvä tavoite johon työllä tähdätään. Koko projektin ajan tehdään dokumentointia ja projektista tulee laatia kuvaus, missä on kerrottu esim. työskentelytavoista, kuten projektikokouksista, ketkä kuuluvat projektiin ja mitkä ovat heidän tehtävänsä, asianomaisille tiedottaminen, välitavoitteet ja tarkistuspisteet, toimenpidesuunnitelmat sekä työn- ja vastuunjako osallistujien kesken. (Lööw 2002, 16-17.)

Ruuska (2008, 33-34) on kirjassaan esitellyt projektin elinkaaren ja vaiheistuksen. Hän on jakanut elinkaaren kolmeen vaiheeseen: käynnistys-, rakentamis- ja päättämisvaihe. Kuviossa 2 on Ruuskan käyttämä kuvio. Ruuska sanoo kuvion olevan yleinen vaihejako, josta on projekti-kohtaisesti erilaisia variaatioita. (Ruuska 2008, 33-34.) Jokainen projektin hallinta alkaa kuitenkin siitä, että on idea, visio tai muu sellainen. Sen jälkeen kun on ajatus siitä, mitä halutaan tehdä, päästään käynnistysvaiheeseen. Käynnistysvaiheessa tehdään esiselvitys, esimerkiksi projektin tarkoitus, resurssit jne., ja aletaan rakentaa projektia suunnittelulla. Rakentamisvaihetta voidaan kutsua myös testaukseksi. Siinä määritellään projektin kaikki osiot ja tehdään projektisuunnitelma ja toteutetaan projekti. Projektin toteutukseen kuuluu sen testaus ja käyttöönotto. Kolmannessa vaiheessa eli päättämisvaiheessa tehdään projektin lopullinen hyväksyminen ja sovitaan lopullisesta ylläpidosta. Kun projektin kaikki osiot on saatu tehtyä, projektiorganisaatio voidaan purkaa ja projekti päättää. Projektin päätöksenä on lopputulos, kuten kirjallinen raportti.



Kuvio 2: Projektin elinkaari ja vaihejako (Ruuska 2008, 34.)

Projektin määrittely sopii hyvin myös opinnäytetyön hankkeeseen; sillä oli tilaaja, toiminta oli suunniteltua ja organisoitua, se johti ideasta toteutukseen ja se oli ajallisesti ja laajuudeltaan rajattu. Sen takia seuraavaksi onkin esitelty tarkemmin projektin rakennetta ja johtamista. Käsittely aloitetaan tutustumalla siihen, miten projekti käynnistetään ja suunnitellaan, toteutetaan ja päätetään sekä lopussa tutustutaan johtamiseen tarkemmin.

2.2.1 Projektin käynnistäminen ja suunnittelu

Projektin työstäminen alkaa ideasta. Idean projektille keksii yksi tai useampi henkilö ja idean pohjalta laaditaan projektiehdotus. Projektiehdotusta voidaan pitää projektin toimeksiantona, kun projektipäällikkö ja projektin tilaaja ovat päässeet yhteisymmärrykseen, siitä mitä projekti tulee pitämään sisällään. Sen jälkeen päätetään projektiryhmän koostumus, kuten varmistetaan ketä on projektipäällikkö ja muut projektiryhmässä toimivat. Kun tekijät ovat selvillä, voidaan alkaa tekemään esiselvitystä tai alkaa suoraan suunnitella projektia, jonka aikana projektiehdotusta syvennetään. Suunnittelun tuotokseksi syntyy projektsuunnitelma, johon on selvitetty muun muassa kustannukset ja resurssien saatavuus. Kun projektsuunnitelma on valmis, voidaan päättää toteutetaanko projekti vai ei. Jos projekti päätetään toteuttaa, projekti käynnistetään ja pidetään mahdollinen käynnistystilaisuus. (Löw 2002, 21-22.)

Ruuska (2008, 34-35) on kirjassaan käsitellyt projektin elämänkaarta. Liitteessä 3 on hänen käyttämänsä kuvio tästä projektin elämänkaaresta. Hänen mukaansa projekti alkaa ideasta, visiosta tai muusta sellaisesta. Hän kertoo, että projektin aloittamiselle on erilaisia syitä, kuten esimerkiksi yritys haluaa parantaa vanhaa järjestelmää tai ympäristö luo painetta niin, että toimintaa on pakko parantaa, että olisi kilpailukykyinen muihin yrityksiin verrattuna. Hän puhuu myös siitä, että projektin lopputulos ja tavoitteet on kuvattava mahdollisimman tarkasti sekä kirjattava ylös työn aloittamiseen tarvittavat suunnitelmat, jotta projekti voidaan asettaa. Nämä kuvaukset ja kuuluvat hänen mukaansa käynnistämisympäristöön. (Ruuska 2008, 35.)

Kuten liitteen 3 kuvioista näkee, Ruuska on jakanut käynnistysvaiheen kolmeen osaan: esiselvitykseen, projektin asetukseen ja projektisuunnitelmaan. Hänestä esiselvitys tulee tehdä ennen käytännön toteutusta, jotta varmistutaan, että se tukee tilaajan toiminnallisia tavoitteita ja sillä on teknis-taloudelliset edellytykset. Esiselvityksellä projektin asettaja eli tilaaja saa tarpeeksi tietoa siitä, onko projektin käynnistämiseksi riittävät edellytykset. Jos on, projekti voidaan asettaa. Ennen asetusta kuitenkin esiselvityksessä selvitetään ja kuvataan karkeasti projektin toiminnalliset ja teknilliset tavoitteet, keskeiset ongelma-alueet, tavoiteaikataulu, kustannusarvio ja resurssitarve, onnistumisedellytykset ja lopputulos. Koska esiselvitys voi viedä useita viikkoja, joskus isoissa projekteissa tehdään ennen esiselvitystä pienempi pika-analyysi, jolla arvioidaan yleisellä tasolla, onko ehdotus tai idea kehityskelpoinen. (Ruuska 2008, 36.)

Esiselvityksen jälkeen projekti asetetaan yleensä organisaation johdon toimesta. Asetus tapahtuu erillisellä asettamiskirjeellä, johon on kirjattu lyhyt kuvaus projektin taustasta, tehtävästä ja tavoiteaikataulusta. Siihen kirjataan myös projektipäällikkö ja projektin johtoryhmä. Kuvaus ei saa olla liian yksityiskohtainen, jottei se haittaa tulevaa työskentelyä mm. määrittelyn ja suunnittelun yhteydessä. Tarkennukset tehdään projektisuunnitelmaan. Asettamiskirjeeseen projektin asettaja eli tilaaja määrittelee mitä on tarkoitus tehdä, missä ajassa ja paljonko niin rahallisia kuin muita voimavaroja on käytettävissä. Asettamiskirjeen jälkeen, projektipäällikön tulisi tarkentaa kirjallisesti asettamiskirjetä ja esittää omat näkemyksensä toimeksiannosta, jotta voidaan varmistua, että projektipäälliköllä ja asettajalla on samat näkemykset projektin tavoitteista ja rajouksista. (Ruuska 2008, 36-37.)

Asettamisen jälkeen tehdään riittävän kattava ja yksityiskohtainen suunnitelma projektille, joka on myös edellytyksenä projektin hallinnalle ja johtamiselle. Usein ensimmäinen versio projektisuunnitelmasta syntyy jo asettamisvaiheessa, mutta sitä täytyy tarkentaa huomattavasti. Hyvä projektisuunnitelma vaatii, että projektin rajaus on yksikäsitteisesti sovittu. Projektisuunnitelman laatimisesta vastaa projektipäällikkö ja sen hyväksyy projektin johto ryhmä. (Ruuska 2008, 37.)

2.2.2 Projektin toteutus

Ruuska (2008, 38-39) kutsuu projektin toteutusta rakentamisvaiheeksi. Hän on jakanut sen taas eri osioihin, kuten liitteestä 3 voi todeta. Rakentamisvaihe alkaa määrittelyvaiheella, jatkuu suunnitteluvaiheella ja sitten toteutusvaiheella ja lopuksi testaus- ja käyttöönotto vaiheilla. Määrittelyvaiheessa kuvataan sitä, mitä tuotettavalla järjestelmällä tai tuotteella tehdään eli määritellään toimeksiannon kohteena oleva järjestelmä tai tuote. Siinä otetaan kantaa enimmäkseen toimintaan eikä niinkään teknisiin ratkaisuihin. Määrittelyvaiheessa tarkennetaan käynnistämisen vaiheen rajoituksia. Rajoituksia, joita tarkennetaan ja kuvataan määrittelyvaiheessa, ovat toiminnalliset ominaisuudet, tietojoukot ja tietovirrat sekä sidosryhmät, kuten käyttäjät, tiedon tuottajat ja tiedon hyödyntäjät. Määrittelyvaiheen pohjalta syntyvien kuvauksien avulla saadaan tuloksia mitkä mahdollistaa järjestelmän ja tai tuotteen teknisen ja toiminnallisen suunnittelun aloituksen. Onnistunut määrittelyvaihe edellyttää kiinteää yhteistyötä projektiryhmän ja tuotteen tai järjestelmän lopullisten käyttäjien välillä. (Ruuska 2008, 38-39.)

Määrittelyvaiheesta päästään suunnitteluvaiheeseen, jonka tarkoituksena on kuvata yksityiskohtaisesti miten järjestelmä tai tuote aiotaan toteuttaa eli tuotetaan järjestelmälle tekninen ratkaisu. Kun tekniset ratkaisut on tehty, voidaan siirtyä toteutusvaiheeseen. Toteutusvaiheessa sananmukaisesti toteutetaan suunnitteluvaiheen kuvaukset. Kuvausten perusteella laaditaan järjestelmä tai tuote ja tehdään sille tarvittavat dokumentit ja käyttöohjeet. Toteutuksen jälkeen päästään testausvaiheeseen, jossa testataan vastaako tuote tai järjestelmä asetettuja vaatimuksia teknisesti ja toiminnallisesti. Jos ei vastaa, niin tässä vaiheessa voidaan vielä tehdä korjauksia ennen lopullista käyttöönottoa. Testausta tehdään aiemminkin kuin vasta testausvaiheessa, jotta lopputulos olisi mahdollisimman toimiva ja virheitä ei synnyisi matkalla. (Ruuska 2008, 39.)

Testauksen ja korjauksien jälkeen päästään käyttöönotto vaiheeseen. Sen tarkoituksena on varmistaa, että järjestelmän tai tuotteen aloitus on häiriötön. Käyttöönotossa on niin sanottu tuotannollinen koekäyttökäyttöjakso, jolla varmistetaan, että kaikki toiminnot toimivat varmasti. Toimintoja ja ominaisuuksia tarkkaillaan ja tarkistetaan, että lopputulos olisi virheetöntä ja sujuvaa. Käyttöönotossa tarkistetaan muun muassa, että tarvittava tiedotus on hoidettu, käyttäjäkoulutusta on annettu, työtila- ja organisoitukysymykset ratkaisut, ylläpito- ja tuki-järjestelyistä sovittu. (Ruuska 2008, 39.)

2.2.3 Projektin päättäminen

Kuten aikaisemmin on todettu, projekti on ajallisesti rajattu ja sillä tulee olla selkeä päätepiste. Projektilla saattaa kuitenkin olla uhkana venyä, jos käyttöönottovaiheessa aletaan toteuttaa esiin tulleita kehitysehdotuksia. Siksi onkin tärkeää, että lopputuotteen hyväksymiskriteerit on sovittu yksityiskohtaisesti projektin alussa ja että niistä pidetään kiinni. Muuten projekti saattaa jatkua aina vaan ja muihin tehtäviin ei riitä henkilöstöä, koska vanha projekti sitoo heitä edelleen. Kun siis voimassaolevan rajauksen mukainen lopputuote on otettu käyttöön ja asettaja on hyväksynyt tilauksen, projekti tulee päättää. (Ruuska 2008, 40.)

Päättämisvaiheessa sovitaan muun muassa jälkihoidosta eli mahdollisesti ilmenevistä ongelmista ja järjestelyistä. Tällaisia voivat olla esimerkiksi tuotantokäytössä ilmenevien virheiden kirjaaminen sekä ylläpidon ja käyttäjätuen järjestelyt. Päättämisvaiheessa käydään myös kaikki projektimateriaali läpi ja tarkistetaan, että kaikki tarvittavat dokumentit ja asiakirjat on arkistoitu ja koottu yhteen. Myös turhat materiaalit poistetaan tai hävitetään. Asiakirjojen ja dokumenttien asiallisesta arkistoinnista huolehtiminen on viimekädessä projektipäällikön vastuulla. Projektipäällikön tulee myös huolehtia, että asettajalle tai organisaation vastuuhenkilölle toimitetaan tarvittavat suunnitteludokumentit ja ohjeistukset lopputuotteen ylläpidosta ja käyttäjätuesta. Projektipäällikkö laatii myös loppuraportin projektista ennen viimeistä johtoryhmän kokousta. (Ruuska 2008, 40.)

2.2.4 Projektin johtaminen

Projektin johtamisessa tulee ottaa huomioon se, että se eroaa linjaorganisaation työskentelytavoista. Projekti asettaa projektin johtamiselle ja ohjaamiselle erityisvaatimuksia sen työprosessin ainutkertaisuuden ja epävarmuuden takia. Kun linjaorganisaatiossa pyritään vakaaan kehitykseen ja ennustettavuuteen, projektissa muutokset ja odottamattomat tilanteet ovat arkipäivää. Projektin hallinta onkin siksi jatkuvaa ennakointia, jotta muuttuviin tilanteisiin voidaan vastata ja sopeutua mahdollisimman pian. Tiivistetysti projektin hallinta on suunnittelua, päätöksentekoa, toimeenpanoa, ohjausta, koordinointia, valvontaa, suunnan näyttämistä sekä ihmisten johtamista. (Ruuska 2008, 29-30.)

Projektipäällikön tärkein tehtävänsä on saavuttaa asetetut tavoitteet annetuilla resursseilla. Tavoitteiden saavutus on haastavaa sillä projektipäällikön työ on jatkuvaa suunnittelua, toimeenpanoa, valvontaa eli ohjausprosessin tehtävien hoitamista. Projektipäällikkö ei siis itse tee projektia vaan hänen tehtävänsä on olla operatiivinen johtaja ja teettää työ muilla. Projektipäällikön tulee olla hyvä delegoimaan tehtäviä, jottei itse joudu istumaan palaverissa ja setvimään yksityiskohtia. Projektipäällikön tulee myös luottaa asiantuntijoihinsa, jottei projektipäällikkö joudu itse tekemään töitä ja jotta asiantuntijoilla pysyy motivaatio projek-

tia kohtaan. (Ruuska 2008, 137.) Tiivistetysti projektipäällikkö on se jonka vastuulle kaatuu huolehtia, että projekti toteutuu niin kuin aikataulutettu, määritelty ja budjetoitu tai paremmin (Hartley 2009, 66).

Paras tapa ymmärtää projektipäällikön ainutlaatuista roolia, on vertailla projektin johtajaa eli projektipäällikköä ja funktionaalista eli toiminnallista johtajaa. Funktionaalinen johtaja on erikoistunut siihen mitä johtaa, esimerkiksi markkinoinnin esimies tuntee markkinoinnin alan ja osaa analysoida ja reagoida ongelmatilanteita erilailla kuin projektipäällikkö. Projektipäällikön tulee taas nähdä monia toimintakohteita, jolla on omat asiantuntijansa, ja hänen tulee osata laittaa palaset yhteen. Projektipäällikön tulee olla siis taitavampiyhdistämisessä, kun taas toiminnallisen johtajan tulisi olla taitavampi analysoinnissa. (Meredith 2010, 109.)

Projektipäälliköllä on koordinoitavastuu, mikä tarkoittaa että hänen tulee tiedottaa kaikkia mitä, missä ja milloin tapahtuu. Tämä on tärkeää siksi, että päällekkäistä työtä ei tule tehdä, koska muuten tuhlataan turhaan resursseja. Projektipäällikön tulee siis osata koordinoida oikein tai muuten se tulee maksamaan projektille. (Ruuska 2008, 139.) Ruuska (2008, 139) puhuu kirjassaan, että delegointi ja koordinointi ovat projektipäällikön tärkeimpiä työvälineitä päivittäisjohtamisessa samoin kuin motivoiva viestintä ja ryhmän kannustus.

Ruuskan (2008, 142) mukaan projektipäälliköllä tulee olla projektin toimialasta tarvittavaa tuntemusta, mutta liian syvä tuntemus voi hänen mukaansa olla haitallista. Hänestä syvällisesti toimialantuntevan projektipäällikön on vaikeaa pysyä poissa yksityiskohtien suunnittelusta. Ruuska muistuttaa, että asiantuntijat työskentelevät projektissa juuri siksi, että projektipäällikön ei tarvitse puuttua sisällöllisiin yksityiskohtiin. Projektipäällikön tehtävänä on siis myös pitää projektiryhmän roolit selkeänä ja erillään, jotta työ sujuisi tehokkaasti eikä projektipäällikön tarvitse tehdä töitä itsekseen. (Ruuska 2008, 142.)

Meredith (2010, 127) puhuu myös siitä, miten paljon projektipäällikön tulee tuntea hankkeen aihealuetta. Hänen mukaansa projektipäälliköllä ei tarvitse olla suurta määrää asiantuntemusta ja kokemusta, tietää enemmän kuin muut projektiryhmäläiset tai osata luennoida älyllisesti eri osa-alueista. Tärkeintä hänestä on, että projektipäälliköllä on kohtuullinen tuntemus alasta, jotta hän pystyy selittämään johtokunnalle tekniset asiat projektista ja tulkata asiakkaan, ja johtokunnan, tarpeet ja halut projektiryhmälle. (Meredith 2010, 127.)

2.3 Ryhmän kehitysvaiheet ja johtaminen

Niin tapahtuman tuottamisessa kuin projektin tuottamisessa kootaan ryhmä ihmisiä toteuttamaan tavoitteet. Usein ryhmän jäsenet ovat aluksi erillään toisistaan, mutta ollessaan toisensa kanssa tekemisissä ja alkaessaan toimimaan yhdessä, tapahtuu ryhmäytymistä (Kauppila

2005, 97). Ben Laurent (2006, 110) on kirjassaan Päivittäisjohtaminen matkailu- ja ravintola-alalla kirjoittanut, että ryhmän tilannetta tulee ymmärtää, jotta sen johtamiseen voi valita tilanteeseen sopivimman ja tehokkaimman johtamistavan. Hän on käyttänyt Bruce Tuckmanin mallia kuvaamaan ryhmän kehityksen vaiheita, joita on myös tässä opinnäytetyössä käsitelty. Myös Kauppila (2005, 97-98) on käyttänyt samaa jaotelmaa kirjoittaessaan ryhmän toiminnan kehitysvaiheista.

Ryhmän kehitysvaiheisiin kuuluu muotoutumisvaihe, kuohuntavaihe, yhdenmukaisuusvaihe, kypsä ryhmä ja ryhmän lopettaminen. Jokaisella vaiheella on tehtävänsä ryhmälle ja johtajan tulee huomioida erivaiheissa oma roolinsa eri tavalla. Esimerkiksi aluksi hänen tulee olla vahvempi auktoriteetti ja ohjaaja, kuin esimerkiksi kypsän ryhmän vaiheessa, jossa hän voi jo antaa ryhmän jäsenille enemmän vapautta päätöksentekoon. (Laurent 2006, 110-114.) Jyväskylän yliopiston(2011) Internet-sivuilta löydetyn tiedon mukaan ryhmän kehitysvaiheet voidaan erottaa toisistaan muun muassa vuorovaikutuksen perusteella, vaikkakin vaiheilla ei välttämättä ole selkeää alkua tai loppua.

2.3.1 Muotoutumisvaihe

Muotoutumisvaiheessa ryhmä aloittaa työskentelyn ja orientoituu tehtäväänsä, vaikka perustehtävä voi vielä olla epäselvä (Jyväskylän yliopisto 2011). Muotoutumisvaiheelle on tyypillistä, että ryhmä tutustuu toisiinsa ja toimintaan osallistutaan epäröiden ja varautuneesti. Ryhmäläisillä saattaa olla epäilystä, pelkoa tai huolta uudesta tilanteesta ja ennakko-odotuksia. Tässä vaiheessa ryhmäläiset kuuntelevat sekä suunnittelevat toimintansa huonosti. (Laurent 2006, 110.) Suhdetasolla ryhmä pyrkii tässä vaiheessa etsimään käyttäytymisen rajoja ja ryhmän sääntöjä (Jyväskylän yliopisto 2011).

Jokaisen ryhmän jäsenen omat intressit korostuvat ja samalla he ovat riippuvaisia auktoriteetistaan eli johtajastaan. Tällöin johtajan tuleekin ilmaista selkeästi kuka on johtaja, mitkä ovat tehtävät, tavoitteet, aikataulut ja ilmoittaa tiedot perusasioista sekä tutustuttaa ryhmäläisiä toisiinsa ja toimintaan ja samalla organisoida toimintaa. (Laurent 2006, 110.)

2.3.2 Kuohuntavaihe

Kuohuntavaiheessa ryhmän jäsenet uskaltavat jo esittää omia mielipiteitään, jotka saattavat olla eriäviäkin. Ryhmässä testataan omaa rooliaan ryhmässä ja samalla tehtävää ja johtajaa vastustetaan, jolloin syntyy konflikteja ryhmän sisällä. (Jyväskylän yliopisto 2011)

Konfliktitilanteissa ja muihinkin muutoksiin reagoidaan yleensä tunneperäisesti, samalla kun käydään sisäistä taistelua. Usein tässä vaiheessa ollaan tyytymättömiä ja kokeillaan ja etsi-

tään vaihtoehtoja ja jopa hyökätään johtajaa vastaan, jos toiveet ja todellisuus on ristiriidassa. Kuohuntavaiheessa syntyy myös kuppikuntia kun ryhmän jäsenten suhteet kärjistyvät. (Laurent 2006, 111.)

Kuohuntavaiheessa johtajan tulee olla joustava ja ymmärtää ryhmän jäsenten reagoiminen sekä sallia tunneilmaukset. Hänen tulisi sietää palautteet ja käsitellä ne yhdessä. Kuitenkin on muistettava, että johtaja ei saisi antaa periksi jäsenten testauksille vaan pitää kiinni tavoitteista ja työkeskeisyydestä. (Laurent 2006, 112.)

2.3.3 Yhdenmukaisuusvaihe

Jyväskylän yliopisto (2011) puhuu Internet-sivuillaan yhdenmukaisuusvaiheesta nimellä normien muotoutumisvaihe. Heidän mukaansa ryhmän toimintaan alkaa tässä vaiheessa muodostua normeja. Normien muotoutumisvaiheessa, eli yhdenmukaisuusvaiheessa, ryhmäläisten yhteistyö ja avoimuus lisääntyy tehtävätasolla, samalla kun ryhmän koheesio kehittyy ja ryhmään kuulumisen tunne kasvaa suhdetasolla. tehtävätasolla ryhmäläisten yhteistyö ja avoimuus lisääntyy.

Laurent (2006, 112) puhuu kirjassaan taas yhdenmukaisuusvaiheesta, mutta hän nostaa esille samoja asioita kun Jyväskylän yliopisto. Tässä ryhmän muotoutumisvaiheessa aletaan hyväksyä ryhmä ja sille syntyneet normit sekä hyväksytään oma rooli siinä. Tunneperäiset riidat vähenevät ja pyritään jopa ristiriitojen vähenemiseen. Ryhmäläiset kokevat avoimuutta ja läheisyyttä toisiinsa ja haluavat selviytyä tehtävistään. Työ alkaa olla jo kohtalaista ja työskentely systemaattista, kun pelisäännöt ja sopimukset ovat selvinneet. (Laurent 2006, 112.)

Yhdenmukaisuusvaiheessa esimiehen tai johtajan tulee antaa tilaa ryhmässä nouseville asioille. Hänen tulee ottaa huomioon eri arvot ja kulttuurit, hyväksyä erilaiset toimintatavat, kunnioittaa ryhmäläisten ainutlaatuisuutta ja kannustaa ryhmää luomaan omat norminsa. (Laurent 2006, 112.) Johtajan tulee tässä vaiheessa kannustaa ryhmää tutustumaan toisiinsa ja toimimaan yhdessä.

2.3.4 Kypsä ryhmä

Kypsän ryhmän vaihetta voidaan kutsua myös tehtävän suorittamisen vaiheeksi. Siinä energia suunnataan työskentelyyn ja toisia ryhmän jäseniä pyritään tukemaan työskentelyssä, ja niin myös ryhmän rooleista tulee joustavampia. Tässä vaiheessa ryhmän jäsenten erilaisuus nähdään vahvuutena. (Jyväskylän yliopisto 2011.)

Kypsän ryhmän vaiheessa toiminta on tuottavaa ja joustavaa sekä tehokasta energian ja kykyjen käyttämistä. Tässä vaiheessa ryhmä hyväksyy jäsenten erilaisuuden ja oma kuva on selkeämpi. Täten työskentely täyttää jokaisen jäsenen yksilötarpeet ja työsuorituksiin ollaan tyytyväisiä. Ongelmista puhutaan ja niistä keskustellaan sekä tehdään päätöksiä yhdessä. Toimintaa kehitetään yhdessä tässä vaiheessa. (Laurent 2006, 112-113.) Tiivistetysti, ryhmä on tutustunut sen jäseniin ja tiedostetaan ryhmän heikkoudet ja vahvuudet ja pyritään yhdessä ratkaista haasteet ja päästä toivottuun lopputulokseen.

Johtamisessa painottuu tässä vaiheessa rohkaisu ja positiivinen huomion antaminen. Johtaja ei enää ole ulkopuolinen auktoriteetti vaan osa ryhmää, mutta hänen tulee silti pitää yllä toiminnan suuntaa. Kun ryhmä on kypsässä vaiheessa, esimies voi antaa enemmän vastuuta sen jäsenille eli antaa päätöksenvaltaa heille ja samalla vapauttaa omaa kontrolliaan. Tässä vaiheessa johtajan rooli on pitää yllä hyvää ilmapiiriä huvilla ja hauskuudella sekä rohkaisemalla. (Laurent 2006, 112-113.)

2.3.5 Ryhmän lopettaminen

Työtehtävistä riippuen, ryhmä saattaa päätyä ryhmän toiminnan päättämisvaiheeseen. Esimerkkejä tämmöisestä ovat tietyn tehtävän suorittamiseen koottu ryhmä, kuten projektiryhmä. Tällöin ryhmän elinkaaren ja kehitysvaiheiden merkitys korostuu. (Jyväskylän yliopisto 2011.) Niiden merkitys korostuu, koska aikaa on rajatusti tutustua ja toimia. Esimerkiksi kun tapahtumaa aletaan tuottaa tuntemattomassa projektiryhmässä, on tärkeää, että ryhmä pääsee mahdollisimman nopeasti ensimmäisestä vaiheesta seuraavaan, jotta ryhmä alkaa tuottaa tuloksia.

Ryhmän toiminnan lopettamisessa tulee toisille haikeutta ja jopa surutyötä siitä, että tehtävä on saatu suoritettua. Toiset saattavat jopa tarrautua ryhmäläisiin tai olla huolestuneita siitä, että tapaako vielä ryhmäläisiä. Toiset taas kieltävät tunteensa ja pyrkivät pois lopetustilaisuudesta nopeasti tai yrittävät peitellä tunteitaan huumorin avulla. Johtajan tulisi tässä vaiheessa ymmärtää jokaisen erilaisuus ja yrittää luoda positiivinen ilmapiiri ja tulevaisuuteen suuntautuva vire. Johtajan vastuulla on järjestää yhteinen lopettamistilaisuus, jossa todetaan toiminnan päättyminen yhdessä. Tilaisuudessa tulisi huomioida jokaisen jäsenen panostus ja julkistaa yhteinen tulos. (Laurent 2006, 113-114.)

3 Hankkeen kuvaus

Hankkeen kuvauksessa kuvataan ensin sen lähtökohdat ja toimintaympäristö, jonka jälkeen esitellään hankkeessa käytetyt menetelmät. Sitten kuvataan miten keväällä 2011 järjestetty Rakentaja-päivä suunniteltiin, toteutettiin ja päätettiin. Kevään 2011 Rakentaja-päivä -

kappaleen viimeisessä alakappaleessa selvitetään vielä tarkemmin miten tutkimusmenetelmiä käytettiin hankkeessa ja mitä tuloksia niillä saatiin. Hankkeessa käytettiin tutkimusmenetelminä osallistuvaa havainnointia, bench markingia ja kyselyä.

Hankkeena oli järjestää tapahtuma ja sen toimeksianto tuli eräältä finanssialan yritykseltä. Yrityksellä oli ajatuksena testata pääkaupunkiseudulla tapahtumaa, jota oli testattu jo muualla Suomessa. Ajatuksena oli, että jos tapahtuma onnistuu, siitä tehdään jokavuotinen tapahtuma. Ensimmäinen Rakentaja-päivä tapahtuma järjestettiin Espoossa keväällä 2011.

3.1 Hankkeen lähtökohdat ja toimintaympäristö

Erilaisia rakentajille tarkoitettuja tapahtumia on järjestetty eri toimijoiden toimeksiannosta ympäri Suomea ja niitä järjestetään kokoajan uusia, kuten rakentaja.fi Internet-sivuilta voi todeta. Tämän opinnäytetyön hankkeen toimeksiantaja ei kuitenkaan ollut aikaisemmin ollut mukana järjestämässä rakentajille suunnattua tapahtumaa. Kuitenkin toimeksiantajan tunnetussa finanssialan yrityksessä oli tapahtuman ideaa testattu Pohjois-Suomessa. Koska kokeilusta oli hyvät kokemukset muualla, haluttiin tapahtumaa testata myös pääkaupunkiseudulla. Toimeksiantajan lähtökohta tapahtumalle oli, että yritys saisi näkyvyyttä samalla kun sen nykyisille ja uusille asiakkaille jaettaisiin uutta tietoa rakentamisen eri osa-alueista. Hän myös mainitsi verkostoitumisen opiskelijoiden kanssa heidän tavoitteekseen.

Myös muiden tapahtumassa mukana olleiden yritysten, eli yhteistyökumppaneiden, tavoitteina oli varmasti uusien asiakkaiden hankinta ja uusien kontaktien luonti. Uusista kontakteista, kuten tapahtumaan tulleista, saattoi löytyä uusia asiakkaita, yhteistyökumppaneita tai jopa työntekijöitä. Myös opiskelijoiden eli tapahtuman järjestäjien näkökulmasta, tavoitteena oli luoda uusia kontakteja ja verkostoja, mutta samalla kehittää omia ammatillisia taitoja ja kartuttaa opintopistekertymää.

Samalla kun opiskelijoiden tavoite oli järjestää onnistunut tapahtuma, jossa kaikki sujuisi suunnitellusti ja jossa olisi paljon kävijöitä, yritysten edustajien suurin tavoite oli saada luotua asiakaskontakteja. Yhteinen tavoite tapahtumalle oli, että saadaan koottua erilaisia rakentajia, kuten pientalo-omistajia ja yrityksiä, yhteen keskustelemaan rakentamisen eri osa-alueista, kuten rakentamisen ongelmista ja haasteista. Päättötarkoituksena tai -lähtökohtana oli päivitetyn tiedon jakaminen nykyisille ja uusille asiakkaille.

3.2 Tutkimusmenetelmät

Tutkimusmenetelmissä on esitelty opinnäytetyössä käytetyt aineistonkeruumenetelmät. Menetelminä käytettiin osallistuvaa havainnointia, koska tutkija osallistui ensimmäisen tapahtu-

man järjestämiseen olemalla projektipäällikkö. Bench marking menetelmää käytettiin tapahtuman suunnittelussa, kun tutustuttiin aikaisemmin järjestettyihin tapahtumiin ja tutkittiin lähiaikoina järjestettäviä tapahtumia. Bench markingia käytettiin hyväksi myös tutkiessa, mitkä asiat kiinnostivat ihmisiä tulemaan tapahtumiin. Kyselyllä mitattiin tapahtuman onnistumista.

Tässä kappaleessa esitellään menetelmät teoriassa ja seuraavassa kappaleessa, Kevään 2011 Rakentaja-päivä, lopussa selvitetään tarkemmin miten menetelmiä käytettiin hankkeessa ja mitä tuloksia niistä saatiin.

3.2.1 Osallistuva havainnointi

Havainnointi on yksi useista tutkimusmenetelmistä. Sen tarkoituksena on kerätä tietoa siitä, että toimivatko ihmiset todella niin kuin he sanovat toimivansa. Havainnoinnin suurimpana etuna on, että sillä saadaan tietoa yksilöiden, ryhmien tai organisaatioiden toiminnasta suorasti ja välittömästi luonnollisessa ympäristössä. Se on hyvä menetelmä, kun tutkitaan esimerkiksi vuorovaikutusta tai tilanteita, jotka muuttuvat nopeasti tai on vaikeasti ennakoitavissa. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2008, 207-209.) Hyväpuoli havainnoinnissa on myös se, että siinä tutkitaan ihmisen käytöstä, toisin kuin survey-tutkimuksissa (Bryman & Bell 2007, 281). Havainnoinnilla saadaan vastaus myös siihen, mitä ihmiset tekevät tai miltä asiat näyttävät eikä siihen, että mitä ihmiset sanovat toiminnan olevan (Vilkkä 2005, 120).

Kuten jokaisella menetelmällä, myös havainnoinnilla on kriittiset kohtansa, jos sitä ei suunnitella hyvin. Sitä on kritisoitu siitä, että havainnoijan läsnäolo saattaa vaikuttaa tai jopa muuttaa tutkimustilanteita tai pahimmassa tilanteessa havainnoija sitoutuu tutkittavaan tilanteeseen tai ryhmään niin, että tutkimuksen objektiivisuus kärsii. Sudenkuoppina havainnoinnissa voi olla myös, ettei tietoa tallenneta välittömästi ja tällöin tutkija turvautuu omaan muistiinsa ja myöhemmin kirjattuihin havainnointeihin. Havainnointi on työläs ja aikaa vievä menetelmä, jolla voidaan kuitenkin saada mielenkiintoista ja monipuolista aineistoa. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2008, 207-209.)

Havainnointi menetelmiä on useita, ja niitä voidaan jaotella muun muassa sen mukaan, kuinka säädeltyä havainnointi on, tai mikä on havainnoijan rooli tilanteessa (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2008, 209). Hirsjärvi ym. (2008, 209.) on kirjassaan esittänyt kaksi havainnoinnin lajia, systemaattisen havainnoinnin ja osallistuvan havainnoinnin. Systemaattisessa havainnoinnissa hänen mukaansa toiminta on jäseneltyä sekä systemaattista ja havainnoija on ulkopuolinen toimija, kun taas osallistuvassa havainnoinnissa havainnointi on vapaasti tilanteessa muotoutuvaa ja havainnoija osallistuu ryhmän toimintaan itse. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2008, 209.) Bryman ja Bell (2007, 284) ovat kirjassaan esittäneet seitsemän eri havain-

nointitapaa: strukturoidun-, systemaattisen-, osallistuvan-, osallistumattoman-, strukturoimattoman-, yksinkertaisen- ja suunnitellun havainnoinnin.

Tässä opinnäytetyössä on käytetty osallistuvaa havainnointia aineistonkeruumenetelmänä. Osallistuvassa havainnoinnissa Hirsjärven ym. (2008, 210) mukaan tutkija osallistuu yleensä tutkittavien toimintaan heidän ehdoillaan. Kirjoittajien mukaan osallistuvan havainnoin tutkimukset ovat yleensä kenttätutkimuksia, joissa tutkija pyrkii havainnoitavan ryhmän jäseneksi, jotta tutkija pääsee mukaan ryhmän toimintaan muutenkin kuin vain fyysisesti. Eskola & Suoranta (2005, 98) kertovat kirjassaan, että osallistuvalla havainnoinnilla tarkoitetaan aineiston keruumenetelmää, jossa tutkija osallistuu tutkimansa yhteisön toimintaan tavalla tai toisella. He kirjoittavat, että osallistuva havainnointi erottuu normaalista jokapäiväisestä tarkkailusta ainakin neljällä tavalla. Ensinnäkin tutkija usein toimii tuntemattomassa yhteisössä, toiseksi tutkija pystyy keskittymään havainnointiin paremmin kuin tutkittavat, jotka keskittyvät omiin tehtäviinsä, kolmanneksi tutkija kerää ja tallentaa havainnoidut tiedot systemaattisesti ja neljänneksi tutkijalla on oletettavasti ammattitaitoa havainnointiin ja analysointiin.

Hirsjärvi ym. (2008, 210) mainitsee, että osallistuvalla havainnoinnilla on useampia alalajeja, joita voidaan jaotella sen mukaan, miten täydellisesti tai kokonaisvaltaisesti tutkija yrittää osallistua tutkivan ryhmän toimintaan. Kirjoittajat ovat esitelleet kaksi osallistumisen astetta, täydellisen osallistumisen ja osallistujan havainnoijana. Täydellisessä osallistumisessa tutkija on pyrkinyt pääsemään täydellisesti ryhmän jäseneksi. Toisaalta tästä voi aiheutua tutkijalle ongelmia, koska tutkija ei tiedä, miten hänen tulisi toimia luonnollisesti ja aidosti ja samalla kerätä tietoa objektiivisesti. Ongelmaksi saattaa syntyä myös havainnointiin suostuvan ryhmän löytyvän, joka suostuu ottamaan tutkijan ryhmänsä jäseneksi. Toisessa osallistumisasteessa, osallistuja havainnoijana, tutkija on alusta asti havainnoija ja se on selvää koko ryhmälle. Tällöin tutkija voi tutkija pyrkii rakentamaan hyvät välit tutkittaviin ja tekeekin heille kysymyksiä havainnoinnin aikana. Myös tässäkin osallistumisasteessa tulee muistaa pitää tutkijan mielipiteet erillään havainnoista ja tulkinnoista. (Hirsjärvi, Remes, & Sajavaara 2008, 211-212.) Tässä opinnäytetyössä tutkija osallistui täydellisesti toimintaan olemalla osa ryhmää. Tutkija oli tapahtuman projektipäällikkö, joten hänelle oli haastavaa kerätä tietoa objektiivisesti ja samalla olla esittämässä omia näkemyksiä tapahtuman onnistumisen kannalta.

Eskola & Suoranta (2005, 99) puhuvat myös Hirsjärven ym. tapaan tutkijan eri rooleista. He kertovat, että joskus tutkija osallistuu toimivana yksilönä aidoissa ja luonnollisissa kenttätilanteissa, kun taas joskus tutkija tekee ulkopuolisena henkilönä havainnoiteja. Kirjoittajat huomauttavat, että usein tutkijan rooli on jotain näiden kahden roolin väliltä.

Osallistuvassa havainnoinnissa vuorovaikutus tutkijan ja tutkittavien eli havainnoitavien välillä tapahtuu hyvin pitkälle havainnoitavien henkilöiden ehdoilla. Tutkijan tulisi muistaa, että hänen tulisi vaikuttaa havainnoitavan yhteisön toimintaan ja tapahtumien kulkuun mahdollisimman vähän, kuten aikaisemminkin on jo mainittu. Havainnoidessa tutkijan tulisikin huomioida omien tekojensa seuraukset. Joskus avoin havainnointi, eli että henkilöt tietävät havainnoinnista, häiritsee havainnoitavan ryhmän toimintaa sekä tutkimusta. siksi usein keksitäänkin niin sanottu peitetarina helpottamaan kentälle pääsyä ja helpottamaan yhteisön jäsenten luottamuksen saantia. Luottamusta halutaan, jotta tutkija voi hyväksytysti toimia ryhmän jäsenenä samalla havainnoiden ja tehden kysymyksiä. Toisaalta joskus on helpompi, että tutkija on ulkopuolinen, jos tutkittavat henkilöt avautuvat helpommin arkaluontoisista asioista vierailulle henkilölle. (Eskola & Suoranta 2005, 100-101.)

Havainnointi on subjektiivista, sillä siinä on yhden henkilön havainnointi ja näkemys miten asiat ovat. Uhkana onkin, että ennako-odotukset ohjaavat tutkijan toimintaa ja joitain tärkeitä asioita saattaa jäädä huomioimatta. Myös aikaisemmat kokemukset vaikuttavat siihen, mitä tutkija huomioi tai minkälaisia käsityksiä hän saattaa tehdä esimerkiksi tietyistä henkilöistä. Myös tutkijan mieliala ja aktivaatiotaso vaikuttavat havainnoinnin tuloksiin. (Eskola & Suoranta 2005, 102.)

3.2.2 Benchmarking

Ben Laurent(2006, 86-87) kuvaa bench markingin olevan sitä kun yritys tai yksittäinen henkilö hyödyntää vertailutietoa oman toiminnan kehittämisessä. Hänen mukaansa siinä on tarkoitus tutkia toisten yritysten, tai henkilöiden, toimintatapoja ja siten parantaa omaa toimintaa.

Eräällä Internet-sivulla bench marking oli suomennettu esikuva-analyysiksi ja kerrottu sen tarkoittavan menetelmää, jonka avulla mm. yritys voi määrittää asemansa ja suoritustasonsa suhteessa kilpailijoiden vastaavaan toimintoon. Bench marking tulokset auttavat siis yritystä omaksumaan vertailutulosten avulla uusia toimintamalleja sekä valitsemaan oman toiminnan kehittämiselle oikeat painopisteet. Tuloksista selviää myös se, mitä vertailukumppani tekee paremmin ja siitä voidaan ottaa mallia. Internet-sivuilla on kerrottu, että sitä käytetään usein liike-elämän suorituskyvyn ja laadun parantamisessa. (Kuusinen 2011)

Wöber (2002. 1-2) luettelee kirjassaan erilaisia määritelmiä bench markingille. Hän kuitenkin tiivistää, niin kuin edellä olevat lähteetkin ovat sanoneet, että se voi olla vertailevan mittauksen järjestelmällinen menettely, jonka tavoitteena on saavuttaa jatkuvaa parantamista. Wöber luettelee menetelmän käytön etuihin luontaisen ominaisuuden tiedon jakamisesta ja motivoivan prosessin. Hän mainitsee, että menetelmää käytetään useilla eri aloilla ja erityisesti laatu johtamisen työkaluna.

Koska menetelmää käytetään eri aloilla, sitä hyödynnetään eri tarkoituksiin. Eri tarkoituksia, tai oikeataan bench marking menetelmiä, on esimerkiksi sisäinen-, ulkoinen-, kilpaileva- ja toimialakohtainen bench marking. Sisäisessä bench markingissa tutkimus tehdään yrityksen sisällä, esim. tutkitaan projekteja, toimintoja, osastoja tai saman yrityksen eri toimipisteitä. Omaa yritystä tutkimalla tutkimusta helpottaa se, että on yhteinen kieli, kulttuuri, mekanismit ja systeemit joiden mukaan toimitaan, on yhteinen viestintä sekä on helpompi saada yrityksestä tietoa. Huonona puolena on, ettei saada yrityksen ulkopuolista näkökulmaa tutkimukseen, kuten ulkopuolisessa bench markingissa. Ulkopuolisessa bench markingissa tutkitaan toista yritystä välittämättä siitä, miltä alalta tai alueelta se on. Sen hyötyinä on löytää uusia läpimurtoja, laajentaa yrityksen näkökulmasta, luoda haasteita ja se on vähemmän tunteellista tai poliittista varausta. Vaikeuksina voi olla saada yrityksestä tietoa ja muutosten seuraukset voivat olla suurempia. Kilpailevassa bench markingissa tarkoituksena on taas tutkia kilpailijoita, jotta pystytään tunnistamaan parhaat mm. toimintatavat. Sen vaikeudet ovat enemmän laillisia, eettisiä tai poliittisia näkökohtia, mutta sen avulla voidaan löytää apua voittamaan tyytyväisyyttä ja ylimielisyyttä. Viimeisessä bench marking menetelmässä, toimialakohtaisessa bench markingissa, tutkimuksen kohteena on sama toimiala tai saman toimialan yritys. Tutkimuksessa voidaan löytää helposti alakohtaiset uudet trendit ja päästään suhteellisen helposti käsiksi tutkittavaan materiaaliin. Toisaalta kilpailijoilta voi olla vaikeuksia saada tietoa tai uusia ongelmia syntyy, kun ei osata johtaa tiettyjä suosituksia. (Wöber 2002. 2-3.)

3.2.3 Kysely

Kysely on yksi survey-tutkimuksen menetelmä. Survey-tutkimuksissa kerätään aineistoa standardoidusti ja tutkimuksen kohdehenkilöt muodostavat näytteen tai otoksen tietystä perusjoukosta. Standardoituus tarkoittaa, että kaikilta vastaajilta kysytään kysymykset täsmälleen samalla tavalla. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2008. 188.) Survey-tutkimuksen aineisto käsitellään yleensä kvantitatiivisesti (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2008. 188-189).

Kyselyn avulla voidaan kerätä laaja tutkimusaineisto, koska tutkimukseen voidaan saada useita vastaajia ja siinä voidaan kysyä monia asioita yhdellä kerralla. Kyselyn tehokkuus piilee siinä, että se säästää tutkijan aikaa ja vaivannäköä. Se voidaan lähettää tuhansille kohderyhmään kuuluville ja huolellisesti suunnitellulla kyselyllä tai lomakkeella aineisto voidaan käsitellä nopeasti tallennettuun muotoon ja analysoida aineistoa tietokoneen avulla. Tiedonkäsitelyyn kehitetyt tilastolliset analyysitavat ja raportointimuodot helpottavat myös tutkijan työtä, sillä tutkijan ei tarvitse tavattomasti kehitellä uusia analysointitapoja. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2008. 190.)

Kyselyn haittoina voidaan pitää aineiston pinnallisuutta ja teoreettista vaatimattomuutta. Haittoina pidetään myös sitä, ettei voida varmistua vastaajan suhtautumiseen kyselyyn eli ovatko he pyrkineet vastaamaan huolellisesti ja rehellisesti. Väärinymmärryksiä on myös vaikea kontrolloida kyselyllä, ei voida siis varmistua, onko kysymykset ymmärretty oikein. Kyselyllä ei voida myöskään varmistua, että vastaaja on perehtynyt ja tietoinen aiheesta, josta kysymykset ovat. Vastaamattomuus eli kato on suurin haitta kyselyssä, jota ei voida kontrolloida. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2008. 190.)

Kyselyn aineistoa voidaan kerätä ainakin kahdella päätavalla: kontrolloidulla kyselyllä tai posti- ja verkkokyselyllä. Kontrolloidussa kyselyssä tutkija voi jakaa itse henkilökohtaisesti lomakkeet kohderyhmille, selostaa tutkimuksen tarkoituksen, selostaa kyselyä ja vastaa vastaajien kysymyksiin. Tällöin vastaaja palauttaa lomakkeen sovittuun paikkaan, tai tutkija voi lähettää kyselyt etukäteen vastaajille ja hakea ne ilmoitetun ajan kuluttua henkilökohtaisesti, jotta voi tarkistaa, että lomakkeet on täytettyjä ja keskustella kysymyksistä vastaajien kanssa. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2008. 192.)

Posti- ja verkkokyselyissä lomake lähetetään tutkittaville, jotka vastaavat itse siihen ja lähettävät vastaukset takaisin tutkijalle. Tämän menettelyn etuna on nopeus ja vaivaton aineiston saanti, vaikka haittana on kato eli vastaamattomuus. Useimmiten tällaisessa menettelyssä lomakkeita ja vastauksia joudutaan karhuamaan eli muistuttamaan. Yleensä karhuaminen toistetaan kaksi kertaa. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2008. 191.)

3.3 Kevään 2011 Rakentaja-päivä

Rakentaja-päivä on tapahtuma, joka järjestettiin ensimmäistä kertaa pääkaupunkiseudulla lauantaina 5.3.2011. Aikaisemmin tapahtumaa on kokeiltu Oulussa ja koska sen koettiin olevan onnistunut, se haluttiin tuoda myös pääkaupunkiseudulle. Tapahtuman tarkoituksena oli saada erilaisia pientalorakentaja ja rakentamiseen liittyviä yrityksiä keskustelemaan tämän hetkisistä rakentamisen mahdollisuuksista ja haasteista. Rakentaja-päivästä on messutapahtuma, jossa on yhteistyökumppaneiden ständit eli pisteet, jossa he jakavat oman osa-alueensa tietoa, ja tasatunnein järjestettäviä pieniä luentoja eli tietoiskuja.

Rakentaja-päivän suunnitteli ja toteutti Laurea-ammattikorkeakoulun opiskelijat yritys x:n edustajan toimeksiannosta. Tapahtuman projektiryhmään kuului opiskelijoiden ja toimeksiantajan lisäksi yhteistyökumppanit, jotka toimivat tapahtuman johtoryhmänä ja rahoittajina.

Rakentaja-päivässä käytettiin hyväksi osallistuvaa havainnointia tutkimaan, miten tapahtumaa voitaisiin jatkossa parantaa ja samalla kirjaamaan tapahtumaprosessissa olleet asiat. Osallis-

tuva havainnointi esitellään ennen kuin aletaan kertoa miten tapahtumaprosessi alkoi suunnittelulla ja jatkui sitten toteutukseen ja siitä toteutukseen ja jälkimarkkinointiin.

3.3.1 Rakentaja-päivän suunnittelu

Tapahtuman suunnittelun oli aloittanut jo toimeksiantaja. Hän oli kaavaillut, että tapahtuma olisi pieni, noin sadan hengen tapahtuma. Hän oli ajatellut, että tilaisuudessa olisi yhteistyökumppaneiden ständejä ja jokin rakennusalan luennoitsija. Tilaisuuden ajateltiin kestävän myös ajallisesti vähän aikaa ja se toteutettaisiin nopealla aikataululla. Opiskelijat tekivät toimeksiantajan antamien ohjeiden mukaan alustavan suunnitelman tapahtumasta yhteistyökumppaneille esitettäväksi. Suunnitelmaa tehdessä käytettiin hyväksi bench marking -menetelmää. Opiskelijat ottivat selvää millaisia saman aihepiirin tapahtumia oli järjestetty aikaisemmin. Tapahtumista tutkittiin muun muassa missä ja milloin ne oli järjestetty tai tullaan järjestämään. Joistakin tapahtumista, jotka oli jo järjestetty, löytyi messututkimus, josta taas pystyi näkemään kuinka paljon oli osallistujia, mistä he olivat saaneet tietoa tapahtumasta, mikä heitä kiinnosti ja niin edelleen. Näitä tietoja käytettiin hyväksi suunnitelmaa tehdessä.

Opiskelijoiden tekemässä alustavassa suunnitelmassa oli määritelty tapahtuman tavoite ja tarkoitus, tapahtumapaikka ja -aika, yhteistyökumppanit, päivän kulku ja mitä vielä tarvitsisi tehdä ennen tapahtumaa sekä budjetti. Ensimmäinen suunnitelma kuitenkin muuttui heti ensimmäisessä toimijoiden, eli opiskelijoiden ja yhteistyökumppaneiden, yhteisessä kokouksessa, niin sanotussa tapahtuman kick off:ssa. Yhteistyökumppaneilta saatiin tietoa muun muassa tapahtuman järjestämisen päivämäärän kannattavuudesta. Se tuli aikaistaa, koska mahdolliset rakentajat ovat jo heti alkuvuodesta suunnittelemassa ja tutkimassa asioita, jotta rakentaminen voidaan heti kevään tullen aloittaa. Toisin sanoen, ajateltu tapahtuma-aika oli liian myöhäinen markkinatilannetta ajateltuna. Tapahtuma-aikaa aikaistettiin yli kuukaudella. Tapahtumasta oli alun perin ajateltu pientä, mutta ensimmäisessä tapaamisessa todettiin, että osa yhteistyökumppaneista toivoi ja uskoi, että markkinoinnilla saataisiin useampi osanottaja tapahtumaan. Markkinointiin uskottiin vahvasti vaikka kaikkia markkinointikeinoja ei haluttu käyttää, ne olivat joko liian kalliita tai ajateltiin, etteivät ne kohtaa kohderyhmää. Vaikka markkinointivälineistä käytettiin vain muutamia, tilat vaihdettiin suurempiin, koska markkinointivälineisiin uskottiin niin vahvasti.

Opiskelijoille jäi paljon uusiksi suunniteltavaa ensimmäisen tapahtuman jälkeen. Heidän tuli miettiä, miten saada markkinointi toimimaan ja ottaa selvää tapahtuman esiintyjistä sekä muista tapahtumapäivää koskevista asioista. Aikaa oli vähän, joten ratkaisuja tehtiin nopeasti ja suunnitteluvaiheesta mentiin nopeasti toteutukseen; tapahtuman posteria, eli mainosta, ei ehditty yhdessä juurikaan miettimään eikä hahmottelemaan, vaan yksi ryhmän jäsen teki sen

ja sai vain lopullisen hyväksynnän muulta ryhmältä ja projektipäälliköltä. Posterit laitettiin nopeasti jakoon yhteistyökumppaneille, jotka käyttivät sitä omilla Internet-sivuillaan ja lehtimainoksissa. Mainoksesta tehtiin myös kutsuversio Espoon tontinomistajille, joille se lähetettiin postitse. Tontinomistajien yhteystiedot saatiin ostettua Espoon rakennusvirastosta.

Opiskelijat hankkivat tapahtumaan puhujia pieniin tietoisuuksiin ja keksivät puhujille pienet lahjat, koska budjetti oli tiukka, ei heille voitu maksaa palkkiota. Onneksi monet olivat innokkaita tulemaan kertomaan omasta aihealueestaan ilman palkkiota. Valmisteluita tehtiin tiuhaan tahtiin, kuten jo aikaisemmin mainittiin. Opiskelijat tekivät itsenäisesti päätöksiä, mutta pitivät yhteistyökumppaneita ajan tasalla muun muassa toisessa tapaamisessa, jossa taas esiteltiin, mitä oli siihen asti saatu tehtyä. Suunnitelmista ei tehty varsinaista raporttia, jonka kaikki toimijat olisivat hyväksyneet, vaan käytettiin hyväksi tapaamisissa käytettyjä Powerpoint -esityksiä.

Tapahtuman tuottaminen oli opiskelijoille ennestään melko tuntematonta, joten tiukka aikataulu toi haasteita myös sille, että kaikki asiat tuli otettua huomioon. Usein tuli esille asioita, joita ei ollut otettu huomioon, kuten turvallisuusasiat. Näiden esille tulleiden asioiden ratkominen oli välillä aikaa vievää ja haastavaa. Esimerkiksi turvallisuusasioissa otettiin yhteyttä Laurea Leppävaaran turvallisuudesta vastaaviin ja kysyttiin heidän neuvojaan. Lopulta kuitenkin kaikki mahdollinen oli huomioitu ja järjestetty tapahtumapäivää varten.

3.3.2 Rakentaja-päivän toteutus ja jälkimarkkinointi

Tapahtuma järjestettiin Laurea Leppävaaran tiloissa, Espoossa, lauantaina 5.3.2011. Tapahtuman toteutus aloitettiin valmisteluilla jo edellisinä päivinä. Yhteistyökumppanit saivat tuoda etukäteen tarvikkeitaan Laurean tiloihin ja opiskelijat hankkivat muualta tulevat materiaalit valmiiksi. Tapahtumaa edeltävänä päivänä tarkistettiin tilat ja laitettiin ne mahdollisimman valmiiksi seuraavaa päivää varten. Muun muassa kahvituspöydät ja narikka laitettiin kuntoon. Tapahtuma päivänä opiskelijat tulivat jo aamulla ennen muita laittamaan loput valmistelut kuntoon ennen kuin yhteistyökumppanit tulivat paikalle pystyttämään ständejään. Tarkoituksena oli, että kun ständit ja muut tilavalmistelut olivat kunnossa, pidettäisiin yhteinen palaveri, jossa käytäisiin vielä päivä läpi. Palaveri saatiin aloitettua sovittuun aikaan ja paikalla oli kaikkien yhteistyökumppaneiden edustajat, paitsi yhden. Palaverissa käytiin läpi päivän aikataulu ja vastuualueet sekä turvallisuusasiat. Kun kaikki oleellinen oli käsitelty, jokainen meni omalle paikalleen ja tapahtuma alkoi.

Tapahtuma oli todella hiljainen, koska asiakkaita oli todella niukasti. Jo tapahtuman aikana alettiin arvioida syytä hiljaiseen kysyntään. Keskusteluissa kävi ilmi, että erilaisia tapahtumia

oli samaan aikaan ja myös ensimmäinen kevätpäivä saattoi olla syynä siihen. Myös markkinointia alettiin arvostella.

Tapahtuma eteni sujuvasti. Puhujat tulivat paikalle aikataulun mukaan, tarjoilua riitti kaikille ja mitään ongelmia ei ilmennyt. Myös tapahtuman jälkityöskentely, kuten tilojen siivous, sujui hyvin. Jälkimarkkinointia ei toteutettu tapahtumassa, koska osallistujia oli niin vähän ja heidän tavoittaminen olisi ollut vaikeaa, kun ei ollut asiakasrekisteriä. Palautetta saatiin muun muassa keräämällä palautetta tapahtumaan osallistuneilta liitteessä 2 olevalla asiakaspalautelomakkeella. Palautteiden mukaan asiakkaat olivat saaneet tietoa tapahtumasta niin eri paikoista, että olisi ollut turhauttavaa lähettää yhden ihmisen takia kaikille tietyn yrityksen asiakkaille kiitos osallistumisesta. Kiitosviestit osallistumisesta lähetettiin kuitenkin yhteistyökumppaneille ja tapahtumassa esiintyneille puhujille.

3.3.3 Tutkimusmenetelmien käyttö hankkeessa ja niiden tulokset

Hankkeessa käytettiin tutkimusmenetelminä osallistuvaa havainnointia, bench markingia ja kyselyä. Menetelmät on esitelty aikaisemmin tässä opinnäytetyössä, kohdassa 3.2. Aikaisemmin on jo mainittu, että osallistuvaa havainnointia käytettiin pääasiassa, koska tutkija osallistui hankkeen toteuttamiseen. Kuten menetelmien määrittely osiossa aikaisemmin sanottiin, osallistuva havainnointi on hyvä tapa saada tietoa mm. yksilöiden ja ryhmien toiminnasta oikeissa tilanteissa. Menetelmällä saadaan siis vastaus siihen mitä ihmiset oikeasti tekevät, eikä vastausta siihen mitä he sanovat tekevänsä. Myös tässä hankkeessa haluttiin tutkia sitä, mitä projektiryhmä teki, jotta tapahtuma toteutui. Tekemisiä haluttiin kirjata ylös, jotta seuraavina vuosina voitaisiin ottaa mallia aikaisemmasta tapahtumasta ja kehittää tapahtumaa paremmaksi. Aikaisemmin tässä kappaleessa on kerrottu siitä, miten tapahtuma suunniteltiin, toteutettiin ja päätettiin. Ne ovat osallistuvan havainnoinnin tuloksia samoin kuin seuraavan kappaleen ehdotus tulevalle tapahtumalle.

Bench marking menetelmää käytettiin hankkeen suunnittelussa. Sillä haluttiin etsiä tietoa aikaisemmista ja tulevista rakennusalan tapahtumista, jotta pystyttiin tekemään mielenkiintoinen ja menestyvä tapahtuma. Aikaisemmista tapahtumista tutkittiin mm. ketä on ollut järjestäjänä, ketkä siellä ovat esiintyneet, mitä aiheita käsitelty ja joistain tapahtumista löytyi jopa messututkimuksia. Messututkimuksista saatiin markkinointia edistäviä tietoja, kuten mistä messuilla kävijät olivat kuulleet tapahtumasta, kävijöitä koskevia tietoja, kuten ikä, määrä, sukupuoli, ja mikä tapahtumissa oli ollut kiinnostavaa, onnistunutta tai epäonnistunutta. Tulevista tapahtumista haluttiin selvittää, milloin ne ovat ja mitä ne tarjoavat. Haluttiin siis tuntea kilpailijat ja tehdä omasta tapahtumasta parempi, jotta saatiin kilpailuetu. Menetelmän käyttö oli hyödyllistä suunnitelmavaiheessa, mutta sitä olisi pitänyt käyttää enemmän, sillä tapahtuman markkinointi ei ollut selkeästi toiminut hyvin, koska tapahtumassa ei ollut

kovinkaan paljon kävijöitä. Samoin muiden tapahtumien selvittämisessä olisi tullut ottaa tarkemmin selvää mitä tapahtuman järjestämispäivänä oli samaan aikaan tapahtumassa. Benchmarkingissa keskityttiin liikaa samanlaisten tapahtumien tutkimiseen, vaikka sitä olisi voitu hyödyntää laajemmin. Olisi voitu tutkia kaikkia tapahtumia tapahtuman järjestämispäivältä, jotta olisi voitu varautua kilpailemaan erilaisten tahojen kanssa, kuten kauppakeskusten alennusmyyntien.

Kyselyä käytettiin palautteen antoon. Palautetta haluttiin tapahtuman kävijöiltä ja hankkeessa mukana olleilta, kuten projektiryhmältä, yhteistyökumppaneilta ja muilta sellaisilta. Palautetta kerättiin tapahtumassa käyneiltä paperisella kyselyllä, joka on liitteessä 1. Palaute piste oli sijoitettu narikan läheisyyteen, jotta kävijät vastaisivat siihen lähtiessään tapahtumasta pois. Kyselyyn houkuteltiin vastaamaan palkinnolla, joka oli kylpylälahjakortti. Kävijäkyselyllä haluttiin selvittää sukupuoli- ja ikäjakaumaa, ammatillista taustaa, asuinkuntaa, millä tapahtumaan tultiin, kenen kanssa, miten kävijät olivat saaneet tietoa tapahtumasta ja mikä siinä kiinnosti. Kävijöitä pyydettiin myös ilmoittamaan, missä luennoilla he kävivät ja arvioimaan niitä. Heitä pyydettiin myös arvioimaan tapahtuman onnistumista mm. sen kannalta saiko kävijä tarvitsemaansa tietoa sieltä.

Vastanneita oli yhteensä 16, mutta kyselyyn oli selkeästi vastannut myös tapahtumassa mukana olleet opiskelijat, joten kysely ei aivan täyttänyt vaatimuksiaan. Kyselyn tulokset eivät siis ole pelkästään ulkopuolisten vierailijoiden näkemyksiä. Vastanneista oli kuusi miestä ja 10 naisia. Iältään vastaajat olivat 25-44-vuotiaita 68 prosenttisesti ja loput olivat alle 25-vuotiaita. Ammatikseen 37,5% ilmoitti opiskelija, 6,25% yrittäjä ja loput 56,25% olivat työntekijöitä. Yli puolet vastanneista oli Espoosta ja loput muualta pääkaupunkiseudulta, kuten oli odotettukin. Tapahtumaan saapui kaksi bussilla, yksi junalla ja loput henkilöautolla ja paikalle saavuttiin useimmiten yksin, vaikkakin kaksi oli saapunut paikalle puolison kanssa ja kaksi oli saapunut perheen tai sukulaisen kanssa. Tapahtumaa suunnitellessa hyvät kulkuyhteydet julkisella liikenteellä houkuttelisi kävijöitä jättämään auton kotiin, joten oli yllättävää että suurin osa tuli autolla. Kyselyssä haluttiin tietää myös markkinoinnista, joten kävijöitä kysyttiin mistä he saivat tietoa tapahtumasta. 25% vastanneista oli löytänyt yhteistyökumppaneiden sivuilta mainoksen, 25% oli saanut kutsun postitse ja loput olivat muuta kautta saaneet tietää. Muiksi tiedotusvälineiksi mainittiin sähköposti, puoliso, mainoslehti ja Internet. Tapahtumaan oli tultu erilaisista syistä, mutta kiinnostus rakentamiseen oli tärkein motiivi 81,25% vastasi tämän olevan syy paikalle saapumiseen. Seuraavaksi tärkein syy oli tietoisuus tai että oli rakentamassa tällä hetkellä. Kyselyllä haluttiin selvittää, mitä tietoa kävijät tulivat tapahtumasta etsimään. Suurin osa, 75%, vastanneista halusi yleisesti tietoa rakentamisesta. Osa oli kuitenkin tarkentanut, että varsinkin energiatehokkuus ja homeongelmat olivat mielenkiintoisia.

Kaikille kuitenkin löytyi jotakin tarvittavaa tietoa, sillä jokainen vastaaja oli sitä mieltä, että löysi haluamansa tiedon. Luennoilla oli käyty aika huonosti, sillä vain n. 43% oli käynyt ensimmäisellä ja toisella luennolla. Kolmannella ja neljännellä luennolla oli käynyt vain 25% vastanneista. Syiksi, miksi luennoille ei menty, sanottiin olevan, ettei ollut aikaa, ei ollut sopivaa luentoa sillä hetkellä, kun tuli tai että yhteistyökumppaneiden ständeistä sai tarpeeksi tietoa. Ne, jotka kävivät luennolla, olivat kuitenkin arvioineet luennot kiitettävien arvosanoin. Ensimmäinen luento sai arvosanan 8½, toinen luento 7½, kolmas luento 10- ja neljäs luento 8. Myös viimeisessä osiossa oli arvioitu tapahtuman puhujia onnistuneiksi tai sitten heistä ei osattu sanoa mielipidettä. Kokonaistarjonta ja yleisarvosanakin olivat useimmiten melko hyviä. Kuitenkin tapahtuma sai viimeiseen vapaaseen osioon kritiikkiä siitä, että tapahtumaa olisi pitänyt markkinoida enemmän, jotta kävijöitä olisi ollut enemmän. Viimeisessä osiossa oli myös toivottu enemmän yhteistyökumppaneita, jotta olisi saanut enemmän ja monipuolisempaa tietoa yhdellä kerralla ja näin myös kuulijoita olisi saatu enemmän. Kehua saatiin kuitenkin siitä, että kävijästä oli mukavampi kuunnella rakentamisesta kertovia asioita kuin lukea niistä. Eräs kävijä kiitti ilmaisesta ja hyödyllisestä tiedosta, jonka voi muuttaa hänen mielestään rahaksi. Hän kuitenkin olisi halunnut enemmän ständejä, jotta olisi ollut monipuolisuutta. Samainen kävijä myös huomautti auditorion kylmyydestä sanomalla, että ”luentosalissa liian tehokas ilmanvaihto → vilakka oli”.

Projektissa mukana olleilta pyydettiin palautetta sähköisessä muodossa. Heille annettiin e-lomakkeeseen linkki. Siihen vastasivat projektissa mukana olleet opiskelijat, yhteistyökumppanit ja ohjaava lehtori. Kyselylomake löytyy liitteestä 2. Kyselyssä oli jaettu aihealueet viiteen osioon. Ensimmäisessä osiossa arvioitiin suunnittelua, toisessa tietoiskuja, kolmannessa tarjoilua, neljännessä tapahtumapaikkaa ja lopuksi sai vapaasti kertoa mielipiteensä tapahtumasta. Kyselyyn vastasi seitsemän kymmenestä projektissa mukana olleista. Ensimmäisessä kysymyksessä kysyttiin oliko vastaaja osallistunut tapahtuman suunnitteluun. Oli yllättävää, että vain kuusi seitsemästä sanoi olleensa mukana tapahtuman suunnittelussa, sillä yhteisissä tapaamisissa suunniteltiin tapahtumaa yhteisesti ja jokainen antoi omia näkemyksiään, jotta tapahtuma onnistui. Toisessa kysymyksessä pyydettiin arvioimaan 1-5 asteikolla tapahtuman suunnittelua markkinoinnin, puhujien, budjetin, tapahtumapaikan, tiedonkulun ja yhteydenpidon kannalta. 60% oli sitä mieltä, että markkinointi ei toiminut lainkaan, 30% mielestä se oli huonoa ja 10% ajatteli sen olevan keskivertoa. Puhujiin oltiin joko todella tyytyväisiä, 70%, tai tyytyväisiä, 30%. Budjetti taas jakoi mielipiteitä, sillä vain kolme seitsemästä oli sitä mieltä, että se oli erittäin hyvin suunniteltu. Vain yksi oli sitä mieltä, että se oli hyvin onnistunut, kahden mielestä se oli keskivertoa ja yhden mielestä budjetti oli melko huonosti suunniteltu. Tapahtumapaikan suunnittelusta oltiin kuitenkin taas tyytyväisiä.

Kyselyn toisessa osiossa arvioitiin puhujia. Viisi seitsemästä oli käynyt kuuntelemassa puhujien luentoja. Toimijoiden mielestä puhujien esiintymistaidot olivat melko hyviä, tietämys aihees-

ta oli todella hyvää ja kiinnostavuus oli melko hyvä. Jatkossa esiintymään vastanneet toimijat ottaisivat Lauri Uotilan. Kolmannessa ja neljännessä osiossa pyydettiin arvioimaan tapahtuman tarjoilua ja sijaintia. Tarjoilun riittävyteen, monipuolisuuteen, laatuun ja makuun oltiin hyvin tyytyväisiä. Tapahtuman sijaintiinkin oltiin tyytyväisiä, mutta opasteita kaivattiin enemmän samoin kuin parkkipaikkoja. Toisaalta uskon, että parkkipaikkojen opasteet olivat huonot, joten siksi sekin sai moitteita. Toimijat kokivat kuitenkin, että liikenneyhteydet olivat hyvät. Heistä myös tilat oli somistettu erittäin hyvin ja tapahtumassa oli riittävästi ystävällistä ja tietäväistä henkilökuntaa. Vapaassa osiossa oli kiitosta opiskelijoille hyvin järjestetystä tapahtumasta ja moitteita markkinoinnista. Markkinoinnin budjettia pidettiin liian pienenä ja markkinointia oli toimijoiden mielestä liian vähän. Myös kaikkien osapuolien yhteydenpitoa arvosteltiin ja toivottiin jatkossa enemmän sitoutuneisuutta tapahtumaa kohtaan. Eräs vastaaja oli huomauttanut, että aikaa tapahtuman suunnittelulle oli liian vähän ja sitä pitäisi lisätä seuraavassa tapahtumassa. Toinen vastaaja taas jäi kaipaamaan naisnäkökulmaa tapahtumalle, esimerkiksi sisustuksesta tietoa ständeille tai luentoa aiheesta.

3.4 Uuden Rakentaja-päivän suunnittelu

Uuden Rakentaja-päivän suunnittelussa on esitelty tapahtumassa ilmenneet toiveet tulevaisuuden tapahtumalle. Palautetta tapahtumasta kerättiin yhteistyökumppaneille tehdyllä palautelomakkeella, asiakaspalautelomakkeilla ja palautekeskustelulla. Palautekeskustelussa oli osallisena toimeksiantaja ja tapahtuman suunnitelleet opiskelijat ja ohjaava opettaja.

Rakentaja-päivästä haluttiin tehdä jokavuotinen tapahtuma, jonka järjestäjinä olisivat mahdollisesti jatkossakin Laurea-ammattikorkeakoulun matkailu-, ravitsemus- ja talousalan opiskelijat, joten uuden suunnittelua kaivattiin heti tapahtuman loputtua. Tapahtumaa haluttaisiin mahdollisesti muokata niin, että se sopisi suuremmalle yleisölle, esimerkiksi talon sisäpuolen rakennusta voitaisiin ottaa huomioon enemmän.

3.4.1 Lähtökohdat

Uudella tapahtumalla tulee olemaan samat tavoitteet kuin aikaisemmalla tapahtumalla; kerätään erilaisia rakentajia kuuntelemaan ja oppimaan uutta päivitettyä tietoa rakentamisen eri osa-alueista. Ennen suunnittelun aloittamista, tapahtuman onnistumisen kannalta sille tulisi antaa mahdollisimman hyvät puitteet. Tapahtuman suunnittelulle ja toteuttamiselle tulee antaa tarpeeksi aikaa. Suunnittelu on aikaa vievää, kuten Vallo ja Häyrinen (2010. 148-152) on kirjassaan sanoneet, joten aikaa tulee tapahtuman koosta riippuen varata tarpeeksi.

Myös muuta lähtökohdat tulee selvittää ennen suunnittelun aloittamista. Mitä yrityksiä haluaa lähteä mukaan tapahtumaan, saataisiinko muita yhteistyökumppaneita kuin aikaisemmassa

tapahtumassa? Pitäisikö budjetin olla suurempi? Mikä on kohderyhmä? Ketä valitaan projektipäälliköksi? Ja tärkein, miten saadaan kaikki tapahtuman järjestämisessä toimivat sitoutettua projektiin?

Projektin tärkein lähtökohta on se, että saadaan toimiva ryhmä suunnittelemaan ja toteuttamaan tapahtuma. Projektiryhmällä tulisi olla tarvittavasti tietoa tapahtuman järjestämisestä jo ennen kuin tapahtumaa aletaan järjestää. Tapahtuman tuottamisen kirjallisuutta tulisi käydä läpi etukäteen, jotta jatkossa välttyttäisiin ongelmilta. Jo tämänkin takia aikaa tulisi varata paljon tapahtumalle. Olisi myös hyvä, jos varsinkin projektipäällikkö pystyisi olemaan täysin omistautunut työlleen, jotta kaikista asioista tullaan varmasti otettua selvää ja ne tulevat varmasti tehtyä.

3.4.2 Suunnittelu

Suunnitelmavaihe tulisi aloittaa määrittelemällä tarkasti kaikki yksityiskohdat. Rakentaja-päivässä määriteltiin tavoite ja tarkoitus, mutta vähäisen ajan takia unohdettiin tehdä niistä selkeät kaikille. Samoin pelisäännöt unohdettiin tehdä ja ne tulisikin tehdä projektipäällikön aloitteesta yhdessä projektiryhmän ja muiden toimijoiden kanssa.

Pelisäännöissä tulisi määritellä vastualueet, kuten kehen otetaan yhteyttä ja mitä kukin tekee. Pelisääntöihin kuuluu myös selkeä aikataulu, johon on merkitty mitä kukin tekee mihinkin mennessä. Aikataulua suunnitellessa olisi hyvä muistaa myös, että aikaa tapahtuman suunnittelulle ja toteutukselle on tarpeeksi. Rakentaja-päivässä aikataulu oli melko tiukka ja sen takia annettiin monien asioiden mennä miten sattuu.

Varsinkin projektiryhmän tulisi tietää enemmän tapahtuman tuottamisen järjestyksestä ja mitä se vaatii, sillä aikaisemmassa tapahtumassa tietämättömyyden takia jäi varmasti monet asiat sopimatta ja tekemättä. Taustatutkimusta tulisi tehdä myös muista tapahtumista enemmän, jottei järjestetä samaan aikaan samanlaista tapahtumaa ja tutkimalla muita tapahtumia voidaan saada selville, mitä heiltä ehkä jäi puuttumaan. Taustatutkimusta tehdessä kannattaa tutkia myös muut mahdolliset tapahtumat tapahtumapäivälle, sillä sitä ei Rakentaja-päivässä muistettu ottaa huomioon. Samana päivänä oli erilaisia alennusmyyntejä ja kisoja, joiden kanssa on vaikea kilpailla, koska ne ovat eri kohdealueella, mutta kohderyhmä on sama silti.

Ennen ensimmäistä tapahtumaa toimeksiantajan tulisi miettiä yhteistyökumppanit jo valmiiksi tai sitten jättää yhteistyökumppaneiden hankinta suoraan opiskelijoille. Tapahtuman aluksi tulisi sopia yhteinen tapaaminen, jossa olisi toimeksiantajan ja opiskelijoiden lisäksi yhteistyökumppanit, jotta yhteiset pelisäännöt voidaan sopia.

Markkinointi on suurin asia, missä epäonnistuttiin edellisessä tapahtumassa. Sen arvoa ei voi painottaa liikaa. Suunnitteluvaiheessa projektiryhmän tulee luottaa omaan vaistoonsa ja käyttää kaikkia mahdollisia keinoja, vaikka suurin osa budjetista siihen kuluisikin. Täytyy kuitenkin muistaa, että ilman asiakkaita, ei ole tapahtumaakaan. Markkinointia voi tehdä yhteistyökumppaneiden Internet-sivuilla, muilla Internet-sivuilla, lehdissä, postereilla/julisteilla, flyereilla, radiossa ja televisiossa. Kaikkia mahdollisia keinoja on hyvä käyttää. Rakentaja-päivän markkinoinnissa käytettiin koulun sisäistä markkinointia hyväksi samoin kuin yhteistyökumppaneiden omaa markkinointia ja asiakasrekisteriä. Tapahtumaa varten ostettiin myös Espoon kaupungilta tontin omistajien osoitetiedot ja heille lähetettiin kutsu tapahtumaan.

Palautekeskustelussa tuli puheeksi myös se, että tapahtumalle olisi hyvä suunnitella ja kehittää jokin parempi nimi kuin Rakentaja-päivä. Ennen seuraavaa tapahtumaa nimi olisi kehitettävä, koska tapahtumasta on ajateltu jokavuotista tapahtumaa, joten sille pitäisi saada pysyvä nimi, jotta se saisi mainetta vuosien mittaan. Suunnitteluvaiheessa tulisi myös selkeyttää, että halutaanko jatkossa pysyä rakentamisen alueella vai halutaanko tapahtumaa laajentaa esimerkiksi sisärakentamiseen ja sisustamiseen, tai joihinkin muihin osa-alueisiin. Muita osa-alueita ainakin toivottiin edellisen tapahtuman palautteissa, niin asiakkaiden kuin toimijoiden puolelta.

3.4.3 Toteutus ja jälkimarkkinointi

Tapahtuma tulisi suunnitelma vaiheessa tehdä niin toimivaksi ja selkeäksi, että se sujuu tapahtumapäivänä sitten moitteettomasti. Tapahtumalle olisi hyvä järjestää viimeisessä projektiryhmän tapaamisessa kenraaliharjoitus, jotta muutoksia voi tehdä vielä. Ja projektiryhmän eli tässä tapauksessa opiskelijoiden ja varsinkin projektipäällikön pitää tehdä suunnitelmat selkeiksi ja selviksi yhteistyökumppaneille, jotta tapahtuman kulku olisi mahdollisimman selkeä. Kun suunnitelmavaihe on toteutettu kunnolla, toteutuksen tulisi sujua, mutta silti muistaa varautua siihen, ettei kaikki menekään suunnitelmien mukaan. Täytyy olla varasuunnitelma esimerkiksi jos joku ei saavukaan ajoissa paikalle.

Markkinoinnin kannalta tapahtumalle olisi hyvä saada jonkinlainen asiakasrekisteri tulevia tapahtumia varten. Toteutus voi olla hankalaa, sillä ne tulisi olla suojattuja tietoja ja kun järjestäjät aina vaihtuvat, niin kukaan ei oikeastaan voi niistä pitää huoltakaan.

Jälkimarkkinoinnissa voisi ehkä ajatella käytettävän sanoma- tai aikakauslehtiä. Voisi ottaa selvää, kiinnostaisiko jotakin lehteä kirjoittaa tapahtumasta artikkelin ja siihen yhteyteen voisi kirjoittaa osallistujille kiitoksen. Myös yhteistyökumppaneiden nettisivuja tulisi käyttää

hyväksi jälkimarkkinoinnissa. Samoin heidän asiakasrekistereitään ja lehtiään voisi käyttää hyväksi, jos niitä on markkinoinnissa käytetty muutenkin hyväksi.

4 Yhteenveto ja johtopäätökset

Opinnäytetyö alkoi teorian esittelyllä. Aluksi oli vaikeaa rajata, mitä tietoa tarvitaan ja miten laajasti sitä käsitellään. Kuitenkin päädyttiin esittelemään tapahtuman tuottamista niin, että ensin esiteltiin tapahtuman tuottamisen prosessi ja sitten hieman johtamista. Myös projektin prosessi ja johtaminen esiteltiin, koska opinnäytetyön hanke toteutettiin projektityönä. Teoriassa esiteltiin myös ryhmän kehitysvaiheita kevyesti, koska usein projekteihin syntyy uusia työryhmiä, jolloin ryhmä joutuu käymään erilaiset ryhmän kehitysvaiheet läpi, kuten aloittamisen ja lopettamisen haasteet. Teorian kirjoittaminen oli haastavaa, sillä kirjallisuutta on paljon, mutta se on suosittua, joten saatavuus oli välillä vaikeaa. Samoin motivaatio saaminen teorian kirjoittamiseen oli myös haastavaa.

Teoriassa esitellään myös tutkimusmenetelmät, joiden valitsemisen luulisi olevan helppoa, mutta tässä opinnäytetyössä se tuntui haastavalta, koska hanke tuli niin yhtäkkiä, että menetelmät piti löytyä heti, eikä myöhemmin. Menetelminä käytettiin osallistuvaa havainnointia ja bench markingia. Osallistuva havainnointi oli toisaalta helppoa, sillä tutkija osallistui tapahtuman tuottamiseen olemalla projektipäällikkö, joten kaiken tiedon saanti oli helppoa. Kuitenkin tutkimustuloksissa saattaa näkyä se, että tutkija on ollut liian läheisesti ryhmän työskentelyssä mukana. Bench markingia käytettiin tapahtuman suunnittelussa. Teorian löytäminen bench markingista oli haastavaa, sillä se on vielä niin uusi menetelmä, mutta se oli todella hyödyllinen projektin suunnittelun kannalta. Menetelmissä esiteltiin myös kysely, mitä käytettiin taas tapahtuman palautteen saantiin.

Hankkeen toteutus oli helpoin osa opinnäytetyötä, vaikkakin sen kuvaus tuotti haastetta. Tapahtuma järjestettiin todella lyhyellä ajalla, joten sen aikana oli kiire ja muistiinpanojen teko uupui ja siksi niitä joutui kirjoittelemaan myöhemmin.

Lähteet

Bryman, A. & Bell, E. 2007. Business research methods. 2.painos. United States: Oxford.

Conway, D.G. 2009. The event manager's bible, the complete guide to planning and organising a voluntary or public event. 3.painos. Glasgow: HowTo Books.

Eskola, J. & Suoranta, J. 2005. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. 7.painos. Jyväskylä: Vastapaino.

Hartley, S. 2009. Project management. Principles, processes and practice. 2.painos. Australia: Person Education Australia

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2008. Tutki ja kirjoita. 13.-14. osin uudistettu painos. Helsinki: Tammi.

Kauppila, R. A. 2005. Vuorovaikutus- ja sosiaaliset taidot. Keuruu: PS-kustannus.

Laurent, B. 2006. Päivittäisjohtaminen matkailu- ja ravintola-alalla. 1.painos. Porvoo: Wsoy.

Löow, M. 2002. Onnistunut projekti, projektijohtamisen ja -suunnittelun käsikirja. Helsinki: Tietosanoma.

Meredith, J. R. & Mantel, S. J. 2010. Project management. A managerial approach. 7.painos. Asia: John Wiley & Sons, Inc.

Shore, A. & Parry, B. 2004. Successful event management, a practical handbook. 2.painos. China: Thomson

Ruuska, K. 2008. Pidä projekti hallinnassa. Suunnittelu, menetelmät, vuorovaikutus. 7.painos. Helsinki: Talentum.

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2010. Tapahtuma on tilaisuus, opas onnistuneen tapahtuman järjestämiseen. Helsinki: Tietosanoma.

Vilka, H. 2005. Tutki ja kehitä. Keuruu: Tammi.

Vilka, H. & Airaksinen, T. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Jyväskylä: Tammi.

Wöber, K.W. 2002. Benchmarking in Tourism and Hospitality Industries. The Selection of Benachmarking Partners. UK, Trownbridge: CABI Publishing.

Sähköiset lähteet

Hemmilä, R. 2009. Laurea-ammattikorkeakoulu Viitattu 8.12.2011.

https://intra.laurea.fi/intra/fi/02_opiskelu/02_opiskelu_osa2/01_opinnot/05_opinnaytetyo/index.jsp

Jyväskylän yliopisto, Viestintätieteenlaitos. Viitattu 12.4.2011.

<http://www.jyu.fi/viesti/verkkotuotanto/ryhmaviestit/prosessi/muotoutuminen/kehitysvaiheet.html>

Kuusinen, I. 1999. Kokemuksia benchmarking -menetelmän käytöstä asiakaspalvelun arvioinnissa. Viitattu 12.4.2011.

<http://www.kreodi.fi/artview.asp?ArticleID=42>

Liite 1 Asiakaspalautelomake

Rakentaja-päivän palautelomake

Rakentaja-päivää järjestetään ensimmäistä kertaa. Tapahtuman ovat suunnitelleet ja toteuttaneet Laurea-ammattikorkeakoulun opiskelijat yhdessä yhteistyökumppaneiden (Sampo Pankki, Jämerä-kivitalot, Kiinteistömaailma, Mammuttihirsi ja Puustelli) kanssa. Palautteen keruun tarkoituksena on kerätä tietoa, miten hyvin tapahtuma on onnistunut. Kaikki palautteet käsitellään nimettöminä ja tietoja käytetään erään opiskelijan opinnäytetyössä sekä messututkimuksessa, jonka kaikki yhteistyökumppanit saavat. Palautetta antamalla teillä on mahdollisuus osallistua kilpailuun, jonka palkintona on Virkistävä viikonloppu (Arvo 320€) kahdelle Kartanohotelli Kaisankodissa.

Osio 1. Laita rasti oikean vaihtoehdon kohdalle.

1. Sukupuoli?

- Mies
 Nainen

2. Ikä?

- alle 25
 25 - 34
 35 - 44
 45 - 54
 55 - 64
 yli 65-vuotias

3. Ammatti?

- Opiskelija
 Työtön
 Työntekijä
 Yrittäjä
 Eläkeläinen
 Ei mikään yllä olevista, mikä? _____

4. Asuinkunta?

- Espoo
 Helsinki
 Vantaa
 Jostain muualta, mistä? _____

5. Millä tulitte tapahtumaan?

- Henkilöautolla
 Kävelen/pyöräillen
 Junalla
 Bussilla
 Jollain muulla, millä? _____

6. Kenen kanssa tulitte tapahtumaan?

- Yksin
 Puolison kanssa
 Perheen/Sukulaisten kanssa
 Lapsien kanssa
 Ystävien kanssa

7. Mistä saitte tietoa tapahtumasta?

- Luin Helsingin Sanomista
- Luin yhteistyökumppaneiden Internet-sivuilta
- Sain kutsun postitse
- Kuulin jostain muualta, mistä? _____

8. Minkä takia tulitte tapahtumaan?

- Tulin kuuntelemaan tietoiskuja
- Olen kiinnostunut rakentamisesta
- Rakennan tällä hetkellä
- Sain kutsun
- Joku muu syy, mikä? _____

9. Mitä tietoa tulit etsimään tapahtumasta?

- Rakentamisesta yleensä
- Rahoituksesta
- Energiatehokkuudesta
- Homeongelmista
- Radonsäteilystä
- Yhteistyökumppaneiden tarjouksista
- Rakennus määräyksistä
- Jostain muusta, mistä? _____

10. Löysitkö haluamaasi tietoa tapahtumasta?

- Kyllä
- En

11. Mitä luentoja tai luentoja kävit kuuntelemassa?

- klo 12 Suunnittele ja rakenna homeeton koti
Tuula Syrjänen, sisäilmaneuvoja, Hengitysliitto
- klo 13 Rakentamisen energiatehokkuus; määräykset ja säästäminen
Ari Järvinen, toimitusjohtaja, Lamit.fi
- klo 14 Näkymät suhdanteissa ja rahoitusmarkkinoilla
Lauri Uotila, johtava neuvonantaja, Sampo Pankki
- klo 15 Rakenna radonturvallisesti
Tuomas Valmari, tutkija, STUK
- En käynyt tietoiskuissa. Miksi? _____

12. Anna luennoille kouluarvosana 4-10 (4 välttävä, 10 erinomainen).

- klo 12 Suunnittele ja rakenna homeeton koti
Tuula Syrjänen, sisäilmaneuvoja, Hengitysliitto
ARVOSANA: _____
- klo 13 Rakentamisen energiatehokkuus; määräykset ja säästäminen
Ari Järvinen, toimitusjohtaja, Lamit.fi
ARVOSANA: _____
- klo 14 Näkymät suhdanteissa ja rahoitusmarkkinoilla
Lauri Uotila, johtava neuvonantaja, Sampo Pankki
ARVOSANA: _____
- klo 15 Rakenna radonturvallisesti
Tuomas Valmari, tutkija, STUK
ARVOSANA: _____

Liite 2: Toimijoiden palautelomake

Rakentaja-päivän toimijoiden palaute

Lomake on ajastettu: julkisuus alkaa 4.3.2011 21.20 ja päättyy 13.3.2011 21.00

Tähän palautelomakkeeseen vastaa Rakentaja-päivässä mukana olleet henkilöt eli toimijat. Palautetta käytetään arvioimaan tapahtuman onnistumista, niin suunnittelua kuin toteutusta.

Tapahtuman suunnittelu

Olitko osallisena tapahtuman suunnittelussa?

Miten arvioisit tapahtuman suunnittelua?

	1	2	3	4	5
Markkinointi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Puhujat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tapahtumapaikka	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Budjetti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Informaatio tapahtuman edistymisestä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhteydenotto tapahtuman tuottajiin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Tietoiskujen arviointi

Kävitkö kuuntelemassa tietoiskuja? Jos vastasit et, älä vastaa seuraaviin kysyksiin esiintyjistä.

Arvioi tilaisuudessa olleita puhujia asteikolla 1-5 (1 Erittäin huono, 5 Erittäin hyvä) ?

	1	2	3	4	5
Esiintymistaidot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Esiintyjien tietämys aiheesta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aiheiden tärkeys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Aiheiden kiinnostavuus

Oliko tietoiskujen aiheet tarpeeksi erilaisia?

Kenet puhujista valitsisit jatkossa puhumaan?

Tarjoilu

Arvioi tapahtumassa ollutta tarjoilua asteikolla 1-5 (1 Erittäin huono, 5 Erittäin hyvä)

	1	2	3	4	5
Tarjoilun riittävyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tarjoilun monipuolisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tarjoilun laatu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tarjoilun esillepano	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tarjoilun maku	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Tapahtumapaikka

Arvioi tapahtumapaikkaa asteikolla 1-5 (1 Erittäin huono, 5 Erittäin hyvä)

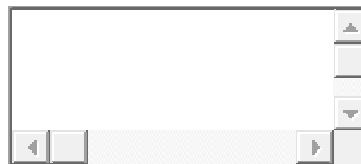
	1	2	3	4	5
Sijainti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opasteet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Parkkipaikat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Liikenneyhteydet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Somistus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilökunnan riittävyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilökunnan ystävällisyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilökunnan tietämys tapahtumasta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Muuta huomautettavaa:

A rectangular text input field with a light gray background. On the right side, there are three vertically stacked buttons: a small upward-pointing triangle, a square, and a small downward-pointing triangle. On the bottom left, there is a left-pointing arrow button, and on the bottom right, there is a right-pointing arrow button.

Vapaa osio

Voitte antaa ruusuja ja risuja tapahtumasta.

A rectangular text input field with a light gray background. On the right side, there are three vertically stacked buttons: a small upward-pointing triangle, a square, and a small downward-pointing triangle. On the bottom left, there is a left-pointing arrow button, and on the bottom right, there is a right-pointing arrow button.

Mitä olisit kaivannut tapahtuman suunnittelussa tai toteutuksessa lisää?

A rectangular text input field with a light gray background. On the right side, there are three vertically stacked buttons: a small upward-pointing triangle, a square, and a small downward-pointing triangle. On the bottom left, there is a left-pointing arrow button, and on the bottom right, there is a right-pointing arrow button.

Tietojen lähetys

Kiitos palautteen annosta!