

TARTU ÜLIKOOLI VILJANDI KULTUURIAKADEEMIA

Kultuurhariduse osakond

Kultuurikorralduse õppekava

Marta Arula

VILJANDI JÕULUHANS 2016

Loov-praktiline lõputöö

Juhendaja: Piret Aus, MA, kultuurikorralduse lektor

Kaitsmisele lubatud:

Viljandi 2017

SISUKORD

SISSEJUHATUS	3
1. ÜLEVAADE ORGANISATSIOONIST	4
1.1 Viljandi linn.....	4
1.2 Sakala keskus	4
1.2.1 Organisatsiooni struktuur	5
2. VILJANDI JÕULUHANSA	7
2.1 Viljandi Jõuluhansa kontseptsioon	7
2.2 Projekti missioon ja visioon	7
2.3 Siht- ja huvigrupid.....	8
2.4 Seosed paikondliku arengukavaga.....	10
3. VILJANDI JÕULUHANSA KORRALDUSPROTSESS	11
3.1 Ülesannete jaotus	11
3.2 Eelarve ja selle täitmine	13
3.3 Sponsorlus	14
3.4 Turundus	15
3.5 Sotsiaalmajanduslik mõju.....	18
3.6 Jõuluhansa külastatavus ja tulevik	20
4. ENESEREFLEKSIOON	23
4.1 Isiklikud eesmärgid	23
4.2 Eneseanalüüs	24
KOKKUVÕTE	27
KASUTATUD ALLIKAD	29
LISAD	30
LISA 1 Tegevusplaan	30
LISA 2 Eelarve.....	31
LISA 3 Turundusplaan	34
SUMMARY	35

SISSEJUHATUS

Alustasin õpinguid Tartu ülikooli Viljandi kultuuriakadeemias kultuurikorralduse erialal 2012. aasta sügisel ning selle nelja aasta jooksul olen omandanud erialaseid teoreetilisi ja praktilisi teadmisi, mida oma töös ka rakendan. Tänu mitmetele praktikatele ning õppejõudude motiveerivale suhtumisele olen tänaseks hetkeks kindel, et suudan oma tööd hästi teha ning kultuuriakadeemia on mind tööturule sisenemiseks hästi ette valmistanud.

Minu lõptöö, Viljandi Jõuluhansa 2016, andis mulle enesekindlust veelgi juurde. Selle sündmuse korraldamine oli justkui omandatud teadmiste ja oskuste viimane lihvimine ning kinnistamine. Sellele aitasid kaasa minu meeskonna liikmed ning nende soov ja tahe Jõuluhansat kolmandat korda läbi viia.

Minu loov-praktiline lõputöö annab ülevaate Jõuluhansa 2016 korraldusprotsessist. Töö esimeses pooles annan ülevaate Viljandi linna ning Sakala Keskuse ajaloost ning toimimisest. Käesoleva töö teises osas toon välja Viljandi Jõuluhansa missiooni ja visiooni, projekti siht- ja huvigrupid ning seosed paikkondliku arengukavaga. Loov-praktilise lõputöö kolmandas osas kirjeldan projekti planeerimise protsessi – ülesannete jaotust, eelarvet, turundusplaani ning sotsiaalmajanduslikku mõju Viljandi linnale. Neljandas osas analüüsin enda kui projektijuhi tugevusi ning nõrkusi kui ka projekti üldiselt. Lisades toon välja ka projekti toimimise olulisemad dokumendid, mis annavad veelgi parema ülevaate Jõuluhansa 2016 korraldusprotsessist.

1. ÜLEVAADE ORGANISATSIOONIST

1.1 Viljandi linn

Varaseimad tõendid Viljandi asustatuse kohta ulatuvad mesoliitikumi aega (Vislapuu 2017), kuid esimene täpsem kirjeldus Viljandi linna kohta pärineb 1211. aasta kevadtalvest, kui saksa rüütlivägi koos liivlastest ning lätlastest abiüksustega jõudis esimest korda Viljandi alla ristiusku levitama (Grosberg 2017).

1931. aastal ehitati Viljandisse esimesena Eesti linnadest moodne raekoda. (Viljandi ajalugu 2017) Viljandi arengu katkestas II Maailmasõja puhkemine ning Nõukogude okupatsioon. Sellega lõhuti sajandeid kujunenud majandusstruktuur ning kõvasti sai kannatada haridus- ja kultuurielu. (Vislapuu 2017) Tänapäevaks on majandusstruktuur, haridus- ja kultuurielu taas täies hiilguses.

Viljandi linna visioon: „Viljandi linn on inimesekeskne, tasakaalustatud arenguga, mitmekülgse ettevõtlusega, kultuuriturismile orienteeritud, hariduse-, kultuuri- ja spordilembene ning turvaline maakonnalinn, kus on hea elada, töötada ja mida on meeldiv külastada.” (Viljandi Linna arengukava 2013, lk 4)

1.2 Sakala keskus

Alates 1992. aastast kuulub Sakala Keskus Viljandi linnale. Põhilised eesmärgid olid sellel ajal kultuuriürituste ja taidlustegevuse korraldamine, seltsielu edendamine, rahvakunsti arendamine, lisaks toitlustamine ja muu majandustegevusega seonduv. (Sakala Keskuse arengukava 2015, lk 3)

Võrreldes 1992. aasta eesmärgi tänasel päeval püstitatud eesmärkidega leian, et suures osas on eesmärgid säilinud. Ka praegu väärtustatakse endises kultuurimajas just kultuuriürituste korraldamist, seltsielu edendamist ning ka rahvakunsti ning harrastustegevuse arendamist.

2012. aastal avati kultuurimaja õigusjärgne kultuurikeskus nimega Sakala Keskus, mis on Viljandi Linnavalitsuse haridus- ja kultuuriameti haldusalas tegutsev kaasaegsete võimalustega kultuurikeskus. (*ibid*)

Sakala Keskuse missioon: „Sakala Keskus toetab Viljandi linna ja maakonna kodaniku loovat ja kultuurilist arengut läbi oma tegevuste ja sündmuste, tagades harrastustegevuse ja kultuurilise teenindamise kvaliteedi Viljandi linnas.” (Sakala Keskuse arengukava 2015, lk 8)

Sakala keskuse visiooniks on olla avatud, renoveeritud ja vajadustele vastavalt sisustatud kultuuriasutus, mis korraldab ja vahendab erinevaid kultuurisündmusi, toetab ja loob linnakodanikele võimalused mitmekülgeks harrastustegevuseks ning vaba aja veetmiseks. Sakala Keskuses on igal inimesel võimalik olla nii kultuuritarbija kui ka kultuuriprotsessides osaleja. Sakala Keskus on koostööle orienteeritud ja kultuuridevahelist dialoogi arendav. Sakala Keskuse halduses olevad objektid on renoveeritud ja avatud kasutuseks kõigile kultuuriorganisatsioonidele kultuurisündmuste loomiseks, mis rikastavad linna kultuuripilti. (*ibid*)

1.2.1 Organisatsiooni struktuur

Kreitner (2006) on organisatsiooni struktuuri sõnastanud järgmiselt: „Organisatsiooni struktuur on organisatsiooni ametikohtade vaheliste suhete mudel.” (Alas 2008, lk 79 järgi) Organisatsiooni ülesehituse peamiseks eesmärgiks on luua tõhus tööjaotus ning see on vahend organisatsiooni juhtidele suunamaks ressursi nii, et kõik tööd saaksid tehtud (Alas 2008, lk 79).

2016. aasta detsembris töötas Sakala Keskuses 22 inimest. Sakala Keskuse tööd juhib direktor ning töötajad võib jagada kuute üksusesse. Direktorile otseselt alluvad juhiabi, turundusjuht, näituste kuraator, neli noorsootöötajat, haldus- ja tehnikajuht ja peadministraator. Haldus- ja tehnikajuht vastutab veel helitehnik-lavameistri, kolme tehnilise töötaja ning valgustaja töö eest. Peadministraator vastutab administraatori töö eest. Abipersonalina on Sakala Keskuses tööil üks garderoobihoidja ning neli koristajat. (Sakala Keskuse kontaktid 2017)

Sakala Keskuses rakendub funktsionaalne organisatsiooni struktuur, mis tuleneb sarnaseid tegevusi sisaldavate tööde grupeerimisest. Sakala Keskuse töösuhted on lameda struktuuri põhised, mis tähendab omakorda laia juhtimisulatust. Juhtimisulatuseks nimetatakse ühe ülemuse alluvuses olevate nende inimeste arvu, kes talle otseselt aru peavad andma. Laia juhtimisulatuse eelisteks on töötajate suurem iseseisvus, väiksemad juhtimiskulud ning väiksemad juhtimis- ja koordineerimisprobleemid. Laia juhtimisulatuse puuduseks on peetud asjaolu, et juht ei pruugi olla võimeline suunama paljusid inimesi korraga ning töötajate nõutav kvalifitseeritus, sest iseseisvus tase on kõrge. (Alas 2008, lk 88)

2. VILJANDI JÕULUHANSA

2.1 Viljandi Jõuluhansa kontseptsioon

Viljandi Jõuluhansa toimus 2016. aastal juba kolmandat korda ja võib öelda, et on saanud Viljandi kultuurikavas ilusaks traditsiooniks. Sakala Keskuse ning Viljandi Linnavalitsuse koostöös toimuva Jõuluhansa idee on pakkuda Viljandi linnarahvale ning külalistele väljaspoolt mõnusat jõuluhõngulist meelelahutust. Jõuluhansa on tähtis, kuna on aastate jooksul kujunenud linnarahva ühiseks jõulupeoks ning ühtlasi on see Viljandi linna viis tänada ning soovida jõulurahu linna elanikele ning külalistele. Lisaks annetatakse igal aastal õnneloosist saadud tulu mõnele organisatsioonile. Sel aastal läks annetus Viljandi Loomade Varjupaigale.

Jõuluhansa olulisus peitubki tahtes valmistada inimestele rõõmu ning jätta soe tunne südamesse. 2016. aastal aitasid seda tunnet tekitada mitmekülgsed esinejad: Viljandi Muusikakool, Alen Veziko, Helin–Mari Arder ning Brigita Murutar ja Paul Neitsov. Lapsed said külastada Jõuluvana, meisterdada postkaarte ning sõita hobuvankriga. Täiskasvanuid rõõmustasid laada kauplejad erinevate käsitöötoodete, maiuste ning muuga, võimalus oli nautida talvist veetorni vaadet ning esmakordselt oli külalistele avatud endine Linnu tänava koolimaja, mis tõi Jõuluhansale palju uudistajaid.

2.2 Projekti missioon ja visioon

Leimann, Oja ja Terk (1987) järgi vastab missioon küsimustele – miks mingi süsteem eksisteerib, milleks on ta vajalik ning mis on tema eksistentsi õigustuseks? (Vadi 2001, lk 259 järgi). Organisatsiooni juhtimise seisukohalt on missiooni määratlemine tähtis, sest võimaldab luua hea kujutluspildi organisatsiooni olemusest ja väärtushinnangutest. (*ibid*) Missioon koosneb kahest osast – peaesmärgist ning alleesmärkidest, mis seejuures peavad kirjeldama tingimusi ja tulemusi, mida on tarvis saavutada, mitte abinõusid, mida on tarvis rakendada (Vadi 2001, lk 260-261).

Jõuluhansa missiooniks on pakkuda igas vanuses külastajatele kvaliteetset, jõulumeeleolu loovat laada- ning meelelahutusprogrammi, hõlmates sealjuures nii Viljandi linna noori talente kui ka kõigile tuntud artiste.

Visioon on vaade organisatsiooni tulevikule, kontseptsioon sellest, milliseks organisatsioon tahab saada. (Alas 2008, lk 60)

Jõuluhansa visiooniks on olla järjepidevalt toimuv ning seejuures kõige külastatum Viljandi linna jõuluajaga seotud sündmus, mis suudab tekitada inimestes tõelise jõulutunde.

2.3 Siht- ja huvigrupid

Turu segmenteerimiseks kasutasin nii demograafilist kui ka geograafilist segmenteerimist. Demograafilisteks erinevusteks on näiteks vanus, perekonnaseis, sissetulek ning etniline päritolu. Geograafiline segmentimine on asukohapõhine sihtgruppide jaotamine. (Kolb 2005, lk 89)

Nende kahe segmenteerimise tüübi alusel jaotasin potentsiaalsed külastajad siht- ning huvigruppideks ning kasutasin neid hiljem turundusplaani loomisel.

Sihtgrupid:

- 1) Viljandi maakonna elanik vanuses 23–65;
- 2) lähimaakondade elanikud vanuses 23–65;
- 3) Viljandi- ning lähimaakondade lastega pered;
- 4) esinejate austajad.

Huvigrupid:

- 1) Sakala Keskuse, Viljandi linnavalitsuse töötajad;
- 2) Viljandi Muusikakooli õpilaste vanemad;
- 3) koostööpartnerite töötajad.

Viljandi maakonna elanikud oli meie põhiline sihtgrupp ning selle sihtrühma turundamisele panustasime kõige rohkem. 23-55 aastaste külastajate kaasamiseks panustasime Facebookile, luues antud keskkonnas *event*'i ning postitades ka Viljandi linna Facebooki lehel. Vanema inimese tähelepanu äratamiseks panustasime plakatitele linnaruumis ning maakonna kultuuriasutustes ning suuremates kogunemiskohtades nagu bussipeatused või poed, kuna paljud vanematest inimestest Facebooki ei külasta. Lisaks reklaamisime sündmust päevalehes Sakala.

Lähimaakondade elanikeni soovisime eelkõige läbi maakonnalehtede, nagu Postimees, Pärnu Postimees, Järva Teataja ning Valgamaalane.

Viljandi maakonna ning lähimaakondade lastega peredeni jõudmiseks eraldi turundusmeetmeid me rakendusele ei võtnud. Samas pidasime väga tähtsaks, et plakati peal oleksid laste atraktsioonid mainitud, et vanemad oskaksid ka arvestada ning kindlasti lapsed sündmusele kaasa võtta.

Esinejate austajateni jõudmiseks kasutasime peaesineja puhul plakatit, pressiteadet ning veebimeediat. Lisaks tegime Facebookis ka eraldi postitused kõikide esinejate kohta, et nende programmis osalemist rõhutada. Lisaks sellele palusin kõikidelt esinejatelt Jõuluhansa *event*'i jagamist isiklikul- ning fännikontol Facebookis, mis kaasab vajalikku sihtrühma otsesel viisil.

Huvigruppideni jõudmiseks, eelkõige sponsorite kaasamiseks, kasutasime otseturundust ehk siis isiklikku lähenemist e-maili kaudu.

2.4 Seosed paikkondliku arengukavaga

Sakala Keskus kuulub Viljandi Linnavalitsuse haridus- ja kultuuriameti haldusalasse ning Sakala Keskuse arengukava aastateks 2015–2017 on koostatud Viljandi linna arengukava suundasad arvestades. (Sakala Keskuse arengukava 2015, lk 3)

„Viljandi linna arengus ja linnarahvastiku stabiilsel säilimisel on olulised kultuurilised mehhanismid, mis võimaldavad kogukonna püsimise ja tagavad Viljandile omaste väärtuste, traditsioonide ja elulaadi edasikestmist.” (Viljandi linna arengukava 2013, lk 12)

Viljandi linna arengukava järgi on Sakala Keskus Viljandi kultuurikollektiividele kodu ja tuge pakkuv, heal tasemel erinevaid kultuurisündmusi korralvad ning professionaalset kultuuri vahendav asutus (*ibid*, lk 12) ning seda aspekti pidasime silmas ka Jõuluhansat korraldades.

Üks linna alameesmärkidest on, et Viljandi linnas on aastaringselt võimalik osaleda heatasemelistel kultuurisündmustel (*ibid*, lk 32). Paljud inimesed tunnevad Viljandit kui “folgilinna”, kuid linna ning selle elanike jaoks on oluline, et ka talvel oleks midagi teha ja kuskile minna. See eesmärk on Jõuluhansa kontseptsiooniga väga hästi kooskõlas.

3. VILJANDI JÕULUHANSA KORRALDUSPROTSESS

3.1 Ülesannete jaotus

Tänapäeva organisatsioonides on meeskonnatööst kujunenud vajadus. Meeskonnatöö hõlbustab juhtimist ning õige elluviimise korral parendab suhtlust, säästes kõigi asjaosaliste aega. Meeskonna olemasolu suurendab väljapakutavate ideede hulka ning ergutab uut moodi mõtlemist. Tihti saavad erineva taustaga inimesed meeskonnas töötades leida midagi täiesti uut, mida ükski neist osanuks arvata enne meeskonnatööd. Samas ei hoia meeskonnatöö ära juhtide ja organisatsioonide ebaõnnestumist, selle tõttu on olulisel kohal just meeskonnatöö õige juhtimine. (Alas 2008, lk 128-129) Tähtsateks aspektideks meeskonna ülesehitusel on omavaheline suhtlus, meeskonna innustamine ja motiveerimine, mitteformaalse rühma eestvedamine ja tagasisidestamine (Brooks 2006, lk 131).

Jõuluhansa korraldusmeeskonda kuulus viis inimest, kes igapäevaselt rohkem korraldusprotsessis osalesid. Kuna Sakala Keskuses ning Viljandi linnavalitsuses on töötajate ülesanded selged, ei olnud vaja pikemalt peatuda sellel, keda oma meeskonda värvata ning millised nende ülesanded olla võiksid. Kuna Sakala Keskus ning Viljandi linn on tugevalt seotud, ei olnud ka probleemi meeskonna sisekommunikatsiooniga, kuna kõik meeskonna liikmed olid varasemalt tuttavad ning neil on väljakujunenud suhtluskanalid. Ka meeskonna motiveerimisega ei olnud suuri probleeme, kuna meeskonna liikmete väärtushinnangud sarnanevad väga Jõuluhansa konseptsiooniga ning antud sündmus läheb meeskonnale korda.

Isiklikult pean projektijuhina tähtsaks meeskonna head läbisaamist ning seotust igapäevaselt, mis tekitab ühtsustunde. Selleks korraldasime ka üldkoosolekuid. Minu jaoks on iga töö parima tulemuse saavutamiseks tähtis ka keskkond, milles viibin. See on aspekt, mida järgmise projekti puhul kindlasti arvesse võtan ning parandada püüan.

Siinkohal toon välja ka kõikide meeskonnaliikmete tööülesanded.

Tabel 1. Jõuluhansa meeskonnaliikmete ülesanded

<p>PROJEKTIJUHT</p> <p>Marta Arula</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sündmuse planeerimine, nende toimumise eest vastutamine • Eelarve mõistliku täitmise eest vastutamine • Üldkoosolekute koordineerimine • Turundusplaani koostamine ning selle täitmise eest vastutamine • Sponsorite otsimine, nendega suhtlemine ning koostöö sõlmimine • Programmi koostamine: esinejate ning atraksioonide leidmine, lepingute sõlmimine • Vabatahtlike koordineerimine: nende leidmine, lepingute sõlmimine • Püstitatud eesmärkide täitmise ja saavutamise kontrollimine • Esinemislepingute koostamine ning allkirjastamine • Hinnapakkumiste koostamine • Avaliku sündmuse loa taotlemine • Aruandluse tegemine
<p>LINNAVALITSUSE ESINDAJA</p> <p>Vilja Rebane Volmer</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Eelarve planeerimine • Linnavalitsusega kooskõlastamine • Ürituse kujunduse planeerimine ning selle täide viimine • Turundusplaani koostamine • Atraksioonide leidmine
<p>LINNAVALITSUSE-POOLNE TURUNDAJA</p> <p>Johan-Kristjan Konovalov</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Turundustegevus linna Facebook'i lehel • Videoklipi valmimine • Pressiteate koostamine ning edastamine

<p>HALDUS- NING TEHNIKAJUHT</p> <p>Ditmar Martinson</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Logistikaplaani koostamine • Esinejate transpordi eest vastutamine • Transpordi, elektritööde ning tehniliste kujunduselementidega seonduvate kulutuste planeerimine ning optimeerimine • Tehnika koordineerimine ning selle üles seadmine • Tehnikute töö koordineerimine ning vastutamine
<p>LAADAKORRALDAJA</p> <p>Kätrin Hanschmidt</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Müüjate leidmine ning koordineerimine • Müügikohtade eest vastutamine

Kuna tööülesanded olid meeskonnaliikmetel selgelt määratletud ei tekkinud ka probleeme sellega, kes millise valdkonna või probleemiga tegeleb. Arvan, et see säästis mitmel korral aja- ja närvikulu ning meeskonnaliikmed said tegeleda tähtsamate ülesannetega.

3.2 Eelarve ja selle täitmine

Eelarvestamine aitab kaardistada projekti korraldamiseks vajalikud tegevused ning annab võimaluse välja selgitada eeldatav kulu projekti õnnestumiseks. Lisaks annab eelarve võimaluse kontrollida, kas ressursse kasutatakse ootuspäraselt ning kas on vaja leida lisaresursse. (Granofi 2001, lk 78-79)

Selleks hetkeks, kui mina projektiga ühinesin oli linnavalitsuse poolne korraldaja eelmiste aastate põhjal algse eelarve paika pannud. Programmi täienemisel ning turundusplaani koostamisega täiendasime järk-järgult projekti kulusid.

Algselt oli Jõuluhansa korraldamiseks planeeritud 20 097 eurot, mille kandmise eest vastutas Viljandi linn, kuid meie eesmärk ei olnud kogu etteantud summat täies ulatuses projektis kasutada.

Eelarves ei toonud eraldi välja meeskonnaliikmete töötasusid, kuna projekti korraldamine kuulus nende töökohustuste hulka ning kulud kandis tööandja. Välja tõin vaid projektijuhi töötasu (Eesti keskmise projektijuhi töötasu www.palgad.ee andmetel), millele lisasin tööandja maksud ning selle kulu katteallikaks oli omafinantseering.

Võrreldes eelmise aastaga eelarvega on atraktsioonide pakkujate tasud kasvanud ning sellest tulenevalt suurenesid ka projekti kulud. Positiivne on see, et Viljandi linnal on tahtmist antud projekti toetada ning linn peab Jõuluhansa toimumist oluliseks.

3.3 Sponsorlus

Sponsorite abi vajasime heategevusliku loosi auhindade leidmiseks. Kuna Jõuluhansa kontseptsioon on üpriski Viljandi linna põhine, soovisin partnerid leida eelkõige Viljandimaa ettevõtete hulgast. Sponsorite leidmine kulges suhteliselt kenasti, kümnest ettevõttest seitse olid nõus Jõuluhansat toetama. Nendeks olid Oskar LT AS, Amrita Cafe OÜ, OÜ Koidukuma, Segmonte OÜ, Ugala Teater SA, MTÜ Eesti Pärimusmuusika Keskus ja AS Hansa Candle, kes panid kokku kinkekomplektid keskmise väärtusega umbkaudu viisteist eurot.

Oskari lihatööstus toetas kolme kinkekomplektiga, mis sisaldasid nende tooteid, Amrita kohvik pani välja kinkekaardi, Rohelise Maja Pood ja Kohvik toetas kolme mahetootega, Tegelaste Tuba kinkekaardiga, Ugala Teater kinkekottidega, Pärimusmuusika Keskus piletitega Elektroonilise Pärimusmuusika Festivalile ning Hansa Candle samuti oma toodetega.

Selleks, et oskaksin ka tulevikus paremini sponsoreid leida ning nendega suhelda, analüüsisin Anu Kivilo artikli põhjal motivaatoreid, mis võisid innustada meie sponsoreid Jõuluhansat toetama ning leidsin kolm põhilist võimalikku aspekti. Esiteks nii toetaja kui toetatav peavad jagama ühiseid väärtusi (Herkül, Kivilo 2006, lk 33) Jõuluhansa väärtustab oma kodukohta, Viljandi linna, selles tegutsevaid inimesi ning ettevõtteid. Teiseks parandab nii sponsorlus kui heategevus firma üldist mainet ning kuna Jõuluhansa näol on eelkõige tegemist linna sündmusega ning sündmusel on positiivne maine, on ka ettevõtjad huvitatud seda toetamast. Jõuluhansa panustab kvaliteetsele kultuuriprogrammile ning mõnusale õhkkonnale. Kunsti ja

kultuuri tugevad märgid lisavad head mainet ka ettevõttele (*ibid*, lk 34). Kolmandaks on sponsorlus firma avalike suhete ja turundusstrateegia suureks osaks (*ibid*). Usun, et ettevõtted toetavad sündmusi, mida võivad küllastada nende potentsiaalsed kliendid ning selle kaudu jõuavad nad inimesteni, kelleni muu turundusstrateegia kaudu võib-olla ei jõuaks. Usun, et hea turundus ning potentsiaalse kliendini jõudmine on üks suurimaid motivaatoreid sündmuse sponsoreerimisel.

3.4 Turundus

Bennett (1995) järgi defineerib Ameerika Turundusassotsatsioon, et turundus on ideede, kaupade ja teenuste kontseptsiooni, hinnakujunduse, promotsiooni ja jaotuse planeerimine ning teostus, tagamaks vahetust, mis rahuldab individuaalseid ja organisatsioonilisi eesmärke. (Kolb 2003, lk 54 järgi) Selle definitsiooni puhul on oluline aspekt, et välja on toodud nii indiviidi kui ka organisatsiooni eesmärkide rahuldamine. See tähendab, et turundusstrateegia ei tohi rahuldada vaid ühte poolt, enamasti siis organisatsiooni, vaid peab rahuldama ka indiviidide, ehk küllastajate ootused, et nad saavad vajaliku info neile kättesaadavast kanalist.

Selleks, et koostada läbimõeldud turundusplaan, analüüsisin projekti SWOT-meetodil. SWOT-analüüs aitab ettevõttel analüüsida makrojõude (majanduslikke, poliitilis-õiguslikke, sotsiaalkultuurilisi, tehnoloogilisi) ja tegureid (ettevõtet, konkurente, edasimüüjaid ja tarnijaid) ning keskkonda. Nende tegurite põhjal koostab organisatsioon SWOT-analüüsi (tugevad küljed, nõrgad küljed, väljavaated ja ohud). (Kotler 2003, lk 119)

Tabel 2. SWOT–analüüs

<p>SISEMISED TUGEVUSED</p> <ul style="list-style-type: none"> • Professionaalne meeskond • Väljakujunenud suhtlusvõrgustik • Meeskonna varasem Jõuluhansa korralduskogemus • Viljandi linna poolne toetus • Mitmekesine, kvaliteetne programm • Programm tasuta 	<p>SISEMISED NÕRKUSED</p> <ul style="list-style-type: none"> • Projektijuhi kogenematus projektijuhtimises • Juhirolli hägusus • Varasema koostöö puudumine projektijuhi ning meeskonna vahel
<p>VÄLISED VÕIMALUSED</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tartu ülikooli Viljandi kultuuriakadeemia teadmispõhine toetus • Eelnevate aastate küllastajate positiivne kogemus • Projekti lai sihtgrupp • Sidemete loomine ning koostöö tulevikus teiste organisatsioonidega (sponsoriid, Viljandi muusikakool) 	<p>VÄLISED OHUD</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ilmafaktor • Konkurendid (samal ajal toimuvad kontserdid, laadad)

SWOT–analüüsi põhjal selgusid aspektid, mida soovime turundustegevuses kindlasti rõhutada. Selleks olid Jõuluhansa järejepidevus, mitmekesine, kvaliteetne ja seejuures tasuta programm. Turundusplaani koostamisel võtsime ka arvesse ning piiritlesime sihtrühma ning tegime kindlaks, milliste kanalite läbi nendeni kõige optimaalsemalt jõuame.

Selleks, et oleks selgem pilt turundustegevusest, liigitaksin lähtuvalt Chris Filli teooriast turundusmeetmed viite erinevasse kategooriasse (Arvola 2002, lk 62 järgi):

1. Trükimeedia, mis võtab kokku nii pressiteate kui ka printreklaami ajalehes Sakala ning Postimees. Antud turundusvahendit kasutasime eelkõige vanemapoolse sihtgrupi kaasamiseks ja arvan, et antud sündmuse puhul toimib see väga hästi ning kindlasti tasub seda ka Jõuluhansa turundamisel edaspidi kasutada.

2. Elektrooniline meedia – selle alla kuulub televisioon, raadio ning muu elektrooniline meedia. Mina kajastaksin siinkohal vaid televisiooni ning raadiot, kuigi siia alla võiks liigitada ka Facebook'i. Televisioonis oli sel aastal vaid üks kajastus Jõuluhansa kohta ning see oli sündmuse esimesel toimumispäeval Reporteri uudistesaares. Arvan, et edaspidi võiks televisiooni peale rohkem panustada, näiteks ETV kultuuriuudiste ning Terevisiooni kaudu. Reporteri uudislugu oli küll väga hea meediakajastus, kuid kahtlen, et see nii samal kui järgmisel päeval rahvast väga palju rohkem kohale meelitas. Lisaks andsin projektijuhina intervjuu raadioeetris, mis kajastus Kuku raadio Viljandi Veerandtund saates ning TRE Raadios. Ka raadiointervjuudele võiks tulevikus rohkem panustada. Kindlasti on Kuku ning TRE Raadio head kanalid, kuid lisaks võiks intervjuu kokku leppida Raadio Elmariga, kuna ka Tartumaakonna inimesed on Jõuluhansa sihtrühmaks.

4. Otsesuhtlemine, mis hõlmab endas trükiseid ning elektroonilist meediat (mida võib kajastada ka konkreetselt elektroonilise meedia punkti all, kuid minu jaoks on see pigem otsesuhtlemine, kontakt reaalse potentsiaalse küllastajaga). Trükistena võtsime kasutusele A2 plakatid, mida levitasime Viljandi linnas ning maakonnas ning suured plakatid Viljandi linnaruumis. Tänavapildis jäid armsa kujundusega Jõuluhansa plakatid väga hästi silma ning ka neid võiks kindlasti järgmisel aastal kasutada. Facebook'i turundamisega tegeles Viljandi linna avalike suhete juht Johan–Kristjan Konovalov ning tegi seda Viljandi linna lehe alt. Nii oli võimalik jõuda suurema hulga potentsiaalsete küllastajateni, kuna Viljandi linna Facebooki lehekülge on jälgivad jaanuar 2017 seisuga 11 789 inimest. Ka Facebook'is turundamisele võiks kindlasti rohkem rõhku panna. Mõned planeeritud tegevused jäid kahjuks Facebookis tegemata, kuna info liikumine oli aeglane. Lisaks võiks kauplejaid tutvustavad postitused olla ka kontekstis üldise postituste standardiga ning tehtud kooskõlas lehekülje haldajaga, et ühtlustada üldist kuvandit.

Üldiselt võib turunduspoolega Jõuluhansa 2016 puhul rahule jääda. Kindlasti on aspekte, mida järgmisel aastal muuta, kuid usun, et sellise sündmuse puhul sõltub inimeste hulk eelkõige ilmaoludest, kuna suurem osa tegevusi toimub siiski õues. Seda fakti arvestades tuleb aga veel enam silmas pidada kvaliteetset ja laiaulatuslikku turundusstrateegiat.

3.5 Sotsiaalmajanduslik mõju

„Kultuuri ja loomingu valdkonda on aastaid peetud rohkem rahva hariduse, kultuuripärandi ja meelelahutusega seonduvaks. Otsesest sidemest kultuuri, loomingu ja majanduse vahel on hakatud tõsisemalt rääkida viimase aastakümneni jooksul. Aina enam on hakatud mõistma, et kultuur võib olla oluline majandusele lisandväärtust andev sektor.” (Josing, Ahermaa, Vanamölder, Kippa, Martens, Viileberg, Ernits, Pulver, Lepane, Raie 2009, lk 3)

Selleks, et sotsiaalmajanduslikku mõju analüüsida, jaotan uuritava nähtuse kahte kategooriasse, milleks on otsene mõju ning kaudne mõju.

Otsene sotsiaalmajanduslik mõju on Jõuluhansal kindlasti laadal kauplejatele. Paljud kauplejatest on väikeettevõtjad, kelle jaoks sarnased laadad ongi peamiseks tulu allikaks. Lisaks otsesele tulule saavad kauplejad enda tooteid reklaamida, mis loodetavasti kindlustab neile tarbijate kasvu ka tulevikus. Niisiis aitab Jõuluhansa otseselt kaasa väikeettevõtjate arengule Eesti riigis.

Nii otsene kui ka kaudne mõju on Jõuluhansal ka Viljandi linnale. Lisaks sellele, et linna üritused kujundavad selle maine, aitab iga suurem sündmus kasvatada linna majanduslikku olukorda. Lisaks laadamelule külastavad inimesed ka näiteks toidukauplust või mõnd muud vaba aja veetmise kohta lisaks konkreetsele sündmusele. Võib ka loota, et kaugemalt tulija jääb linna ööbima ning annab sellega panuse linna majandustegevuse kasvu.

Jõuluhansa kaudseks mõjuks Viljandi linnale on inimeste teadlikuse kasv linna elamis-, töötamis- ning õppimisvõimalustest. Võime ju loota, et Jõuluhansa külastaja on potentsiaalne Viljandi linna elanik, kes antud sündmuse põhjal kujundab enda arvamuse elukeskkonnast. Antud aspekti peaks silmas pidama absoluutselt iga sündmust korraldades – millisenä sa tahad külalisele antud keskkonda esitleda.

Sotsiaalmajandusliku mõju kaardistamiseks jagasin selle kuude alagruppi – majandus, turism ja kaubandus, kultuurikeskkond, sotsiaalsus ja kultuur, psühholoogia ning poliitika ja administratiivsus. Nii oli ka projekti vältel endal paremini silme ees, kuidas projekt sotsiaalmajanduslikult ühiskonda mõjutab. Arvan, et neid punkte võib ka pidada projekti alaeesmärkideks.

Tabel 3. Viljandi Jõuluhansa sotsiaalmajanduslik mõju

<p>MAJANDUS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ettevõtjate tulude suurenemine
<p>TURISM JA KAUBANDUS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inimene näeb Viljandi linna kui potentsiaalset turismisihtkohta ning külastab seda jälle • Erinevate toitlustuskohtade, poodide, ettevõtete külastavuse suurenemine sündmuse ajal
<p>KULTUURIKESKKOND</p> <ul style="list-style-type: none"> • Viljandi linna kultuuriprogrammi rikastamine
<p>SOTSIAALSUS JA KULTUUR</p> <ul style="list-style-type: none"> • Viljandi linna elanike ühtekuuluvustunde suurendamine • Viljandi linna elanike ning lähimaakondade külastajate kultuuritarbimise harjumuste kujundamine • Tasuta sündmus annab võimaluse külastada kultuurisündmusi ka neil, kellel selleks muidu ressursid puuduvad • Muusikakooli õpilastele esinemisvõimaluse pakkumine
<p>PSÜHHOLOOGIA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Muusikakooli õpilaste motivatsiooni kasv läbi esinemisvõimaluse • Külastajate nägemus Viljandi linnast kui kogukonnast hoolivast ning linnaelanikke väärtustavast omavalitsusasutusest
<p>POLIITIKA JA ADMINISTRATIIVSUS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Projekti korraldajate oskuste arendamine • Viljandi linna positiivse maine hoidmine ning kasvatamine

Arvan, et sotsiaalmajanduslik mõju nii korraldajatele, ettevõtjatele, esinejatele kui ka Viljandi linnale oli vägagi positiivne. Võin väita, et minul isiklikult jääb sündmuste korraldamisel sotsiaalse mõju hindamine tihtipeale tagaplaanile, kuid kindlasti panustan selle läbimõtlemisele ka tulevikus, kuna see paneb mingil moel paika täiesti uued alameesmärgid, nagu näiteks esinejate motivatsiooni kasvu soodustamine või elanike kogukonnatunnetuse suurenemine.

3.6 Jõuluhansa külastatavus ja tulevik

Aastal 2015. oli Jõuluhansa oletatavaks külastajate arvuks kahe päeva jooksul umbes 2000 inimest ning 2016. aastaks planeeriti külastajate kasvu umbkaudu tuhande inimese võrra. Kahjuks oli aga külastajate arv hoopis langenud ning peamiseks põhjuseks pean just ebasoodsaid ilmingimusi, mis ei motiveerinud inimesi välitingimustes sündmusele tulema. Usun, et seda saaks kompenseerida tugevdades turunduse osakaalu sündmuse toimumisel.

Arvan, et Jõuluhansa toimumine on Viljandi linna kultuurielus tähtsal kohal ning loodan, et seda võetakse vaevaks korraldada ka järgmistel aastatel. Selle paremaks õnnestumiseks analüüsisin korraldusmeeskonna tegevusi ning toon siinkohal välja sündmuse tugevused ning nõrkused.

Tugevused:

- sündmuse üllas eesmärk ning armas konseptsioon – kindlasti tuleks seda traditsiooni jätkata ning linnarahvaga jõule tähistada;
- sündmuse varasem korraldamise kogemus – meeskond juba teab, millised on nende ülesanded ning see optimeerib aja- ning ressursikulusi;
- professionaalne meeskonnatöö – meeskonna liikmed on oma ala spetsialistid;
- enamus eelmise aasta vigadest said sel aastal likvideeritud;
- heategevusliku loosi ning Jõuluvana Linnu tänava koolimajja paigutamine – kerge ligipääs;
- sama kujundusstiiliga jätkamine – antud kujundus on juba inimestele tuttav ning tekitab äratundmisrõõmu;

- soojustatud lava ning helitelk – nii esinejad, õhujuht kui ka helitehnik ei pidanud külmetama;
- Väike-Turu tänava tualett küllastajatele tasuta avatud – muutis kindlasti hügieenitoimingud mugavamaks ning aitas jätta paremat üldmuljet sündmusest;
- puhketuba Raekojas esinejatele – väga positiivne üllatus esinejate jaoks, snäkid ja tee väga head;
- liikluskorraldus väga hea – raekoja esine ning sündmuse ümbrus piiratud;
- ka järgmisel aastal kasutada programmitahvli lava kõrval, päevajuhti, valguskettide lahendust ning viitasid, lõke väga hea koha peal ning täitis oma eesmärgi;
- kauplajate telkides, laval ning Linnu koolimajas oli ühtne ja kena;
- kõik teenusepakkujad olid professionaalsed ning usaldusväärsed;
- oli piisavalt tegevusi ka lastele (hobuvankri- ning rongisõit väga populaarsed).

Nõrkused:

- rongi teenuse pakkujaga konkreetsemalt paika panna kellaajad ning tegevused, et ei tekiks arusaamatusi;
- peesineja oli küll väga armas, kuid ei meelitanud väga palju publikut kohale (võrreldes eelmise aasta Maarja-Liis Ilusaga, mõelda pigem pop- kui jazzartisti peale);
- loterii tulu suhteliselt väike – tulenes vabatahtlike vähesusest (tulevikus teha kas leping varem või näha rohkem vaeva usaldusväärsete vabatahtlike leidmisega, lisaks tuleks üle vaadata, mida vabatahtlikele pakkuda, et neil oleks rohkem motivatsiooni);
- tundus, et ka sel aastal jäi turundusstrateegia natukene nõrgaks, tuleks mõelda selle peale, kuidas oleks rahaliste vahenditeta võimalik sündmust turundada (rohkem tele- ning raadiointervjuusid, Facebook'i auhinnamängu korraldamine jne);
- Jõuluhansa ja Hansapäevade seotus jäi paika panemata ning ei olnud konkreetset plaani Hansapäevade reklaamimiseks;
- puudulikuks jäi kauplajate koordineerija kaasamine korraldusprotsessi.

Nagu iga sündmuse puhul, oli ka Jõuluhansa korraldusprotsessis nii väga häid kui natukene nõrgemaid külgi. Õnneks oli ka kordaminekuid ning nõrkusedki on kõik järgmisel aastal parandatavad ning loodan, et nii selle kui ka eelmise aasta Jõuluhansa head ja vead vaadatakse enne korraldusprotsessi algust põhjalikult üle.

4. ENESEREFLEKSIOON

4.1 Isiklikud eesmärgid

Arvestades minu varasemat juhtimiskogemust ning enda isikuomadusi, olin projekti alustades küllaltki enesekriitiline. Mul on varasemalt olnud palju probleeme ajaplaneerimise, juhi rolli võtmise ning enda motiveerimisega. Lisaks on mul alati olnud raske kaasata oma tegevustesse teisi inimesi ning ülesannete delegeerimine ei ole samuti mu tugevaim. See tähendab seda, et olen alati olnud pigem üksi tegutseja ning tunnen ennast selles kõige kindlamini. Samas mõistan, et kõik inimesed ei saagi juhid olla, kuid sellegipoolest proovisin oma ülesandeid täita nii hästi, kui oskasin ning seadsin endale järgmised eesmärgid:

1. Püüan projekti juhtida võimalikult kvaliteetselt, sealjuures võtan omaks juhi rolli;
2. hoian enda motivatsiooni kõrgel terve projekti vältel;
3. pean kinni tähtaegadest ning täidan ülesanded koheselt;
4. õpin meeskonnas töötama ning ei hoia omaette;
5. püüan lahendada varasemalt Jõuluhansa korraldusprotsessis tekkinud probleemid.

Arvan, et sain üldiselt endale püstitatud eesmärkidega hästi hakkama. Olen enda vastu aus ning ütlen, et mitte terve projekti vältel ei suutnud ma oma motivatsiooni kõrgel hoida. Oli hetki, kui tundsin, et mind justkui polegi vaja ning sellega langes ka motivatsioon. Samas lahenesid need olukorrad kiiresti, kui oli vaja jälle tegutsema hakata.

Minu suureks kitsaskohaks on alati olnud tähtaegadest kinni pidamine, kuid Jõuluhansa projekt õpetas mulle, et kui ülesanded kasvavad üle pea, tuleb need tähtsuse järjekorda seada ning esimesest asjast pihta hakata, nii püsivad prioriteedid paigas ja nimekiri hakkab tasapisi kahanema.

Ka meeskonnatöö sujus minu meelest üsna hästi. Meeskonna liikmed olid alati kättesaadavad ning kommunikatsiooniga probleeme ei olnud.

Eelmisel aastal Jõuluhansa korralduses tekkinud murekohad said enamjaolt lahendused, kuid osa aspekte jäid siiski kahe silma vahele. Samas ei olnud ükski nendest probleemidest selline, mis oleks projekti toimumist suuresti mõjutanud, kuid kindlasti tuleb antud teemad enne järgmise Jõuluhansa korraldamist üle vaadata, et pakkuda veelgi kvaliteetsemat sündmust küllastajatele ning kõige kasulikumat lahendust Viljandi linnale.

Kõige hirmutavam oli minu jaoks projekti kvaliteetne juhtimine ning juhi rolli omaks võtmine ning see oli kindlasti ka kitsaskoht. Kuna ülejäänud meeskond on antud sündmust juba kaks varasemat aastat korraldanud, on kõigil kujunenud oma ülesanded ning tegutsemisviis, selle tõttu oli mul raske juhtimist üle võtta.

4.2 Eneseanalüüs

Zemke (1985) on välja toonud Honeywelli uuringu tulemused, milles küsiti 3600 juhtilt, kuidas nad juhiks said. Küsitletud juhtide arvates omandasid nad (Alas 2008, lk 9 järgi):

- poole oma teadmistest tööülesandeid täites ning oma eksimustest õppides;
- 30% oma teadmistest juhtide, juhendajate ja kaastöötajatega suheldes;
- 20% andis erialane haridus ja täiendkoolitus.

Tuleb välja, et parim viis õppimiseks on läbi praktika, kuid selle juures on siiski oluline ka erialane haridus ning suhtlus oma erialakaaslastega. Minu meelest just seda Tartu ülikooli Viljandi kultuuriakadeemia pakub. Praktiliste oskuste omandamine, oma vigadest õppimine, õppejõudude toetav suhtumine ning teoreetiline baasharidus on just see, mida üks noor spetsialist koolist kaasa peaks saama.

Kreitner (2006) defineerib juhtimist järgmiselt: „Juhtimine on teiste inimeste tegevuse kaudu organisatsiooni eesmärkide saavutamise protsess, mis toimub muutavas keskkonnas. Protsessi

keskmes on efektiivsuse ja säästlikkuse tasakaal organisatsiooni käsituses olevate piiratud ressursside kasutamisel.” (Alas 2008, lk 10 järgi) Projektijuhina oli minu ülesanneteks eesmärkide püstitamine ja nende saavutamise teede kindlaksmääramine, kohustuste ja vastutuse kindlaksmääramine, inimeste motiveerimine organisatsioonile vajalike tööde tegemiseks ning saadud tulemuste võrdlemine püstitatud eesmärkidega.

Üldiselt möödus korraldusprotsess ning ka sündmus ise ilma suuremate tõrgeteta. Projektijuhina töös ei ole ma väga enesekindel, kuna mul puudus nii mahuka sündmuse juhtimise kogemus. Jõuluhansa projektijuhina õppisin väga palju uut avaliku sektori organisatsiooni toimimisest ning sellega seonduvast bürokraatiast, projekti planeerimist ning selleks loodud erinevate abivahendite olulisust ning sain ka enda kohta palju uut teada.

Kõige tänuväärsem aspekt Jõuluhansa korraldamise juures oli meeskonna professionaalsus ning probleemidele reageerimise kiirus, mis andis ka raskematel hetkedel motivatsiooni edasi töötada. Enamustel juhtudel ma võisin meeskonna peale loota teades, et nende ülesanded saavad täidetud ning mul ei ole põhjust muretseda. Lisaks üldisele meeskonna pädevusele oli suur abi linnavalitsuse kultuuri- ja noorsootöö spetsialistist Vilja Rebane Volmerist, kes on siiani kõik aastad Jõuluhansa korralduse juures olnud ning kes jagas lahkelt oma kogemusi Jõuluhansa konseptsiooni parendamiseks.

Projekti nõrkusena tooksin siinkohal välja vabatahtlike usaldusväärse puudumise ning vastavate lepingute hilise sõlmimise. Jõuluhansa esimese toimumispäeva hommikul, võttes vabatahtlikke vastu tekkis olukord, kus üks vabatahtlik jäi haiguse tõttu tulemata. Õnneks oli aga vabatahtlikega arvestatud nii, et kõik ülesanded said siiski kaetud. Vabatahtlikke kokku kutsudes tuli välja, et ka haigeks jäänud poisi sõber, kellega hommikupoolikul kohtusin, oli kadunud ning ei vastanud telefonikõnedele ega Facebooki sõnumitele. Selle tõttu jäi heategevusliku loosi tulu kesiseks, kuid kogusime siiski sada nelikümmend kaheksa eurot Kodutute Loomade Varjupaiga toetuseks. Nagu varemalt mainitud, õpivad inimesed enamasti oma vigadest ning sellest seigast jääb mulle kindlasti eluks ajaks meelde lepingud õigeaegselt vormistada.

Õppisin projekti käigus kõige enam just tegevuste planeerimist ning selle olulisust hea projekti sündimisel. Olen seda tüüpi inimene, kes õpib tegutsemise käigus ning see on parim viis ka oma nõrkuste ning tugevuste avastamiseks. Lisaks planeerimisele õppisin Jõuluhansat korraldades ootamatutele olukordadele kiirelt reageerima ning oskust asju ümber arvestada.

Oma tugevaimaks küljeks pean oskust inimestega suhelda. Olgu see siis juhtidega, meeskonna liikmetega, sponsoritega või televisioonis ja raadios intervjuud andes. Tunnen ennast inimestega suheldes enesekindlalt ning olen seda oskust elu jooksul palju arendada saanud. Lisaks pean tugevaks küljeks projekti kirjelduse ning pressiteate loomist. Lisaks on minu tugevaks küljeks kontaktid meelelahutusvaldkonnas ning helitehnilised teadmised. Tänu sellele on ka raiderite koostamine, kogumine ning edastamine üheks minu tugevuseks. Arvan, et kultuurikorraldaja puhul on see väga oluline.

Kõige nõrgemaks küljeks hindan siiski juhiomaduste puudumise ning oskamatus meeskonda koordineerida. Kindlasti on need mõlemad aspektid õpitavad ning arendatavad, kuid pigem tunnen ennast kindlamalt teoreetilises pooles, nagu näiteks eelarve koostamine ja tegevus- ning turundusplaani väljatöötamine ning tehniliste lahenduste loomine.

Selleks, et juhtida head projekti on väga olulisel kohal teoreetilised teadmised, mille olen saanud Viljandi kultuuriakadeemist. Seejuures pean väga oluliseks teadmiste mitmekesisust. Olen omandanud baasteadmised nii õigusteadusest ning filosoofiast lõpetades majandusteaduse ning projektijuhtimisega. Praktikad erinevates organisatsioonides annavad hea ülevaate Eesti kultuurimaastiku hetkeolukorrast ning on suures osas oluliseks kujundajaks tulevase töökoha eelistuse tegemisel ning valikul.

Jõuluhansa 2016 on siiani minu elu suurim projekt, mille korraldamises olen nii otseselt kaasatud. Kindlasti andis Tartu ülikooli Viljandi kultuuriakadeemias veedetud aeg ning selle konkreetse sündmuse korraldamine ja analüüsimine mulle baasoskused Eesti töömaastikul toimetulekuks ning enesekindluse, teadmised ja oskused teha seda, mis on hingelähedane ning ka teistele korda minev.

KOKKUVÕTE

Käesolev loov–praktiline lõputöö annab ülevaate Jõuluhansa 2016 korraldusprotsessist. Töö esimeses pooles andsin ülevaate Viljandi linna ning Sakala Keskuse ajaloost ning toimimisest. Käesoleva töö teises osas tõin välja Viljandi Jõuluhansa missiooni ja visiooni, projekti siht- ja huvigrupid ning seosed paikkondliku arengukavaga. Loov–praktilise lõputöö kolmandas osas kirjeldasin projekti planeerimise protsessi – ülesannete jaotust, eelarvet, turundusplaani ning sotsiaalmajanduslikku mõju Viljandi linnale. Neljandas osas analüüsisin enda kui projektijuhi tugevusi ja nõrkusi ning ka projekti üldiselt.

Viljandi Jõuluhansa toimus 2016. aastal juba kolmandat korda ja võib öelda, et on saanud Viljandi kultuurikavas ilusaks traditsiooniks. Sakala Keskuse ning Viljandi Linnavalitsuse koostöös toimuva

Jõuluhansa idee on pakkuda Viljandi linnarahvale ning külalistele väljaspoolt mõnusat jõuluhõngulist meelelahutust kogu perele. Jõuluhansa on tähtis, kuna on aastate jooksul kujunenud linnarahva ühiseks jõulupeoks ning ühtlasi on see Viljandi linna viis tänada oma armsaid elanikke.

Jõuluhansa olulisus peitubki tahtes valmistada inimestele rõõmu ning jätta soe tunne südamesse.

Jõuluhansa missiooniks on pakkuda igas vanuses külastajatele kvaliteetset, jõulumeeleolu loovat laada- ning meelelahutusprogrammi, hõlmates sealjuures nii Viljandi linna noori talente kui ka kõigile tuntud artiste.

Jõuluhansa projektijuhina veedetud aeg oli tohutult õpetlik ning igas mõttes meeli avardav. Lisaks võimalusele koos töötada oma ala professionaalidega õppisin ma enda kohta asju, mida ühelgi muul moel õppida pole võimalik – kuidas ma käitun pingelises olukorras, millised alternatiivid leian kiireloomulistele probleemidele ning kuidas saan hakkama projektijuhina. Lisaks neljale aastale teoreetilisele haridusele võimaldab Tartu ülikooli Viljandi kultuuriakadeemia omandada praktilised oskused, mis on minu meelest veel väärtuslikumad, kui teooria ning mida üheski kooliõppingis istumine pakkuda ei suuda.

KASUTATUD ALLIKAD

Alas, R. 2008. Juhtimise alused. Tallinn: Külim.

Arvola, R. 2002. Turundus-kommunikatsioon. Tallinn: Külim.

Brooks, I. 2006. Organisatsioonikäitumine. Üksikisik, rühm ja organisatsioon. Tallinn:

Tänapäev.

Josing, M., Ahermaa, E., Vanamölder, A., Kippa, R., Martens, K., Viileberg, M., Ernits, L., Pulver, B., Lepane, L., Raie, S. 2009. Eesti loomemajanduse olukorra uuring ja kaardistus. Tallinn: Eesti Konjunkturiinstituut.

Kolb, B., M. 2005. Kultuuriturundus. Tartu: Atlex.

Kotler, P. 2003. Turunduse vaatenurgad A-st Z-ni. 80 mõistet, mida iga juht peaks teadma. Tallinn: Eesti Ekspressi Kirjastus.

Riigi Teataja. 2014. Sakala Keskuse arengukava aastateks 2015-2017. https://www.riigiteataja.ee/aktiisa/4200/2201/5018/lm7_2015_lisa.pdf 13.04.2017

Sakala Keskus. 2017. Kontaktid. <http://www.sakalakeskus.ee/kontaktid/> 22.05.2017

Viljandi Linnavalitus. 2013. Viljandi linna arengukava 2013-2020. <https://www.viljandi.ee/documents/36926/488500/Viljandi+linna+arengukava+13-20.pdf/25c363fd-925e-47f3-9ce6-11becb46018b> 13.04.2017

Vislapuu, A. 2017. Viljandi ajalugu periooditi. <http://www.muuseum.viljandimaa.ee/?op=body&id=52> 27.04.2017

LISAD

LISA 1 Tegevusplaan

Tegevus	Vastutaja	Aug	Sept	Okt	Nov	Dets	Jaen
Eelarve ja kontseptsiooni loomine	Arula, Volmer	+					
Eelarve kinnitamine	Arula	+					
Sakala keskuse ning Linnavalitsuse esindajate koosolek	Arula		+	+	+	+	
Meeskonna loomine	Arula		+				
Meeskonna koosolek, ülesannete jaotamine	Arula		+				
Programmi koostamine	Arula, Volmer	+	+	+			
Peaesinejaga kokkuleppe sõlmimine	Volmer		+				
Lisaesinejatega kokkulepete sõlmimine	Arula			+			
Atraksioonide pakkujatega kokkulepete sõlmimine	Arula			+	+		
Läbirääkimised potentsiaalsete sponsoritega	Arula		+	+	+		
Sponsoritega kokkulepete sõlmimine	Arula			+	+		
Olemas valmis kujul programm	Arula			+			
Tehnilise lahenduse loomine	Martinson		+	+	+		
Sündmuse kujundusplaani loomine	Arula, Volmer		+	+	+		
Videoklipi valmimine	Konovalov				+		
Plakatite disainimine	Volmer			+	+		
Plakatite trükk	Volmer				+		
Plakatite jagamine	Arula, Volmer				+		
Vabatahtlike leidmine	Arula				+		
Pressiteate koostamine	Konovalov				+	+	
JÕULUHANSA 2016	Arula					+	
Järelturundus	Konovalov					+	+
Partnerite tänamine	Arula					+	+
Meeskonna tagasiside	Meeskond						+
Aruandlus	Arula, Volmer					+	+

LISA 2 Eelarve

KULUD					
Projekti kulud	Pakkuja	Seletus	Eeldatav Summa	Tegelik summa	Katteallikas
Tehnika					
Telgid, põrandad, lava, kiirgurid, gaas,lauad	United Capital OÜ	9 telki, 13 kiirgurit, 40 lauda	5 697,60 €	7 134 €	Viljandi Linn
Helitehnika + teenus	Culflex Production OÜ		1 185,78 €	1 226,40 €	Viljandi Linn
Valgusketid rent + paigaldus	Culflex Production OÜ		498,26 €	605,88 €	Viljandi Linn
Valgustid	Eesti Pärimusmuusika Keskus MTÜ	telkide punased tipud	120 €	120,00 €	Viljandi Linn
Elektritööd			622,20 €	1 481,39 €	Viljandi Linn
ehitus			1 440,71 €	237,31 €	Sakala Keskus
kujundus		Riided	50 €	67,85 €	Viljandi Linn
kujundus	Artiston OÜ	kuused ja jalad	400 €	470,00 €	Viljandi Linn
kujundus		pisivahendid - kriidid, jõulutuled jms	100 €	66,35 €	Viljandi Linn
Tõstuk ja soojapuhurid	Cramo Estonia AS	16m, akudega	216,36 €	578,45 €	Sakala Keskus
Kütus soojapuhuritele			150 €	118,05 €	Sakala Keskus
Tulekustutid Linnu 4	Cramo Estonia AS	6x 6kg pulberkustutid rent	80 €	79,20 €	Viljandi Linn
Transport					
Esinejate transport	Sakala keskus		0 €	32,00 €	Sakala keskus
Programm					
Laada korraldus	Bonifatiuse Gild	laada tulust otse maha võtta	400 €	1 173,60 €	Kauplejate osalustasud
Peaesineja	Helin-Mari Arder		1 800 €	940,00 €	Viljandi Linn
Turvafirma	E.S.P. Security		528 €	680,40 €	Viljandi Linn
Jõuluvana	Voldemar Nikolajev	käsundusleping	165 €	133,80 €	Viljandi Linn
Jõuluvana	Kristjan Kaarjärv	Partner Kinkekaart	40 €	40,00 €	Viljandi Linn
Jõuluvana	Mones & Tuur OÜ	Kommid	60 €	58,95 €	Viljandi Linn
Hobune	Priit-Kalev Parts	käsundusleping, trailer, kütusekompensatsioon	623 €	759,60 €	Viljandi Linn
Teised esinejad		Kütusekompensatsioonid (0,30s kilomeeter)	100 €	98 €	Viljandi Linn
Teised esinejad	Mones & Tuur OÜ	lavatagune maius, vesi, puuvili / kuluaruanne	90 €	26,53 €	Viljandi Linn
Teised esinejad	Mulgi Pruulikoda OÜ	Tänukingitused / 1 elektrikule / kuluaruanne	35 €	30 €	Viljandi Linn
Teised esinejad	Mones & Tuur OÜ	Küpsised / kuluaruanne	25 €	19,66 €	Viljandi Linn
Päevajuht	Amadeus Grupp OÜ		500 €	300 €	Viljandi Linn
Sepp	FIE Argo Asumets		100 €	100 €	Viljandi Linn
EAÜ		(1% laada tulust)	13,34 €	17,60 €	Kauplejate osalustasud

Projekti kulud	Pakkuja	Seletus	Eeldatav Summa	Tegelik summa	Katteallikas
Heategevusliku loosi kingitused	Oskar Lihatööstus, Amrita Cafe, Rohelise Maja Pood Ja Kohvik, Hansa Candle Tegelaste Tuba, MTÜ Eesti Pärimusmuusika Keskus, Ugala Teater		200 €	148,67 €	Sponsorid
Postkontor / postkaartide meisterdamine		Kuluaruanne	30 €	27,09 €	Viljandi Linn
Jõulurongi väljatulemistasu			0 €	25,00 €	Viljandi Linn
Turunduskulud					
Videoklipp	Since 95 OÜ		250 €	250 €	Viljandi Linn
Tekstide sisselugemine	Mikk Otsus		50 €	0 €	Omafinantseering
Tekstide sisselugemine		Stuudiotehniku lisatasu	60 €	60,00 €	Sakala Keskus
Disain	Lepp ja Nagel OÜ		700 €	696 €	Viljandi Linn
Plakatite trükk	Folger Art OÜ		250 €	266,40 €	Viljandi Linn
Suur plakat tänavale	Ants Helinurme Töötuba OÜ		100 €	132,60 €	Viljandi Linn
Sakala printreklaam	AS Postimees Grupp		290 €	284,16 €	Viljandi Linn
Postimees printreklaam	AS Postimees Grupp		250 €	262,80 €	Viljandi Linn
Sakala + Postimees veeb	AS Postimees Grupp		1 000 €	959,40 €	Viljandi Linn
Muud kulud					
Meeskonna toitlustus	Arturi Juures OÜ	Kuluaruanne	100 €	62,90 €	Viljandi Linn
Projektijuhi töötasu (kulud tööandjale)			6 480,06 €	6 480,06 €	Omafinantseering
Meeskonna majutus	MTÜ Tartu Üliõpilasküla	Vabatahtlike majutus	30 €	0 €	Viljandi Linn
Eelmise aasta maksud			75 €	65,43 €	Viljandi Linn
Ootamatud kulud (katkine kaablikate)	Heliart OÜ		100 €	91,34 €	Viljandi Linn
Elektritööd					
Tarvikud	Rewere Invest OÜ		700 €	677,80 €	Viljandi Linn
Kaablikatted	Heliart OÜ		150 €	164,44 €	Viljandi Linn
Linnu 4 turvalaugustus	Eleväli AS		200 €	295,73 €	Viljandi Linn
Audit	MHV elektrikontroll OÜ		200 €	251,88 €	Viljandi Linn
Elektriku töötasu		Õlu	50 €	6,29 €	
KOKKU			26 305,31 €	27 744,63 €	
* Kõik hinnad sisaldavad käibemaksu					

TULUD		
Projekti Tulud	Planeeritud	Tegelik
Viljandi Linn	17 294,84 €	18 899,09 €
Sakala keskus	1 867,07 €	1 025,81 €
Kauplejate Osalustasud	413,34 €	1 191,00 €
Sponsorlus	200 €	148,67 €
Omafinantseering	6 530,06 €	6 480,06 €
KOKKU	26305,31 €	27 744,63 €

LISA 3 Turundusplaan

Meediakanal	Formaat	Maksumus	Nov	Dets	Jaani
Printmeedia					
Sakala (Viljandi)	Pressiteade + reklaam	284.16 €		+	
Postimees	Pressiteade + reklaam	262.80 €		+	
Veebimeedia					
Sakala (Viljandi)	Pressiteade + galerii	0€		+	
Sakala (Viljandi)	Sitehat	196€		+	
Postimees	Sitehat	430€		+	
Valgamaalane	Torn 300x600	46€		+	
Pärnu Postimees	Torn 200x600	51€		+	
Järva Teataja	Torn 300x600	77€		+	
Viljandi kodulehekül	Pressiteade	0€		+	
Raadio					
Kuku Raadio	Intervjuu	0€		+	
TRE Raadio	Intervjuu	0€		+	
Television					
Reporter	Intervjuu	0€		+	
Videoklipp					
Viljandit tutvustav videoklipp	Video			+	
Facebook					
Facebook'i event	Programmi tutvustus	0€	+		
Facebook'i postitused	Kauplejate ja esinejate tutvustus, järelturundus	0€	+	+	+
VLND Facebooki lehekül	Tutvustus	0€		+	
Trükised					
Plakat (A3)		266.40 €	+	+	
Plakat (Suur)		132.60 €	+	+	
KOKKU		1,745.46 €			
* Hinnad sisaldavad käibemaksu					

SUMMARY

After four years of studying in Viljandi, I was very happy to have an opportunity to be a project manager of Jõuluhansa, which is held also in Viljandi. I think it was a nice ending for my studies in Culture Academy.

This practical creative thesis provides an overview of “Jõuluhansa 2016”. The paper analysis Sakala Centre as an organizing institution, organizational processes, team work, budget, socio-economic impact and the relationship with regional development policies. The fourth part of the thesis is a personal evaluation of the author’s project managing skills and main strengths and weaknesses of the project manager and the event in general.

Jõuluhansa took place for the third time in Viljandi. It was a collaboration of the Sakala Centre and the Town Government of Viljandi.

The main purpose of Jõuluhansa is to offer the citizens of Viljandi and also Viljandi’s guests high-quality entertainment and Christmas-warmth . For adults, there are always many recognized artist performing and of-course an opportunity to purchase all the Christmas presents. In 2016, we had the Music School of Viljandi, Alen Veziko, Helin-Mari Adrer trio, Brigita Murutar and Paul Neitsov as performers. For children, there are many fun attractions like Santa Claus, sleigh-ride and a lot more.

All in all, the project “Jõuluhansa 2016” gave the author an opportunity to apply what has been learnt during the four years of studies in the Viljandi Culture Academy. It was a new and very instructive opportunity and I hope to be a part of Jõuluahansa in the future, if not as a project manager, then as a visitor definitely.

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Marta Arula

(sünnikuupäev: 17.12.1993)

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose

Jõuluhansa 2016,

mille juhendaja on Piret Aus,

1.1.reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;

1.2.üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.

2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.

3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Viljandis, 23.05.2017