



## **Matkamessujen *Check list* – Ota nämä asiat huomioon**

Eeva-Leena Saarela

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu  
Liiketoiminnan palveluratkaisut ja kielet  
Amk-opinnäytetyö  
2023

## Tiivistelmä

<b>Tekijä</b> Eeva-Leena Saarela
<b>Tutkinto</b> Tradenomi
<b>Opinnäytetyön nimi</b> Matkamessujen <i>Check list</i> – Ota nämä asiat huomioon
<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 24 + 3
<p>Opinnäytetyö käsittelee tapahtuman järjestämistä Matkamessujen näytteilleasettajan näkökulmasta. Työ lähti liikkeelle mahdollisuudesta osallistua Matkamessuille 2023 näytteilleasettajan roolissa. Tähän liittyneet epäselvyydet saivat kiinnostuksen heräämään, josta syntyi idea rakentaa konkreettinen tarkistuslista eli <i>Check list</i> suunnittelun tueksi. Aihe rajautui Matkamessuihin ja erityisesti näytteilleasettajan rooliin. Työssä ei käsitellä pieniä tai verkkotapahtumia, eikä keskitytä muutoin Messukeskuksen toimintaan.</p> <p>Tavoitteena oli kerätä tietoa tapahtuman järjestämisestä ja näytteilleasettajan roolista sekä selvittää miten valmistautuminen, suunnittelu ja tavoitteiden asettaminen ovat osa valmiita messuja.</p> <p>Opinnäytetyö on toteutettu toiminnallisena, missä menetelminä on käytetty havainnointia ja teemahaastattelua Matkamessuista. Havainnointi tapahtui Matkamessuilla 19.1.-22.1.2023. Haastattelu – aiheena Matkamessut, niihin osallistuminen ja näytteilleasettajan velvollisuudet – toteutettiin Teams-haastatteluna pari kuukautta messujen jälkeen. Tietoperustassa on käyty läpi tapahtuman järjestämisen eri vaiheita, budjetointia, lupia ja erilaisia rooleja, jotka ovat prosessin kannalta tärkeitä.</p> <p><i>Check list</i> rakentui tietoperustan, havainnoinnin ja haastattelun tulosten pohjalta. Sisällössä on huomioitu tärkeimmät asiat, jotka näytteilleasettajan on tehtävä suunnitteluvaiheessa osallistuessaan Matkamessuille. Tarkastuslista on jaettu kahdeksaan teemaan: tapahtumasuunnitelma, aikataulut, luvat ja ilmoitukset, budjetointi, yhteistyökumppanit, markkinointi, messuosasto ja turvallisuus. Isojen teemojen alta löytyy pienempiä kohtia, jotka toimivat suunnittelun tukena.</p> <p>Johtopäätöksenä voidaan todeta, että luotu <i>Check list</i> helpottaa näytteilleasettajan valmistautumista messutapahtumaan.</p>
<b>Asiasanat</b> tapahtuma, tapahtumatuottaja, tapahtumaprosessi, näytteilleasettaja, Matkamessut

## Sisällys

1	Johdanto.....	1
1.1	Tavoitteet .....	1
1.2	Toiminnallinen opinnäytetyö .....	2
2	Tapahtuman määritelmä ja vaiheet .....	3
2.1	Tapahtuman järjestämisen vaiheet .....	4
2.1.1	Suunnittelu .....	4
2.1.2	Toteutus .....	5
2.1.3	Jälkivaihe.....	7
2.2	Luvat ja ilmoitukset .....	8
2.2.1	Messukeskuksen luvat.....	8
2.2.2	Näytteilleasettajan luvat.....	9
2.3	Budjetointi .....	11
3	Roolien merkitys kokonaisuudessa .....	13
3.1	Tapahtumatuottaja.....	13
3.2	Projektiryhmä .....	14
3.3	Yhteistyökumppanit .....	15
4	Matkamessut.....	17
4.1	Oma kohtainen kokemus messuista .....	17
4.2	Havainnointi Matkamessuilla .....	18
5	Haastattelun tulokset.....	19
6	Pohdinta .....	21
7	Oman oppimisen arviointi.....	24
	Lähteet .....	25
	Liitteet.....	26
	Liite 1. Check list .....	26
	Liite 2. Haastattelukysymykset.....	27

# 1 Johdanto

Tässä opinnäytetyössä käsitellään tapahtuman järjestämisen vaiheita ja erityisesti Matkamessuja. Lopullisena tuotoksena on *Check list* eli tarkistuslista, joka toimii suunnittelun apuvälineenä tapahtuman järjestämisessä. Tarkoituksena on selvittää tärkeitä elementtejä tapahtuman järjestämisen kannalta, kuten suunnittelu, toteutus ja jälkivaihe, luvat, budjetointi ja näytteilleasettajan velvollisuudet.

Opinnäytetyö keskittyy erityisesti Matkamessujen järjestämiseen. Pienet sekä verkkotapahtumat on poissuljettu tästä opinnäytetyöstä. Tarkoituksena ei ole tutkia Messukeskusta tai sen toimintaa Matkamessujen ulkopuolelta. Tapahtuman järjestämisen eri vaiheita kuvaillaan messujen näkökulmasta. Lähtökohtaisesti ajatuksena on selventää osallistumisprosessi messuille ja sen rinnalla tehdä hyödyllinen tuotos suomalaista tapahtumatoimialaa ajatellen. Tuotosta voivat käyttää kaikki Matkamessuille osallistuvat yritykset ja soveltuvin osin muihin erilaisten tapahtumien suunnitteluun.

Aihe valikoitui oman tilanteen pohjalta, kun sain mahdollisuuden osallistua näytteilleasettajan roolissa Matkamessuille 2023. Ensimmäinen kerta messuilla esittelijänä jännitti ja koko prosessi oli tuntematon. Tästä lähti ajatus *Check listin* rakentamiseen, josta olisi itselle ollut paljon apua valmistautumisessa ja prosessin ymmärtämisessä.

Tapahtuma-ala kehittyy koko ajan ja tapahtumien kirjo on yhä suurempi nykypäivänä. Opinnäytetyön aihe on ajankohtainen, sillä pandemian jälkeen fyysiset tapahtumat ovat saaneet uuden merkityksen. Tapahtumat ovat olennainen osa yritysten markkinointia ja asiakashankintaa. Niiden merkitys näkyy erityisesti organisaatioiden brändin vahvistamisessa ja tunnettuuden kasvattamisessa.

## 1.1 Tavoitteet

Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää tapahtuman järjestämisen eri vaiheita ja minkälaisia rooleja prosessin aikana ilmenee. Sen lisäksi tarkoituksena on selventää miten valmistautuminen, suunnittelu ja tavoitteiden asettaminen ovat osa valmiita messuja sekä näiden pohjalta *Check listin* rakentaminen.

Opinnäytetyön pääkysymys on:

Mitä järjestelyitä on tehtävä ennen varsinaisia messuja, jotta ovet voidaan avata yleisölle?

Opinnäytetyön alakysymykset ovat:

- 1 Mitä käytännön valmisteluita on tehtävä ennen messuja?
- 2 Kuka on tapahtumatuottaja? Mitä rooliin kuuluu?
- 3 Mitä näytteilleasettajan rooliin kuuluu?

Olen käyttänyt tietoperustassa erilaisia lähteitä kuten kirjallisuutta ja opinnäytetöitä, joiden aiheet sivuavat tapahtuman järjestämistä. Lisäksi keräsin messutietoutta osallistumalla Matkamessujen järjestämiseen.

## 1.2 Toiminnallinen opinnäytetyö

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tarkoituksena on luoda visuaalinen tarkistuslista eli *Check list*, joka on tarkoitettu ensisijaisesti Matkamessujen näytteilleasettajille suunnittelua ja messuille valmistautumista varten. Tarkistuslistaa voi tarvittaessa soveltaa muidenkin tapahtumien suunnitteluun sisältönsä vuoksi.

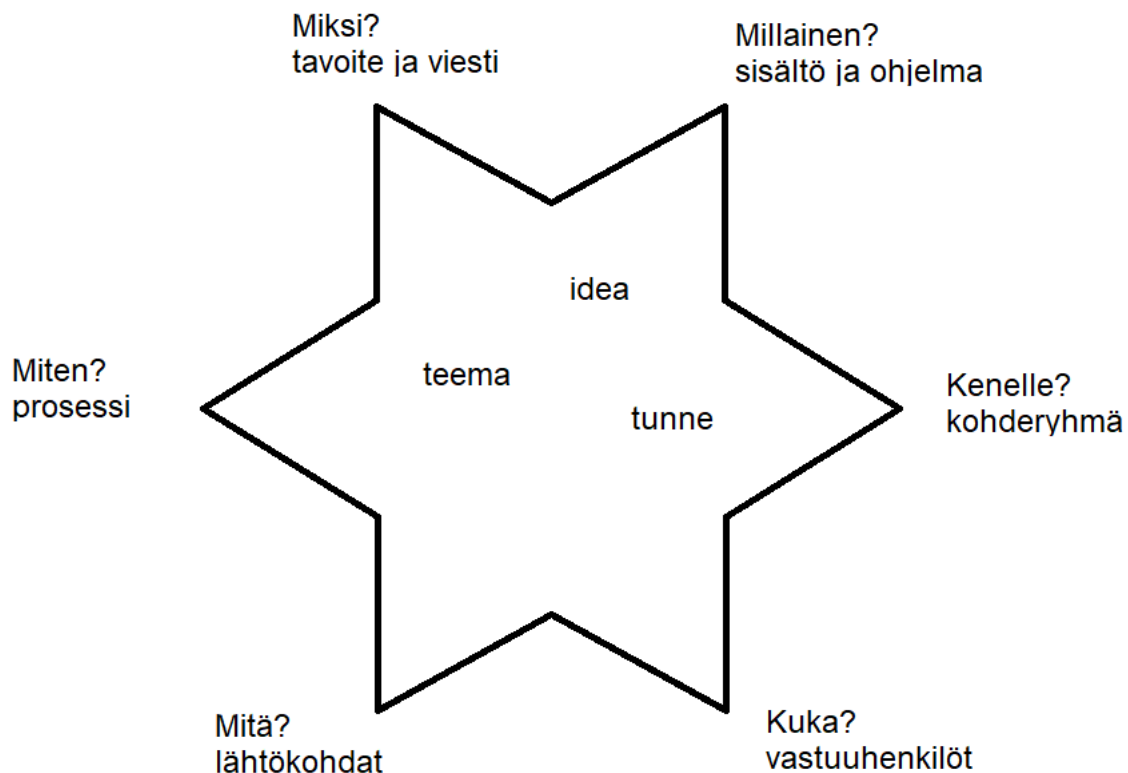
Raportin tietoperustassa on hyödynnetty tapahtuman järjestämiseen liittyvää kirjallisuutta, aiempia opinnäytetöitä ja erilaisia verkkolähteitä. Empiirisinä menetelminä olivat laadullinen haastattelu ja havainnointi Matkamessuilla.

Kirjallisuuden avulla on kerätty tietoa tapahtuman suunnittelun ja toteutuksen vaiheista, tapahtumaprosessista, tapahtumatuottajan, näytteilleasettajan ja projektiryhmän rooleista sekä jälkitoimenpiteistä. Näitä tietoja on hyödynnetty *Check listin* tekemisessä. Opinnäytetyö on rakennettu pitkälti Häyrisen ja Wallon Tapahtuma on tilaisuus -kirjan pohjalta. Tietoperusta rakentui pitkälti kyseisen kirjan pohjalta, jotta opinnäytetyön rakenne pysyi selkänä ja yksinkertaisena. Rakennetta ja sisältöä tukemaan tarkastelussa on ollut muutamia verkkolähteitä ja aiempia opinnäytetöitä, mistä on poimittu vinkkejä työn tekemiseen.

Haastattelussa pyrin keräämään tarkkaa ja ajankohtaista tietoa alan keskeisiltä toimijoilta. Havainnointi oli erilainen lähestymistapa teoreettisten tekstien ja haastattelun rinnalla. Subjekttiivinen kokemus matkamessuista antoi mahdollisuuden omille johtopäätöksille, jonka kautta opinnäytetyön tietoperusta ja pohdinta syveni.

## 2 Tapahtuman määrittelmä ja vaiheet

Tapahtuma on tietylle kohderyhmälle suunniteltu tavoitteellinen tilaisuus, joka on sidottu aikaan ja tilaan. Tapahtuma voi olla kertaluonteinen tai toistuva, fyysinen tai virtuaalisesti järjestetty. (Tapahtumateollisuus 2023.) Tärkeimmät kysymykset, joita on syytä pohtia ennen tapahtuman suunnittelua, on esitetty kuvassa 1.



Kuva 1. Onnistuneen tapahtuman malli (mukaillen Häyrinen & Wallo 2022, 140)

Strategiset kysymykset luovat tapahtumalle pohjan ja vastaavat kysymyksiin: miksi, kenelle ja mitä. Miksi eli mitä varten tapahtuma järjestetään. Tavoite ja viesti vastaavat tähän kysymykseen ja ne määrittävät mihin suuntaan tapahtumaa lähdetään viemään. Tämän jälkeen pohditaan, kenelle tapahtuma järjestetään eli ketkä kuuluvat kohderyhmään. Seuraavaksi päätetään mitä, missä ja milloin eli idea tai teema, tapahtumapaikka ja -aika. Kattoajatuksena voi joskus toimia teema – jos ideaa ei olla keksitty – jonka ympärille tapahtumaa aloitetaan rakentamaan. (Häyrinen & Wallo 2022, 133–136.)

Operatiiviset kysymykset liittyvät enemmän järjestämiseen ja resursointiin sekä sisällön suunnitteluun: miten, millainen ja kuka. Tapahtumaprosessi eli miten tapahtuma toteutetaan, on mietittävä

etukäteen, jotta haluttu tavoite saavutetaan ja viesti saadaan välitettyä. Sisältö ja ohjelma on päätettävä tarkasti tavoitetta, kohderyhmää ja viestiä ajatellen. Suurin vastuu on kuitenkin sillä, joka on valittu tapahtuman vastuuhenkilöksi eli tapahtumatuottajaksi. Hän tulee olemaan isossa roolissa kaikkien prosessin vaiheiden aikana. (Häyrinen & Wallo 2022, 137–139.)

Strategisten ja operatiivisten kysymysten pohdinnan jälkeen, järjestäjillä lienee ajatus siitä, mitä lähdetään tekemään. Tapahtumalle on asetettu tietyt tavoitteet, kohderyhmä on valittu ja idea on valmiina.

## **2.1 Tapahtuman järjestämisen vaiheet**

Tapahtuman järjestäminen lähtee liikkeelle suunnittelusta, joka on hyvä aloittaa jo hyvissä ajoin. Tapahtumaa järjestävät henkilöt sitoutuvat paremmin tavoitteisiin, kun he pääsevät jo heti alussa mukaan suunnitteluun. Näin saadaan erilaisia ja monipuolisia näkökulmia järjestämiseen. (Häyrinen & Wallo 2022, 186.) Tapahtuman koko vaikuttaa suunnitteluajan pituuteen, joka voi olla useista kuukausista vuosiin. Suunnittelussa huomioidaan, mitä järjestetään ja kenelle sekä päätehtään tapahtumapaikka ja ajankohta. Alussa projektikokouksia voidaan järjestää parin viikon välein, mutta mitä lähemmäksi tapahtuma tulee, sitä tiheämmin kokouksia järjestetään (Häyrinen & Wallo 2022, 187). Tapahtuman suunnittelua varten on paljon erilaisia työkaluja ja kanavia, joita projekti-ryhmä voi käyttää. Yksi esimerkki on Onnistuneen tapahtuman malli (kuva 1).

### **2.1.1 Suunnittelu**

Tapahtumasta tehdään kirjallinen dokumentti eli tapahtumasuunnitelma, joka on hyvä työväline koko prosessin ajan. Sen liitteenä voi olla budjetti, tapahtumatilan pohjapiirros, käsikirjoitus tai luonnos visuaalisesta ilmeestä. (Häyrinen & Wallo 2022, 193.)

Tapahtumasuunnitelma sisältää:

1. tausta ja tarkoitus
2. tavoitteet ja onnistumisen mittarit
3. kohderyhmät ja niiden analysointi
4. tapahtuman idea, teema ja konsepti, nimi ja sometunnisteet
5. tapahtumapaikka
6. ajankohta ja suunniteltu kesto
7. sisältö ja esiintyjäehdotukset, käsikirjoitus ja alustava aikataulu
8. tilankäyttösuunnitelma
9. tapahtuman tekniikka, mitä tarvitaan (valot, ääni, AV-tekniikka)
10. visuaalinen ilme ja äänimaailma
11. viestintä- ja markkinointisuunnitelma, kutsuprosessi

12. projektiryhmä ja henkilökunta tapahtuman aikana
13. yhteistyökumppanit, sponsorit
14. vastuullisuuden huomiointi tapahtumassa
15. sopimukset, luvat sekä vaadittavat ilmoitukset
16. talous, budjetti ja kustannusarvio
17. tapahtuman turvallisuus, riskianalyysi, varasuunnitelma
18. onnistumisen mittaaminen

(Häyrinen & Wallo 2022, 193.)

Suunnitelma ohjaa tapahtuman kulkua ja on ehdoton väline tapahtumatuottajalla. Yksityiskohtaisella tapahtumasuunnitelmalla varmistetaan, että prosessi sujuu alusta loppuun hyvin. Suunnitteluvaiheessa on hyvä ottaa huomioon mahdolliset muutokset ja yllättävät tilanteet, mitkä voivat ilmetä odottamatta. Tuottajan ja projektiryhmän on hyvä varautua yllättäviin tilanteisiin varasuunnitelmalla eli kriisisuunnitelmalla ja käydä tämä läpi, jotta jokainen osaa toimia sen mukaan tarvittaessa.

Suunnittelun yhteydessä valitaan usein markkinointi- ja viestintävastaava, mikäli yrityksellä tai tapahtuman järjestäjällä ei vielä entuudestaan ole sellaista. Tämän tehtävä on markkinoida tapahtumaa ja ottaa yleisö jo suunnitteluvaiheessa mukaan. Sosiaaliseen mediaan voi kuvata tapahtuman toteutusta reaaliajassa ja miten kokonaisuus rakentuu. Someaktiivisuus tuo yrityksen lähemmäs seuraajia. Markkinointi on hyvä keino kasvattaa esimerkiksi messujen kävijämäärää.

Onnistumisen mittarit eli millä mitataan tapahtuman onnistumista, on hyvä määritellä etukäteen. Kävijämäärän seuraaminen, asiakasdatan analysointi, taloudellinen onnistuminen tai saatu palaute voivat olla tapoja mitata onnistumista. Onnistuneen tapahtuman malli (kuva 1) huolellisesti suunniteltuna antaa suunnan tapahtuman lopputulokselle.

### **2.1.2 Toteutus**

Toteutusvaihe on hetki tai hetket, jotka tekevät suunnitelmasta toden (Häyrinen & Wallo 2022, 197). Toteutus voidaan jakaa kolmeen osaan: rakennusvaihe, itse tapahtuma ja purkuvaihe. Näihin kolmeen vaiheeseen kokonaisuudessaan kuuluu rakennusvaihe, läpivienti ja valvonta, jos tapahtuma niin vaatii, tapahtuman rytmi, yllätyksellisyys, musiikki ja äänimaailma, tekniikka, materiaali, kyltit ja vastaanotto, kuljetus ja parkkipaikat, turvallisuus ja vastuullisuus. (Häyrinen & Wallo 2022.) Toteutusvaihe alkaa siitä hetkestä, kun tilaa aletaan rakentamaan tapahtumakuntoon.

Tilan suuruus ja resurssit määräävät, paljonko rakentaminen vie aikaa. On tärkeä huomioida etukäteen, että rakentaminen vie usein enemmän aikaa kuin itse tapahtuma ja purkaminen, joten se on hyvä huomioida vuokrassa ja keskustella etukäteen alihankkijoiden kanssa. Rakentaminen



aloitetaan tekniikasta, jonka jälkeen voidaan alkaa tuomaan kalusteita ja lopuksi somisteita. (Häyrinen & Wallo 2022, 198.)

Tapahtumalla on hyvä olla selkeä aloitus ja lopetus sekä vastuuhenkilö tai henkilöitä, jotka valvovat tapahtuman kulkua. Vastuuhenkilöiden määrään ja valvontaan vaikuttaa tapahtuman suuruus. Joskus järkevin ratkaisu on ulkoistaa se jollekin toiselle toimijalle. (Häyrinen & Wallo 2022, 199.)

Tapahtuman rytmi tarkoittaa sitä, miten tapahtuman ohjelma on suunniteltu ja pystyykö sieltä esimerkiksi poistumaan kesken kaiken. Mitä monipuolisempi rytmi tapahtumassa on, sitä enemmän osallistuja kiinnostuu. (Häyrinen & Wallo 2022, 202.)

Tapahtumaa suunniteltaessa voi miettiä yllätyksellisyyttä ja luoda jotain extraa, mitä ei osallistujille kerrota etukäteen. Se voi liittyä ohjelmaan, juontajiin, teemaan tai esimerkiksi yllätysesiiintyjään. Pääasia on kuitenkin se, että suuret linjat ovat tiedossa, mutta on jätetty pientä pelivaraa yllätyksellisyydelle. (Häyrinen & Wallo 2022, 202–203.)

Musiikki, äänimaailma ja tekniikka ovat suuri osa tapahtumaa. Musiikilla ja äänimaailmalla voidaan korostaa jotain tiettyä tunnetta tai kokemusta tai sillä halutaan vahvistaa tapahtuman somistusta. Isoissa tapahtumissa on kuitenkin hyvä miettiä, onko musiikki liikaa muun hälinän keskellä, vai aiheuttaako se vain lisää häiriötä. Tapahtumatekniikkaan kuuluu ääni, valo- ja lavatekniikka, jotka riippuvat tapahtuman tarkoituksesta ja tavoitteista. Tätä ajatellen on tärkeä tarkistaa etukäteen sähkötekniikka, jotta kaikki sujuu itse tapahtumassa ja osallistujalle tulee varma olo siitä, että kaikki on hoidettu huolellisesti. (Häyrinen & Wallo 2022, 206–208.)

Tapahtumissa on usein materiaalia jaossa tai osallistujille on lähetetty etukäteen sähköisesti esimerkiksi messujen kartta. Tämän lisäksi näytteilleasettajat ovat voineet tilata omalle pisteelleen materiaalia. Tätä ajatellen on hyvä informoida heitä etukäteen, miten ja mistä materiaali saadaan tuotua ennen tapahtuman aloitusta. Valokuvauksesta on hyvä ilmoittaa etukäteen esimerkiksi kutsussa tai ilmoittautumisen yhteydessä. (Häyrinen & Wallo 2022, 209.)

Kyltit ja vastaanotto ovat tärkeä elementti, ja paikalle löytämisen on oltava helppoa osallistujalle. Järjestäjien on huolehdittava esteettömyydestä ja selkeistä opasteita, jotta liikkuminen tapahtumassa olisi mahdollisimman vaivatonta. Isoissa messukeskuksissa tai tiloissa on hyvä olla tilakarttoja, jotka kertovat mikä on missäkin. Tätä tehtävää varten on perehdytettyjä henkilöitä, jotka voivat ohjata osallistujan oikealle osastolle. Vastaanotossa on oltava ystävällistä ja avuliasta henkilökuntaa, jotta osallistujalle tulee jo heti alussa mielekäs kuva tapahtumasta. (Häyrinen & Wallo 2022, 210.)

Kuljetus on suunniteltava etukäteen ja lähellä pitää olla parkkipaikkoja, jos joku saapuu omalla autolla. Etukäteen on hyvä ilmoittaa myös julkisesta liikenteestä, miten ja millä paikalle pääsee helpoiten. (Häyrinen & Wallo 2022, 214.) Esimerkiksi Helsingin Messukeskukseen Pasilaan on hyvät julkiset yhteydet, ja messuasiakkaille on oma parkkipaikka.

Tilaisuudesta riippumatta turvallisuus on oltava kunnossa. Jokaisen tapahtumassa työskentelevän on tiedettävä varapoistumistiet, ensisammutuskalusto ja kokoontumispaikka sekä ensiapuvaataava. Jokaisen työskentelevän on tiedettävä miten toimia häiriötilanteissa. Tämän lisäksi tapahtumajärjestäjän on tehtävä etukäteen pelastus- ja turvallisuussuunnitelma, jossa kuvataan tarkasti, miten turvajärjestelyt on suunniteltu hoidettavan. Tähän liittyen on erilaisia lakeja ja säädöksiä, joita vaaditaan isoja tapahtumia järjestettäessä, mutta niistä kerrotaan lisää luvussa 2.2.

Tapahtumatuottajan on varmistettava, että tapahtuma suunnitellaan vastuullisesti. Vastuullisuuteen kuuluu ympäristöllinen, taloudellinen, kulttuurinen ja sosiaalinen vastuu. Ympäristövastuulla tarkoitetaan sitä, miten tapahtuma on tuotettu mahdollisimman ekologisilla ratkaisuihin. Sosiaalisella vastuulla tarkoitetaan, että mukaan otetaan kumppaneita ja tahoja, jotka eivät muuten pääsisi osallistumaan tapahtumaan, kuten oppilaitokset tai vaikeasti työllistyvät. Taloudelliseen vastuuseen liittyy yksinkertaisesti se, että tapahtumajärjestäjä hoitaa veloitteet eli maksut ja verot. Kulttuurinen vastuu on sitä, että muista kulttuureista saapuville viestitään selkeästi tapahtuman käytännöt. (Häyrinen & Wallo 2022, 223.)

Ison tapahtuman järjestämiseen liittyy paljon erilaisia vaiheita. Toteutus on tehtävä tarkasti ja harkiten, jotta messuvieraille jää mielekäs, turvallinen ja ammattimainen muistijälki. Haastattelun tulokset kappaleessa perehdyn tarkemmin Matkamessujen järjestämisen vaiheisiin.

### **2.1.3 Jälkivaihe**

Jälkivaihe on yhtä tärkeä osa tapahtumaa kuin suunnittelu ja toteutus. Jälkivaiheessa kiitetään jollain tapaa osallistujia. Tarkoitus on jättää heille hyvä muistijälki tapahtumasta. Tapahtumassa tavoitettuihin potentiaaliin asiakkaisiin kannattaa ottaa mahdollisimman nopeasti yhteyttä esimerkiksi uutiskirjeen muodossa, jotta saadaan varmistettua maksimaalinen hyöty. Someaktiivisuutta on hyvä pitää yllä myös tapahtuman jälkeen, sillä yritys on voinut saada uusia seuraajia. Tärkeintä on pohtia suunnitteluvaiheessa asetettuja tavoitteita ja onnistumisen mittareita, onko ne saavutettu. Tulosten jälkeen asetetaan uusia tavoitteita ja toimintatapoja niiden saavuttamiseksi huomioiden uudet liidit eli potentiaaliset asiakkaat.

## 2.2 Luvat ja ilmoitukset

Lait koskettavat jokaista tapahtumaa. Järjestäjän vastuu on selvittää, mitä lupia ja ilmoituksia on tehtävä, jotta tapahtuma voidaan järjestää. Projektiryhmä laatii turvallisuussuunnitelman ja valitsee vastuuhenkilön. Tapahtumassa täytyy olla koko ajan joku, joka tietää mitä tehdä, jos jotain sattuu. Hänen täytyy tietää evakuointisuunnitelma ja poistumistiet. Lisäksi paikalla on oltava ensihoito ja ensiapua saatavilla. (Häyrinen & Wallo 2022, 215–219.)

Turvallisuuteen liittyviä asioita, joiden on oltava kunnossa:

- riskianalyysi
- ilmoitus yleisötilaisuudesta
- pelastussuunnitelma
- alue- tai tilasuunnittelu
- tilapäispystytykset
- alkusammutuskalusto ja palosuojaukset
- ensiapu
- järjestyksenvälvoja
- vara- ja hätäsuunnitelmat
- yleisön saapumisohjeistus ja viestintä kyltteineen
- kriisiviestintä
- työturvallisuus
- turvallisuusohjeistus
- terveysturvallisuus
- vastuut ja vakuuttaminen

(Häyrinen & Wallo 2022, 2018.)

Yleisötilaisuuden järjestämisestä on ilmoitettava poliisille etenkin, jos kyseessä on suuri tapahtuma kuten Matkamessut. Ilmoitus on tehtävä vähintään viisi vuorokautta ennen tilaisuuden alkamista ja mielellään aiemmin, jos tilaisuus vaatii erityisjärjestelyjä. Isompien tapahtumien kohdalla on hyvä olla yhteydessä poliisilaitokseen jo järjestelyjen alkuvaiheessa. Ilmoituksen voi tehdä verkossa tai esimerkiksi sähköpostitse ja siinä täytyy ilmoittaa järjestäjän lisäksi selvitys tapahtumasta sekä muita olennaisia asioita. (Poliisi 2022.)

### 2.2.1 Messukeskuksen luvat

Messukeskus ison tapahtuman järjestäjänä tarvitsee tiettyjä lupia, jotta heidän tiloissaan voidaan tapahtumia järjestää. Yleisötapahtumat vaativat seuraavanlaisia lupia.

## **Tapahtuman järjestäjän ulkomyynti – ilmoitus Ympäristöpalveluille**

Tehtävä ilmoitus niistä tapahtumista, joissa tiedetään olevan paljon elintarvikkeiden maistatusta ja myyntiä.

### **Teosto- ja Gramex-maksut**

Messukeskus maksaa näytteilleasettajien puolesta Messukeskuksen järjestämissä tapahtumissa.

### **Alkoholin anniskelulupa**

Messukeskuksessa on anniskelulupa Compass Group Oy:llä (eMessukeskus 2023).

### **Tapahtumajärjestäjän ohjelmailmoitus Tukesille**

Mikäli tapahtuman ohjelman luonne vaatii ilmoitusta Tukesille. Tämä määritellään aina tapauskohtaisesti.

### **Pelastus- ja turvallisuussuunnitelma**

Kaikista yli 200 hengen tapahtumista on lain mukaan tehtävä pelastus- ja turvallisuussuunnitelma ja toimitettava se pelastuslaitokselle. Messukeskuksen omien tapahtumien suunnitelmat hoitaa keskitetysti hallipalvelut, jotka vastaavat tapahtuman aikaisesta turvallisuudesta.

#### **2.2.2 Näytteilleasettajan luvat**

Messukeskus on määrittänyt näytteilleasettajille ja osaston suunnitteluun tietyt kriteerit, miten osasto pitää rakentaa ja millaisia lupia osallistuminen vaatii. Alla on lueteltuna, mitä lupia ja ilmoituksia näytteilleasettajan vastuulla on Matkamessuille osallistuessa.

### **Anniskelu ja elintarvikkeet**

Alkoholin tarjoilu omalla messuosastolla on kiellettyä anniskelulain mukaan. Samaten elintarvikkeiden myynti ja tarjoilu osastolla on rajoitettua. Pieniä määri makeisia, sipsejä tai kahvia saa jakaa ilman ilmoitusta. Jos osastolla on tarkoitus tarjota tai myydä omia elintarvikkeita, niistä täytyy ilmoittaa viimeistään 4 arkipäivää ennen messuja Helsingin kaupungin ympäristökeskukselle. (eMessukeskus 2023.)

### **Elokuvan ja videoiden esittäminen**

Elokuvien, videoiden, tallenteiden, muiden kuvaohjelmien ja musiikin kanssa täytyy olla tarkka ja huolehtia ikärajoista. Näytteilleasettajan on itse selvitettävä etukäteen tekijänoikeus- ja teostolakiin

liittyvät luvat ja maksut ja tarvittaessa pyytää esitysluvat näytettävälle elokuvalla. Musiikki ei saa häiritä naapuriosastolla työskentelyä ja tätä varten äänenvoimakkuuden raja on 75 dB. Elävästä musiikista on toimitettava selvitykset Teostolle ja huolehdittava maksuista. (eMessukeskus 2023.)

### **Ilmapallot**

Tavalliset ilmalla täytetyt ilmapallot ovat sallittuja. Kaasuilmapallojen jakaminen osastolla on kielletty, mutta niiden käytöstä somisteena on sovittava etukäteen Messukeskuksen kanssa. (eMessukeskus 2023.)

### **Kuitinantovelvollisuus**

Näytteilleasettajan on tarjottava kuitti asiakkaalle ostoksesta maksutavasta huolimatta. Kuitti voi olla tulostettu, sähköinen tai käsin kirjoitettu. (eMessukeskus 2023.)

### **Kuluttajaturvallisuus**

Kuluttajaturvallisuuslain (920/2011) mukaan vastuu palvelujen turvallisuudesta on palvelun tarjoajalla. Kuluttajapalvelulla tarkoitetaan sellaista palvelua, joka on tarkoitettu käytettäväksi tai jota olennaisessa määrin käytetään yksityiseen kulutukseen. Mikäli palvelun suorittamisessa käytettävä tuote aiheuttaa haittaa tai vaaratilanteen, toiminnanharjoittajan tulee ilmoittaa siitä valvontaviranomaisille (Tukesille). Tähän löytyy lomake ja ohjeistus Tukesin kuluttajaturvallisuus-sivustolta. (eMessukeskus 2023.)

### **Kuvaaminen tapahtumassa**

Valo- ja videokuvaaminen tapahtumassa sekä niiden julkaisu on sallittua. Mikäli materiaaleissa on tunnistettavissa olevia henkilöitä, heiltä on pyydettävä lupa julkaisuun. Jos kyseessä on alaikäinen, on tärkeä kysyä lupa kirjallisesti heidän vanhemmiltaan. (eMessukeskus 2023.)

### **Rakentaminen, turvallisuus ja ripustaminen hallin katosta**

Näytteilleasettaja vastaa osastonsa turvallisuudesta osastolla tapahtuvan toiminnan, rakenteiden ja näyttelyesineiden osalta (Messukeskus 2022). Tarkempi ohjeistus rakentamiseen ja turvallisuuteen löytyy osastorakentajan ohjeista.

Ripustuksiin täytyy hakea lupa 45 päivää ennen lupa eMessukeskuksen kautta ja tilaukseen on liitettävä mukaan asennuskuva, johon on merkitty ripustuksen paikka, korkeus ja materiaali (eMessukeskus 2023).

## Sähkö osastolla

Osastokohtaisista sähköistä on toimitettavan asennuskuva ja sähkötyö on tilattava viimeistään 45 päivää ennen messuja (eMessukeskus 2023).

## Yli 250 cm korkea osasto tai kaksikerroksinen rakennelma

Kaksikerroksisiin tai 250 cm ylittäviin rakenteisiin, somisteisiin ja mainoksiin tarvitsee luvan, joka täytyy pyytää asiakaspalvelusta. Lupaa pyytäessä, liitteenä täytyy toimittaa kuvat ja lujuuslaskelma kaksikerrosrakennelmista 45 päivää ennen messuja. (eMessukeskus 2023.)

## 2.3 Budjetointi

Budjetti asettaa raamit tapahtumalle ja se on hyvä määritellä etukäteen. Budjetoinnissa täytyy miettiä kokonaisuutta – oma työ, tapahtuman järjestämiseen kuluva aika, muut kulut – jotta saadaan kokonaiskäsitys kustannuksista (kuva 2). Tässä auttaa aiempi kokemus vastaavista tapahtumista. (Häyrinen & Wallo 2022.)



Kuva 2. Budjetoinnissa huomioitavaa

Messukeskuksen liikevaihto tapahtumista on kymmeniä miljoonia vuosittain. Niiden kustannukset koostunevat muun muassa tilan ylläpitämisestä, sähköistä, henkilökunnan palkkauksesta, vartiointista, rakenteista ja esiintyjistä. Tuloa päinvastoin tulee lipputuloista, osallistumismaksuista, myyntituotoista, tarjoilutuotoista sekä sponsorituloista.

Näytteilleasettajat maksavat osallistumismaksun lisäksi omasta osastostaan. Osaston hinta riippuu heidän toiveistaan, ja siitä rakentavatko he sen itse pääosin vai tilataanko osasto kokonaisuudessaan Messukeskukselta. Lisäksi kustannuksia tulee matkoista, yöpymisestä, ruokailusta sekä

tarjoiluista ja materiaaleista, joita osastolla mahdollisesti jaetaan. Messuesittelijöiden palkkaus on osa kustannuksia, mikä on sovittu etukäteen.

### 3 Roolien merkitys kokonaisuudessa

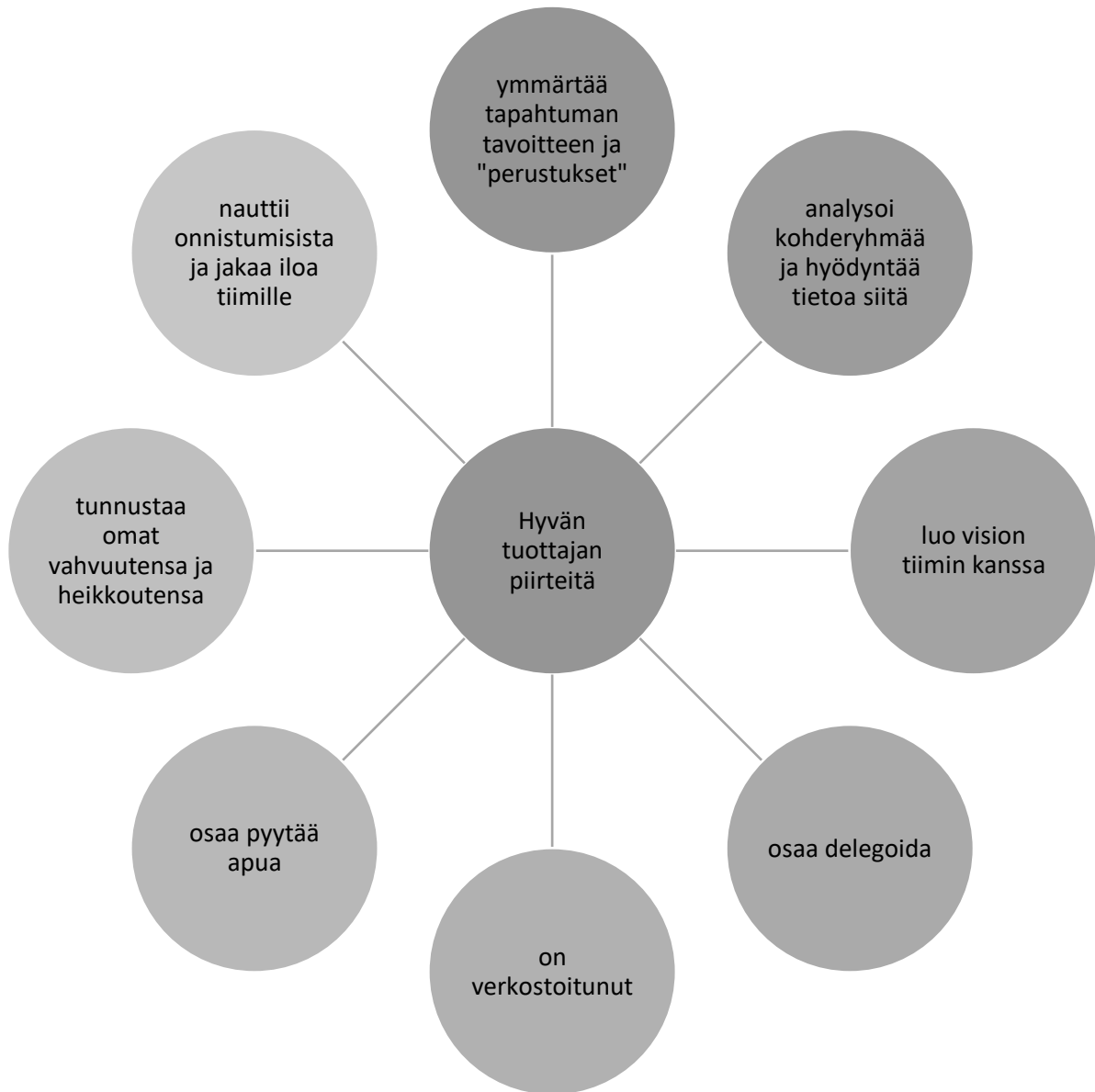
Isojen tapahtumien järjestämiseen tarvitaan paljon henkilökuntaa erilaisiin tehtäviin. Näin saadaan mahdollistettua tapahtuman onnistuminen. Suurin vastuu on tapahtumatuottajalla, joka on vastuussa koko tapahtumasta ja siitä, että kaikki toimii. Tuottajan rinnalla työskentelee projektiryhmä ja avustajat.

#### 3.1 Tapahtumatuottaja

Tapahtumatuottaja on henkilö, joka on vastuussa tapahtuman suunnittelusta jälkivaiheeseen saakka. Hän on henkilö, joka johtaa projektia ja on vastuussa kokonaisuudesta: suunnittelu, budjetointi, tuotanto, alihankkijat, toteutus ja seuranta (Häyrinen & Wallo 2022, 268). Tuottajalla täytyy olla kykyjä delegoida ja jakaa vastuuta. Hyvän tuottajan vahvuus on löytää osaavat ihmiset ympärilleen, ja ymmärtää, missä osa-alueissa kannattaa kääntyä asiantuntijoiden puoleen. Projektiryhmän lisäksi hänellä voi olla avustajia, jotka toimivat eri tehtävissä. Tuottajan vastuulla on heidän perehdyttämisensä paria päivää ennen tapahtumaa.

Tapahtumatuottaja luo järjestelmän, jolla hän pystyy tarkistamaan projektin tilanteen milloin tahansa (Häyrinen & Wallo 2022, 268). Tätä varten hänellä on työvälineitä ja aikataulu, jota noudattaa.





Kuva 3. Hyvä tuottaja (mukaillen Häyrinen & Wallo 2022, 269)

Tapahtumatuottajalla on oltava näitä kyseisiä piirteitä, jotta tapahtumasta tulee onnistunut. Hänen täytyy olla kykeneväinen tunnustamaan, milloin hänen omat tietonsa eivät riitä ja missä kohtaa on hyvä pyytää apua. Tuottaja on perillä tapahtuman tavoitteista, visiosta ja kohderyhmästä sekä osaa toimia sen mukaan. Hän osaa myöntää omat heikkoutensa ja hyödyntää vahvuuksiaan, mutta myös tarvittaessa delegoida tehtäviä tiimilleen. Hän osaa iloita onnistumisista tiiminsä kanssa yhdessä. (Häyrinen & Wallo 2022.)

### 3.2 Projektiryhmä

Tapahtumatuottajalla on usein oma projektiryhmä, jossa jokaisella on oma rooli ja vastualueensa. Heidän tehtävänsä on helpottaa tuottajan vastuuta ja olla hänen apunaan koko prosessin ajan.

Projektiryhmä koostuu eri vastualueen henkilöistä. Ryhmässä voinee olla tuottajan assistentti, markkinointi- ja viestintävastaava, turvallisuusvastaava, liiketoimintavastaava, juridisesta puolesta eli luvista ja ilmoituksista vastaava ja rahaston hoitaja. Heitä voi olla useampia ja he voivat toimia eri tehtävissä.

Projektiryhmän lisäksi on usein avustajia, jotka toimivat erilaisissa tehtävissä kuten liikkuvat ympäri messualueita pukeutuneena tunnistettavasti ja neuvovat kävijöitä löytämään etsimiään osastoja. He voivat olla narikkatyöntekijöitä, lipunmyyjiä tai turvallisuusvastaavia.

### 3.3 Yhteistyökumppanit

Yhteistyökumppanit ovat tärkeä osa tapahtumaa, sillä silloin siitä saadaan luotua monipuolisempi. Heidän avullaan tapahtumasta saada usein isompi. Yhteistyökumppanit voivat tuoda ulkopuolista apua järjestämiseen, sponsoroida tai tarjota esiintyjä.

Yhteistyökumppanit eivät ole ainoastaan rahallinen apu tapahtuman tuotannossa, vaan heiltä saadaan ajatuksia ja apua ideointiin, suunnitteluun, toteutukseen sekä jälkitoimiin (Siipilehto 2017). Tapahtuman suunnitteluvaiheessa mietitään tarkkaan kaikki, joten tässä kohtaa jo tiedetään mihin osa-alueeseen tarvitaan apua. Kulurakenne ja omat varat on jo jaoteltu, joten sen mukaan aletaan kartoittamaan lisäresursseja sekä pohditaan, millaisia kumppaneita tarvitaan onnistumiseen (Siipilehto 2017).

Kumppaneita kartoittaessa on hyvä kiinnittää huomiota, sopiiko kyseisen yrityksen brändi ja toimintatavat omaan tyyliin. Yritys voi joko tuhlata huomioarvon tai pilata sen, jos brändi-imagot eivät kohtaa keskenään. Etukäteen on hyvä miettiä, mitä taas me voimme tarjota vastavuoroisesti yhteistyökumppanillemme: liidejä, lippuja tai osallistumispaikkoja tai markkinointikanavia. (Siipilehto 2017.) Esimerkiksi esiintyjä voi saada näkyvyyttä tai valokuvaaja markkinoida itseään ottamalla ammattimaisia valokuvia ja saada tätä kautta potentiaalisia asiakkaita.

Yhteistyökumppanit voivat tuoda arvokasta näkökulmaa, kun heidät ottaa mukaan jo ideointivaiheessa. Yhteistyöstä saa näin myös enemmän irti. He voivat sponsoroida tapahtumaan puhujia ja esiintyjä, mikä toimii heille itselleen markkinointikeinona. Yhteistyökumppanit ovat hyvä keino lisätä markkinointikanavien määrää ja samalla kasvattaa tapahtuman näkyvyyttä ja saada lisää osallistujia. (Siipilehto 2017.)

Jälkitoimet ovat tärkeä osa kumppanuuden kannalta. Yhteistyökumppanit voivat antaa palautetta omasta näkökulmasta, miten onnistuttiin ja missä olisi kehitettävää. He voivat osallistua jälkivaiheeseen esimerkiksi sosiaalisen median kanavissa, jos he ovat osallistuneet jollain tapa sisällön

tuotantoon. (Siipilehto 2017.) Yhteistyökumppanit ovat arvokas apu koko prosessin ajan. Ilman heitä tapahtumista ei välttämättä saa niin näyttäviä, isoja tai monipuolisia.

## 4 Matkamessut

Messut ovat yleisötapahtuma, joka on usein taloudellinen, kulttuurinen, ammatillinen tai sosiaalinen. Messut perustetaan tietyille kohderyhmälle, tiettyyn paikkaan ja aikaan.

Matkamessut järjestetään vuosittain Helsingin Messukeskuksessa tammikuun loppupuolella. Matkamessujen tarkoituksena on esitellä ajankohtaisia matkailuilmioita, kohdevinkkejä ja erilaisia matkailijalle hyödyllisiä puheenvuoroja. Näytteilleasettajilla on tarjolla äkkilähtöjä, pakettimatkoja, lentoja, majoituksia ja muita lomamatkoja sekä erilaisia matkamessutarjouksia. (Messukeskus 2023.)

Matkamessuille voi osallistua yritykset, joiden tuotteet ja palvelut liittyvät matkailuun, kuten Aurinkomatkat, Finnair ja Ylläs. Yritys voi olla esimerkiksi Golf-yritys, joka tarjoaa matkoja ja myy Golfvälineitä. Matkamessuille osallistuva yritykset voivat myydä tuotteita, jotka eivät suoraan ole matkaan liittyvää, mutta tuotteiden osuus on oltava 30 % kokonaisuudesta ja 70 % on oltava täysin matkailuun liittyvää.

### 4.1 Omakohtainen kokemus messuista

Osallistuin Matkamessuille 2023 erään Aurinkorannikolla sijaitsevan yrityksen ja kaupungin esittelijänä. Messutapahtumaan osallistuminen varmistui viime tipassa, kun kilpailutuksen voittanut yritys päätti jättäytyä pois messuilta, eikä valmistautumiseen jäänyt paljoa aikaa. Onneksi yrityksellä oli aiempaa kokemusta Matkamessuista ja valmis toimintamalli sille, miten homma hoidetaan.

En ollut käynyt koskaan aiemmin Matkamessuilla tai ollut missään messuesittelijänä. Ensimmäinen kerta jännitti ja tunsin olevani ihan lapsenkengissä siinä kohtaa. Koen, etten saanut yritykseltä kauheasti tukea messuille valmistautumiseen. Olin prosessissa mukana, mutten tiennyt miten prosessi etenee. Olin kuitenkin luottavaisin mielin, että kaikki järjestyy ja messut menevät hyvin. Onneksi sain kokeneemman kollegan parikseni, jolta sain vinkkejä ja tukea. Vierailut erilaisilla messuilla aiemmin toimivat myös apuna, koska sieltä sain vinkkejä, millainen esittelijän täytyy olla.

Matkamessuilla kaikki sujui hyvin ja pääsin kertomaan yrityksestä potentiaalisille asiakkaille. Tapasin useita kiinnostuneita sekä annoin vinkkejä yleisesti Aurinkorannikolla matkustamisesta. Messujen jälkeen pohdin omaa kokemustani peilaten siihen, miten koen menestyneeni paikan päällä. Valmistautuminen ja perehdytys messuja varten olisi voitu hoitaa paljon paremmin. Matkamessujen toteutus itsessään oli mielestäni onnistunut Messukeskuksen puolesta ja kaikki toimi erinomaisesti.

## 4.2 Havainnointi Matkamessuilla

Havainnointia voidaan käyttää menetelmänä, kun halutaan tietoa esimerkiksi ihmisten käyttäytymisestä tai toimintatavoista – mitä muulla tavoin ei voi selvittää – reaaliaikaisessa ja aidossa tilanteessa. Tässä tapauksessa kyseessä on ollut osallistuva havainnointi, jossa tutkija itse on tutkimustilanteessa läsnä. (Kananen 2015, 134–137.)

Havainnointi tapahtui Matkamessuilla Aurinkorannikon osastolla torstaista sunnuntaihin 19.1.-22.1.2023. Tavoitteena oli tutustua näytteilleasettajan rooliin, seurata kävijöitä ja ylipäätään sitä, miten Matkamessujen toteutus onnistui.

Messukeskukseen saavuttaessa matkalla oli selkeitä kylttejä ja opasteita, miten löytää perille. Messukeskus oli etukäteen nettisivuillaan julkaissut informaatiota helpottamaan messuille osallistumista ja saapumista. Sivuilla oli riittävästi informaatiota ja sisääntulossa oli henkilökuntaa ongelmien varalta. Näytteilleasettajia oli informoitu etukäteen, miten pitää toimia. Aulasta sai otettua mukaan kartan, jossa oli selkeästi esitetty osastot aihealueittain. Samaisessa kartassa oli myös viikonlopun esiintyjät ja puhujat sekä esiintymispaikat. Paikalla oli avustajia, jotka liikkuvat ympäriinsä tunnistettavissa vaatteissa ja olivat valmiita neuvomaan, jos jokin osasto oli hukassa.

Matkamessuilla oli noin 500 näytteilleasettajaa, jotka edustivat hotelleja, matkanjärjestäjiä, asuntovälittäjiä, eri kaupunkien edustajia, lentoyhtiöitä ja muita matkailuyrityksiä. Messut alkoivat torstaina ammattilaispäivillä ja jatkui perjantaista sunnuntaihin yleisöpäivien merkeissä. Ammattilaispäivänä liikkeellä oli ihmisiä, jotka tositarkoituksella etsivät ratkaisua tai tarjousta omaan tarpeeseensa. He liikkuvat määrätietoisesti messualueella ja olivat selvästi etukäteen jo päättäneet, mitä olivat tulleet paikanpäältä hakemaan. Yleisöpäivinä kävijöitä oli silminnähden enemmän ja heillä periaatteena oli ennemminkin rento katselu. Kiireisin ajankohta sijoittui 10 ja 13 välille aamupäivään.

Materiaalit olivat selkeä houkutin, jolla näytteilleasettajat saivat kävijöitä omille osastoilleen. Erilaiset esitteet, kartat, pinssit, avaimenperät ja kynät esimerkiksi olivat haluttua tavaraa. Toisena houkuttimena toimi arvonta. Monilla osastoilla oli järjestettyjä arvontoja, joihin pystyi osallistumaan QR-koodin avulla tai täyttämällä arvontakupongin. Palkinnot tuntuivat houkuttavan suurinta osaa, mutta liikkeellä oli myös tapauksia, jotka osallistuivat arvontoihin arvannon ilosta.

Ammattilaispäivänä oli selkeämmin huomattavissa kiinnostuneita asiakkaita osastoilla verrattuna yleisöpäiviin. Yleisöpäivinä ihmiset kulkivat rauhallisemmin ja lähinnä pitivät silmät auki potentiaalisia tarjouksia odotellen.

## 5 Haastattelun tulokset

Kanasen (2015, 142) mukaan ”teemahaastattelu on yksi laadullisen tutkimuksen yleisimmin käytetyistä aineistonkeruumenetelmistä. Teemahaastattelussa käytetään teemoja ja haastatteluja. Aineistonkeruu tapahtuu aina tutkijan ja tutkittavan vuorovaikutussuhteessa”.

Haastattelu järjestettiin teemahaastatteluna 16.3.2023 Teamsin välityksellä, jossa teemana oli Matkamessut. Haastattelukysymyksillä (liite 1) oli tarkoitus selvittää Matkamessujen prosessia näyttöilleasettajan näkökulmasta ja Messukeskuksen roolia tapahtuman järjestäjänä. Haastateltavana oli Helsingin Messukeskuksen liiketoimintapäällikkö. Hän on vastuussa seitsemien eri messun järjestämisestä Helsingin Messukeskuksessa mukaan lukien jokavuotiset Matkamessut. Messukeskuksen tapahtumatuottaja vastasi lupiin ja ilmoituksiin liittyvään kysymykseen viikkoa myöhemmin sähköpostitse.

Matkamessuille voi osallistua näyttöilleasettajiksi yritykset, joiden palvelut tai tuotteet ovat matkailuun liittyvää. Heidän palveluistaan 70 % on oltava täysin matkailuun liittyvää ja 30 % voi olla esimerkiksi tuotteita kuten Golf-varusteita tai retkeilytavaraa.

Liiketoimintapäällikön mukaan Matkamessuja aloitetaan suunnittelemaan ennen edellisiä messuja eli noin 13 kuukautta etukäteen. Vuoden 2024 Matkamessujen suunnittelu aloitettiin ennen vuoden 2023 tapahtumaa. Tapahtuman sykli etenee suunnittelusta toteutukseen ja Matkamessujen rakentamisaikavaihe aloitetaan viikkoa ennen tapahtumaa. Näyttöilleasettajat pääsevät kahta päivää ennen rakentamaan omaa osastoaan. Sen on oltava valmis kaksi tuntia ennen Matkamessujen avaamista, jotta hallimestari kerkeää turvallisuusvastaavan kanssa kiertämään alueen. Aikarajalla varmistetaan mahdollisiin muutoksiin tarvittava aika osastolla ennen ovien avaamista. Purkuvaihe kestää päivästä kahteen.

Tapahtumaa varten tarvitaan lupia ja muutamia ilmoituksia täytyy täyttää. Tapahtumatuottaja kertoi näistä tarkemmin sähköpostissaan ja linkkasi verkkosivuston, josta näyttöilleasettajat pystyvät tarkistamaan heitä koskevat kohdat. Luvussa 2.2 Luvat ja ilmoitukset on tarkemmin avattu, mitä nämä ovat. Tuottajan vastuulla on hakea ison tapahtuman järjestämislupaa. Suunnitteluvaiheessa on määriteltävä, mitkä luvat haetaan missäkin määrättyssä ajankohdassa. Messukeskus saa poliisilta informaatiota, jos jokin uhkaa tapahtumaa kuten mielenosoitukset. Messukeskuksen anniskelu-oikeus on koko ajan voimassa, mutta näyttöilleasettajat eivät voi tuoda tai tarjoilla alkoholia omilla osastoillaan.

Näyttöilleasettajien velvollisuuksista selvisi seuraavanlaista. Heillä on oltava vakuutukset omiin tuotteisiinsa, sillä Messukeskus ei vakuuta niitä. Ulkomaisten näyttöilleasettajien on hankittava

viisumi osallistuakseen messuille. Jos viisumin saaminen ei onnistu, Messukeskus voi tehdä poikkeuksen ja palauttaa rahat takaisin. Näytteilleasettajalla on velvollisuus rakentaa oma osasto turvallisesti ohjeiden mukaan ja huolehtia turvallisuudesta sekä paloturvallisuus on oltava kunnossa. Heidän on noudatettava osallistumisehtoja ja Messukeskuksen velvollisuus vuorostaan on tarjota turvalliset puitteet.

Viime vuoden (2022) kaikkien messujen liikevaihto oli noin 46 miljoonaa euroa. Matkamessuilla 2023 näytteilleasettaja oli 500 ja kävijöitä 50 000. Näytteilleasettajan kustannukset riippuvat, minäkälaisen osaston he haluavat ja tuleeko se suoraan Messukeskuksen rakentamana. Osastojen hinnat alkavat 2000 €:sta ja rakenteet määrittävät lopputuloksen. Tämän lisäksi he maksavat osallistumismaksun Messukeskukselle.

Liiketoimintapäällikkö antoi vinkkejä näytteilleasettajalle, mihin yrityksen kannattaa panostaa messuilla. Tapahtuma tukee yrityksen osallistumista ja usein tapahtuma on osa asiakkaan ostopolkua, joka kannattaa huomioida heti alussa. Yrityksellä on usein jokin tavoite – kuten vahvistaa brändiä tai lisätä tunnettua – ja tarkoitus, miksi messuilla ollaan osallistumassa. Tämän takia on tärkeä miettiä toimintaa messuja suunniteltaessa, messujen aikana sekä niiden jälkeen. Yrityksen kannattaa olla aktiivinen omissa kanavissa ja he voivat järjestää esimerkiksi lippuarvonnann messuille. Tapahtumapäivänä on hyvä kertoa osaston numero ja sijainti. Osastolla on hyvä olla *keypoint* eli yksi kiintopiste, jolla kiinnittää osallistujan huomio. Esittelijöiden täytyy olla aktiivisia, sosiaalisia ja osoittaa asiantuntemustaan. Tapahtuman jälkeen on hyvä olla edelleen aktiivinen omissa kanavissa, kiittää asiakkaita ja hyödyntää se, mitä tapahtumalla on saavutettu. Tämä kannattaa hoitaa kahden viikon kuluessa tapahtumasta, jolloin osallistujan muistijälki on vahvimmillaan. Tarjoukset, uutiskirjeet ja arvonnat on hyvä hoitaa heti messujen jälkeen.

Messukeskus tekee ympärivuotista mediaa, jolla se tavoittaa paljon yleisöä. Ennen tapahtumaa Messukeskus järjestää näytteilleasettajille tilaisuuksia, joissa käydään läpi jälkitoimenpiteitä. Messukeskuksen jälkitoimenpiteisiin kuuluvat tutkimustulosten läpikäynti niiden valmistuttua ja myyntineuvottelut seuraavan vuoden Matkamessuista.

Viimeinen aihe oli ammattilais- ja yleisöpäivien ero. Ammattilaispäiville osallistuvat usein ne henkilöt, jotka työkseen myyvät tai tarjoavat matkailualan palveluita tai ovat sidosryhmissä. Ammattilaispäivän aikana kävijät keräävät portfoliota, josta he jälkeen päin voivat valita parhaat tarjoukset omaa yritystään ajatellen. He voivat etsiä kumppaneita omalle yritykselleen ja verkostoitua. Ammattilaispäiville tulevat useimmiten tietävät etukäteen, mitä he sieltä hakevat. Osastot voivat olla hieman erityyppisiä ammattilaispäivänä ja jotkut yritykset osallistuvat Matkamessuille vain kyseisenä päivänä. Yleisöpäiviin verrattuna kävijöitä on hieman vähemmän eli noin 12 000 henkeä.

## 6 Pohdinta

Tapahtuman järjestäminen on kolmivaiheinen prosessi, joka sisältää suunnittelu- ja toteutusvaiheet sekä jälkitoimenpiteet. Suurin työ tehdään suunnitteluvaiheessa. Tähän liittyy tapahtumasuunnitelman tekoa, roolien jakamista, budjetointia, lupa-asioiden selvittämistä sekä monia muita tärkeitä asioita. Matkamessujen suunnittelu aloitetaan noin 13 kuukautta ennen varsinaista tapahtumaa. Helsingin Messukeskus vastaa kokonaisuuden rakentamisesta, jossa näytteilleasettajilla on oma osuus. Matkamessuille näytteilleasettajiksi voivat osallistua niin suomalaiset kuin ulkomaiset matkailualan ammattilaiset.

Tapahtuman järjestäminen käsitteenä on laaja ja se sisältää monenlaisia tapoja toteuttaa erilaisia tilaisuuksia. Ajankohtaisuus opinnäytetyöhön tulee siitä, miten tapahtumakenttä kehittyy koko ajan ja miten paljon arjessa osallistumme tapahtumiin. Ovat ne sitten kokouksia, konferensseja, festivaaleja tai messuja. Tapahtumilla on suuri merkitys organisaatioissa ammatillisen brändin rakentamisessa ja tunnettuuden kasvattamisessa.

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää tapahtuman järjestämisen eri vaiheita ja prosessiin liittyviä rooleja. Tarkoituksena oli myös selvittää, miten valmistautuminen, suunnittelu ja tavoitteiden asettaminen ovat osa valmiita messuja sekä rakentaa näiden pohjalta *Check list*. Rajasin heti alussa aiheeni Matkamessuihin. Tarkka rajaus helpotti kirjoitusprosessia ja aiheen tutkimista sekä loi tietyt raamit työlle.

Havainnointi Matkamessuilla osoitti, että kokonaisuudessaan messut olivat onnistuneet. Messukeskuksen puolesta kaikki oli hoidettu hyvin, messuosastot olivat turvallisia ja paikan päällä oli esteetöntä liikkua. Henkilökohtainen kokemus omasta perehdytyksestä ja valmistautumisesta messuihin jäi negatiivisena mieleen. Ensikertalaisena olisin kaivannut perehdytystä, miten osastolla kuuluu olla, mitä asiakkaille täytyy kertoa ja miten siellä ylipäättään toimitaan. Kokemus toimi opina itselle ja siitä jäi hyviä vinkkejä käteen. Messuilla työskentely on todella intensiivistä ja voimia vievää. Osastolla on oltava koko ajan energisenä ottamassa uusia asiakkaita huomioon ja kertoa tuotteestaan. Jotta tämä sujuu hyvin, se vaatii oikeanlaista tukea ja perehdytystä esihenkilöltä. Etukäteen on käytävä läpi yhdessä pelisäännöt, työvuorot ja toimintatavat.

Haastattelun tuloksena selvisi Matkamessujen suunnittelun aloitusajankohta, näytteilleasettajan velvollisuuksia ja mitä lupia kenelläkin on oltava kunnossa, jotta messut saadaan pidettyä. Matkamessujen järjestäminen on iso prosessi, johon liittyy paljon eri osia. Messujen suunnittelu aloitetaan hyvissä ajoin. Messukeskus vastaa kokonaisuudesta, jossa näytteilleasettajilla on oma rooli. Tapahtumaa ajatellen kaikilla osapuolilla on oltava luvat ja vakuutukset kunnossa, jotta tapahtuma voidaan edes järjestää.



Sain ajatuksen *Check listin* rakentamisesta, kun aloin pohtia, mikä olisi auttanut itseä messuille valmistautumisessa. Koin, että olisin tarvinnut jonkinlaisen työvälineen kokonaisuuden hahmottamiseen. Toiminnallinen tapa toteuttaa oli itselle mielekästä, sillä tykkään tehdä konkreettisia asioita. Lähdin toteuttamaan *Check listiä* muistiinpanojen muodossa, josta se alkoi muodostumaan ensin Excelissä taulukoksi ja myöhemmin visualisoin lopullisen version Canvalla (liite 1).

Sisältö rakentui tietoperustasta, havainnoinnista ja haastattelusta. Sain kerätyksi niiden pohjalta tärkeimmät asiat ylös, jotka vaikuttavat merkittävästi Matkamessuille valmistautumiseen. Pohdin, mitä on tärkeä ottaa huomioon suunnittelussa. Jaottelin tarkistuslistan teemoittain, missä isot otsikot toimivat yhtenä kokonaisuutena ja sen alta löytyvät pienemmät asiat sisältyvät kokonaisuuteen. Lisäsin myöhemmin vielä kohdat: milloin, kuka, tehty ja muistiinpanot. Ajatuksena oli se, että listaan voi merkata aikamääreet mihin mennessä mikäkin kohta tulee olla tehtynä. Kuka kohtaan voi kirjata asian vastuuhenkilön. Tehty kohta on sitä varten, kun asia on valmis sen voi ruksata tehtyksi. Muistiinpanot ovat itseä varten ja sinne voi kirjata ylös tärkeitä asioita, joita ei saa unohtaa.

Päätin jakaa tarkistuslistan kahdeksaan osaan:

- Tapahtumasuunnitelman teko
- Aikataulutus
- Luvat ja ilmoitukset
- Budjetointi
- Yhteistyökumppanit
- Markkinointi
- Messuosasto
- Turvallisuus

Tapahtumasuunnitelman alle lisäsin tapahtumaprosessin tavoitteiden, sisällön ja onnistumisen mitareiden määrittelyn. Näiden lisäksi on hyvä pohtia kohderyhmää ja päättää tapahtumaan osallistuvien roolit selkeästi. Suunnitelman teon jälkeen aikataulut on hyvä lyödä lukkoon, jolloin voidaan sopia, mitä tehdään ja tehtävien vastuuhenkilöt. Tähän liittyy lupien hakeminen ja ilmoitusten tekeminen unohtamatta vakuutuksia. Budjetointi valikoitui yhdeksi väliotsikoksi siksi, että tapahtumien järjestäminen vie rahaa ja hyvin suunnitteleamalla kustannuksia voidaan säästää. Budjetoinnin alle lukeutuu muun muassa osaston rakentaminen, palkkaus, matkat, mahdolliset somisteet ja tarjoilut sekä jaettavat materiaalit. Yhteistyökumppaneiden tärkeys tuli jo aiemmin esille, sillä he voivat olla koko prosessin ajan mukana ja tuoda erilaista näkökulmaa tekemiseen. He voivat toimittaa tarjoiluja tai materiaaleja tai tehdä some-markkinointia. Tästä syystä otin yhteistyökumppanit listalle mukaan. Markkinoinnilla lisätään näkyvyyttä ja saadaan potentiaalisia asiakkaita, joten sen suunnittelu on tärkeä muistaa alkuvaiheessa. Jotta tapahtumapäivänä kaikki onnistuu ja menisi niin kuin on

suunniteltu, on tärkeä tehdä töitä messuosastoon ja turvallisuuteen liittyvissä asioissa. Messuosasto on rakennettava turvallisesti, mutta myös houkuttelevasti asiakkaan kannalta.

Produkti oli mielenkiintoinen toteuttaa. Sain selvennettyä epäkohtia itselleni ja samalla tehtyä hyödyllisen tuotoksen, josta toivottavasti on hyötyä myös muille. Mielestäni onnistuin hyvin *Check listin* rakentamisessa. Lopputuloksesta tuli helppolukuinen ja yksinkertainen, mutta ennen kaikkea siitä on helppo poimia tärkeimmät seikat tapahtuman järjestämiseen. Työstä olisi voinut tulla monipuolisempi, jos olisin päässyt haastattelemaan useampaa henkilöä Matkamessuihin liittyen ja esittelemään omaa tuotosta. Heiltä olisi saattanut saada lisää vinkkejä ja huomioita ammatillisen kokemuksen pohjalta. Yhteisen aikataulun sopiminen oli esteenä tälle. *Check listiä* voi hyödyntää erilaisten tapahtumien järjestämiseen. Sisällöllisesti sieltä löytyy hyviä kohtia sovellettavaksi muihin kuin messutapahtumiin, jos messuosastokohdan jättää täyttämättä. Sen lisäksi listan kohdat milloin, kuka, tehty ja muistiinpanot toimivat aikatauluttamisen ja vastuun jakamisessa.

Prosessin loppupuolella aloin pohtia, miten työn olisi voinut toteuttaa toisella tapaa tai olisiko ollut jotain toista mielenkiintoista näkökulmaa, mihin työtä olisi voinut johtaa. Yksi idea olisi ollut kehittää *Check list* näytteilleasettajalle yksittäisestä messupäivästä. Lista olisi voinut pitää sisällään kohtia messuosaston valmistelusta, messuosastolla olemisesta ja potentiaalisen asiakkaan kohtaamisesta. Tämän rinnalla pohdin valintaani siitä, etten tutki tässä opinnäytetyössä markkinointia ja viestintää osana messujen suunnittelua. Yksi jatkojalostusidea voisi olla Matkamessujen tai jonkin muun messutapahtuman markkinointistrategian ja viestintäsuunnitelman teko sekä prosessi läpi tapahtuman.

Opinnäytetyölle asetetut tavoitteet saavutettiin. Opinnäytetyöprosessin aikana saatiin selvitettyä monipuolisesti tapahtumaprosessi rooleineen ja erityisesti näytteilleasettajan rooli Matkamessuilla. Johtopäätöksenä voidaan todeta, että luotu *Check list* on hyödyllinen työväline näytteilleasettajalle messutapahtumaan valmistautuessa.

## 7 Oman oppimisen arviointi

Kirjoittamisprosessi on tuntunut pitkältä, sillä en ole aiemmin tehnyt samankaltaista työtä. Jossain vaiheessa tuntui, että kärsivällisyys loppuu, mutta ajan myötä tunne helpottui. Aihe on ollut mielenkiintoinen ja olen tyytyväinen siihen, että valitsin tapahtuman järjestämisen. Olen aiemmin käynyt messuilla, mutta en Matkamessuilla. Oma kokemus esittelijänä teki opinnäytetyönaiheesta henkilökohtaisen ja koen, että sitä kautta motivaatio aihetta kohtaan kasvoi. Tapahtumakenttä on laaja ja oli mielenkiintoista päästä tutkimaan sitä enemmän. Koin pientä hankaluutta aluksi aiheen rajauksen kanssa, sillä materiaalia ja lähteitä oli niin paljon. Olen iloinen siitä, että sain tehtyä selkeän rakenteen alun vaikeuden jälkeen.

Olen iloinen myös siitä, että sain valita aiheen itse ja edetä prosessissa omaa tahtia. Koen, että toimeksianto olisi ollut stressaavampi tapa toteuttaa ja paineita olisi ollut enemmän. Toisaalta toimeksianto olisi voinut olla prosessin kannalta selkeämpi jo heti alussa ja olisin saanut tukea tekemiseen.

Kirjoitusprosessin edetessä huomasin, että olisin kaivannut enemmän tietoa Matkamessuista. Tässä auttoi haastattelu ja sähköpostiviestittely Matkamessujen vastuuhenkilöiden kanssa. Näin jälkeen päin ajateltuna olisin voinut sopia heidän kanssaan useamman palaverin, jossa olisin esitellyt omia huomioitani ja kysynyt heidän mielipidettään tuotoksestani. Haastattelu, jonka toteutin, meni mielestäni hyvin ja olin osannut tehdä tarkkoja kysymyksiä aiheen näkökulmasta.

Prosessi on vienyt aikaa ja työ on vaatinut taukoa aika ajoin. Pelkäsin alkuun työmäärää, mutta ylätyin siitä, miten helpolla olen päässyt. Olen toki käyttänyt aikaa tietoperustan rakentamiseen ja kirjoittamiseen, mutta kuvittelin etukäteen prosessia vielä raskaammaksi. En ottanut paineita ajallisesti, missään kohtaa. Luulen, että olisin saanut opinnäytetyön paljon nopeamminkin tehtyä, jos olisin halunnut. En nähnyt sille kuitenkaan tarvetta, sillä minulla ei ollut aikataulullisesti kiirettä tämän kanssa. Olen tyytyväinen lopputulokseen ja omaan työpanokseen.

## Lähteet

eMessukeskus. 2023. Yrityksille. Info. Osaston suunnittelu. Luvat. Helsinki. Luettavissa: <https://www.emessukeskus.com/#/help/detail/729/16555?lang=fi>. Luettu 20.3.2023.

Häyrinen, E & Wallo, H. 2022. Tapahtuma on tilaisuus: tapahtuman suunnittelu ja toteutus. Helsinki. Tietosanoma 2022. 310.

Kananen, J. 2015. Opinnäytetyön kirjoittajan opas. Näin kirjoitan opinnäytetyön tai pro gradun alusta loppuun. Jyväskylä. Tekijät & Jyväskylän ammattikorkeakoulu. 391.

Liikamaa, S. 2019. Ammattikorkeakoulut. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyöt (Avoin kokoelma). Työn murroksen vaikutukset HR:n työhön. Theseus 2023. Luettavissa: [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/333191/liikamaa\\_sanna\\_arviointiversio.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/333191/liikamaa_sanna_arviointiversio.pdf?sequence=2&isAllowed=y). Luettu 12.1.2023.

Messukeskus. 3.3.2022. Tapahtumarakentaminen ja turvallisuus Messukeskuksessa. Luettavissa: <https://material.messukeskus.com/wp-content/uploads/2022/03/Tapahtumarakentaminen-ja-turvallisuus-Messukeskuksessa-2022.pdf>. Luettu 21.3.2023.

Messukeskus. 2023. Matkamessut. Matka Nordic travel fair. Luettavissa: <https://matka.messukeskus.com/>. Luettu 6.3.2023.

Myllynen, H. 2021. Ammattikorkeakoulut. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyöt. Tapahtuman järjestäminen – Tallin Joulupolku. Theseus 2023. Luettavissa: [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/502145/myllynen\\_henna-riikka.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/502145/myllynen_henna-riikka.pdf?sequence=2&isAllowed=y). Luettu 17.1.2023.

Poliisi. 2022. Yleisötilaisuudet. Millaisista tilaisuuksista pitää ilmoittaa? Luettavissa: <https://poliisi.fi/yleisotilaisuudet>. Luettu 6.3.2023.

Siipilehto, K. 24.7.2017. Isommin tapahtuman yhteistyökumppaneiden kanssa. Messukeskus. Luettavissa: <https://messukeskus.com/blogs/isommin-tapahtuman-yhteistyokumppaneiden-kanssa/?WPACFallback=1&WPACRandom=1678184206736>. Luettu 7.3.2023.

Tapahtumateollisuus ry 2023. Mitä on Tapahtumateollisuus? Luettavissa: <https://www.tapahtumateollisuus.fi/mita-on-tapahtumateollisuus/>. Luettu: 16.1.2023.

## Liitteet

### Liite 1. Check list

 <h1 style="text-align: center;">Check list</h1> 				
	MILLOIN	KUKA	TEHTY	MUISTIINPANO
Tapahtumasuunnitelma tavoitteet onnistumisen mittarit sisältö kohderyhmä tapahtumatuottaja projektiryhmä				
Aikataulu ajankohta kesto työvuorot perehdyttäminen				
Luvat ja ilmoitukset näytteilleasettajan omat luvat vakuutukset viisumi				
Budjetointi palkkaus matkakulut osallistumismaksu materiaalit somisteet tarjoilu logistiikka				

 <h1 style="text-align: center;">Check list</h1> 				
	MILLOIN	KUKA	TEHTY	MUISTIINPANO
Yhteistyökumppanit sponsorit logistiikka catering				
Markkinointi viestintäsuunnitelman teko sisältö sometunnisteet vastuuhenkilö				
Messuosasto visuaalinen ilme materiaalien tilaaminen tapahtumatekniikka rakentaminen				
Turvallisuus riskianalyysi paloturvallisuus ensiapu varasuunnitelma kriisiviestintä				

**Liite 2. Haastattelukysymykset**

Kuka voi ilmoittautua Matkamessuille näytteilleasettajaksi ja miten?

Mitä lupia ja ilmoituksia Messukeskuksen ja näytteilleasettajan täytyy tehdä?

Miten ajoissa Matkamessuja aletaan suunnittelemaan?

Millainen aikataulu järjestämisessä on?

Millaisia kustannuksia messuihin liittyy?

Mitkä ovat näytteilleasettajan velvollisuudet?

Mihin messuille valmistautuessa yrityksen kannattaa panostaa?

Miten kävijät saadaan kiinnostumaan?

Mitä kuuluu jälkitoimenpiteisiin?

Miten eroaa yleisöpäivinä ammattilaispäivät ja miten niihin tulee valmistautua?