

TARTU ÜLIKOOLI VILJANDI KULTUURIAKADEEMIA

Kultuurikorralduse õppekava

Carmen Hallik

AUTONÄITUS – DRIVE 2 DORPAT

Loov-praktiline lõputöö

Juhendaja: Andres Rõigas, MSc, loovettevõtluse teadur

Viljandi 2023

Resümees

Autonäitus „Drive 2 Dorpat“

Käesolev loov-praktiline lõputöö annab ülevaate Tartus toimunud autonäituse „Drive 2 Dorpat“ algatamise, planeerimise, elluviimise ja lõpetamisega seotud tegevustest. Näitus toimus esmakordselt 29. aprillil, Eesti Rahva Muuseumi B-parklas. Näitust korraldas autoklubi MTÜ Thursday Car Club. Näituse eesmärgiks oli korraldada kvaliteetne autonäitus, millest võtab osa minimaalselt 100 erilist autot ja mida külastab päeva jooksul vähemalt 1000 pealtvaatajat. Sündmust ajendas ellu viima pidev autonäituste külastamine ja nendega mitte rahul olemine. Autonäitusel sai tutvuda paljude eriliste autodega, võtta osa auto- ja rahvamängudest, nautida head toitu ja nautida meeleolukat sündmust. Projektjuhina tegelesin ma enne näitust, selle ajal ning sellele järgneval ajal kõigega, millega vaja. Alustades tiimi juhtimisest ja sponsorite otsimisest, minnes edasi telkide ja muu vajaliku ülespanekuga näituse päeval ja lõpetades intervjuu andmise ja tiimiliikmetele järelpeo korraldamisega. Võtmesõnad: autod, autonäitus, tartu, drive2dorpat

Abstract

Car show "Drive 2 Dorpat"

This creative-practical thesis gives an overview of the activities related to the initiation, planning, implementation and completion of the car show "Drive 2 Dorpat" in Tartu. The exhibition was held for the first time on 29th of April in the B-parking zone of the Estonian National Museum. The exhibition was organised by the car club MTÜ Thursday Car Club. The aim of the exhibition was to organise a quality car show with a minimum of 100 special cars and at least 1000 spectators during the day. The event was motivated by the constant attendance and dissatisfaction with car shows. At the car show, visitors were able to see a wide range of special cars, take part in car games and folk games, enjoy good food and enjoy a lively event. As project manager, I was involved in everything before, during and after the show. From managing the team and finding sponsors, to setting up the tents and everything else needed on the day of the show, to interviewing and organizing after-party for the team members.

Key words: cars, car show, tartu, drive2dorpat

Sisukord

Sissejuhatus.....	4
1. Organisatsiooni analüüs	5
1.1. Organisatsiooni tutvustus.....	5
1.2. Organisatsiooni struktuur.....	6
1.3. Organisatsiooni eesmärk, missioon ja visioon.....	7
2. Korraldustöö analüüs	8
2.1. Sündmuse kirjeldus ja meeskonna tutvustus.....	8
2.2. Sündmuse eesmärk ja sihtrühm	10
2.3. Korraldustöö analüüs	11
2.4. Sündmuse sponsorid, eelarve ja rahastus.....	13
2.5. Sihtgrupp ja turundus.....	15
2.6. Riskianalüüs.....	16
2.7. Sotsiaalmajanduslik mõju	18
3. Sündmuse analüüs ja refleksioon.....	18
Kokkuvõte.....	21
Kasutatud allikad	22
LISAD.....	24
Lisa 1. Auto tutvustuslehe näidis.....	24
Lisa 2. Käsitööna valminud esimese koha karikad.....	24
Lisa 3. Reklaamkleeps.	25
Lisa 4. Tulude ja kulude tabel.....	25
Lisa 5. Riskianalüüs.....	25

Sissejuhatus

Käesolev loov-praktiline lõputöö annab ülevaate Tartus toimunud autonäitusest „Drive 2 Dorpat“. Autonäitus toimus Tartus, Eesti Rahva Muuseumi B-parklas, 29. aprillil. Näitus toimus esmakordselt ja seda korraldas autoklubi Thursday Car Club. Näitusealal osales kokku 200 autot ning pealtvaatajaid käis alalt läbi hinnanguliselt 1500 inimest. Lisaks oli sündmusel ka toitlustusala, toimusid erinevad mängud ning rahva meelt lahutasid päevajuhid.

Oma lõputööks valisin autonäituse korraldamise, sest olen ise autoklubi liige ning tahtsin korraldada kvaliteetset autonäitust, läbi mille arendada Eesti autokultuuri. Huvi autode vastu sai alguse paar aastat tagasi ning oma näituseauto sain valmis 2022. aasta kevadel. Sellest ajast alates olen käinud paljudel autonäitustel ning tuvastanud seal puudujääke, mida tahtsin oma sündmusel paremini teha, et tõsta autonäituste kvaliteeti. Nii suure ürituse ning meeskonna juhtimine oli minu jaoks uus väljakutse, mille käigus sain õppida juurde ka enda kohta.

Käesolev töö koosneb kolmest osast. Töö esimeses osas tutvustan organisatsiooni, selle struktuuri ning eesmärgi, missiooni ja visiooni. Teises osas analüüsin sündmuse korraldustööd, tutvustan sündmust ja meeskonda, sihtgruppi ning turundusmeetodeid. Lisaks toon välja ka eelarve, riskianalüüsi ning sündmuse sotsiaal-majandusliku mõju. Töö kolmandas osas analüüsin sündmust üldisemalt ja iseenda, kui projektijuhi tööd.

1. Organisatsiooni analüüs

1.1. Organisatsiooni tutvustus

Organisatsioon mittetulundusühing (lühendina MTÜ) Thursday Car Club on loodud peamiselt Tartus tegutsevate autohuviliste inimeste poolt. Autoklubisse kuuluvad liikmed on üks suur sõpruskond, keda ühendab kirg autode vastu. Algselt oli autoklubi mitteametlik organisatsioon, kuniks tekkis mõte koos midagi suurt ja põnevat korraldada. Samamoodi on öelnud ka Raoul Üksvärav (2004, lk 15): „Organisatsioon on kindla inimrühma ühiste eesmärkide taotlemiseks moodustatud ja terviklikult korraldatud ühendus.“ Väljatoodud tsitaat kirjeldab täpselt seda, miks tekkis vajadus ametliku ühingu järele. Autoklubi sai registreeritud ametlikuks mittetulundusühinguks 18.02.2023.

Autoklubi näol on tegemist mittetulundusühinguga (edaspidi MTÜ), mis on inimeste vabatahtlik ühendus, mille eesmärgiks pole teenida oma tegevusega tulu ja kasutada seda oma tarbeks (Arumäe, 2013; Mittetulundusühingute seadus, 2022). Justiitsministeeriumi (2021) sõnul toimub MTÜ juhtimine kollegiaalselt ja selleks on üldkoosolekul valitud juhatus, ning nende tegevust reguleerib MTÜ seadus. Selleks, et luua uus MTÜ, tuleb esitada mitmeid erinevaid dokumente (Justiitsministeerium, 2021):

- digiallkirjastatud või notariaalselt kinnitatud avaldus;
- asutamisleping ja põhikirj;
- sidevahendite numbrid;
- ning tasuda riigilõiv.

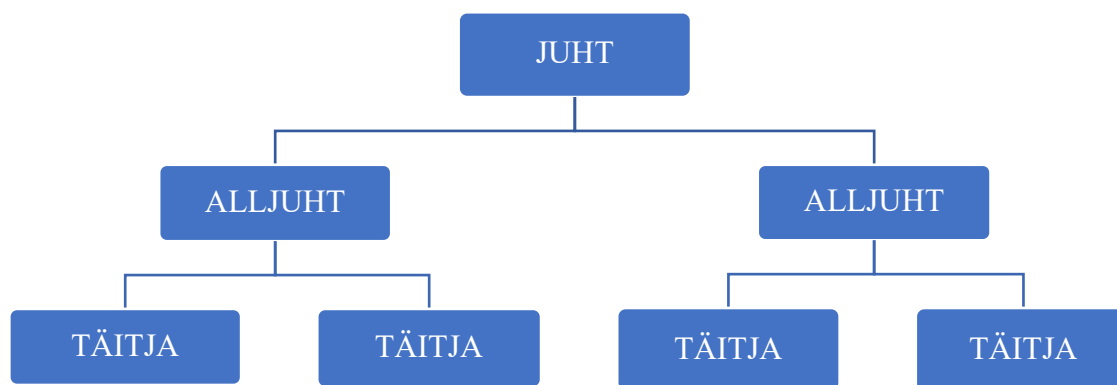
MTÜ Thursday Car Clubi põhikirjas on välja toodud, et organisatsioon tegeleb autoteemaliste ürituste korraldamisega, sotsiaalmeedias Eesti autokultuuri edendamise, autonäituste külastamise ja kommuuni aktiivsena hoidmisega igapäevaste kogunemiste näol. Üksvärav (2004, lk 15) on nentunud, et organisatsioon ei koosne kunagi ainult ühest inimesest ning selleks, et võtta ette midagi, millega üksi tegeleda pole võimalik, on vajalik luua organisatsioon, olgu selleks ettevõtmiseks toodete valmistamine või mõne teenuse osutamine. Antud organisatsiooni võiks nimetada ülesandele keskendunud organisatsiooniks, sest ühiseks eesmärgiks on midagi saavutada ja olla selles edukam ning silmapaistvam, kui teised samataolised ettevõtted (Üksvärav, 2010, lk 31). Lisaks on sama autor maininud, et sellised organisatsioonid on väga sitked ja ületavad kõik teele tulevad raskused, ning kui midagi peaks takistama eesmärgi täitmist, olgu selleks isiklikud vajadused või probleemid, tuleb eesmärgi eduka elluviimise tõttu need ajutiselt alla suruda. Samuti on Üksvärav (2010, lk 32) välja toonud, et kui mõnel liikmel puuduvad oskused ja teadmised töö tegemiseks, siis

koolitatakse teda vastavalt, et kõik liikmed tunneksid ennast vajalikuna ja vastutust püütakse jagada kõigi organisatsiooni liikmete vahel.

Ülesandeorganisatsioone peetakse ühtedeks kõige tõhusamalt töötavateks organisatsioonideks, tugevaimaks küljeks on kiire reageerimine ja probleemidele lahenduste leidmine. Tänu organisatsiooni vabamale õiguslikule iseloomule toimub info liikumine suhtluskanalite vahel kiiremini ning selgem teave jõuab kõigi liikmeteni. (Üksvärv, 2010, lk 32) Suhtlust soodustab ühine huvi ja tahe korraldada midagi meeldejäävat ja suurejoonelist.

1.2. Organisatsiooni struktuur

Nagu eelnevalt mainitud, ei saa organisatsioon koosneda ainult ühest inimest, samamoodi nagu ei saa kaks inimest tegeleda täpselt samade asjadega ühel ja samal ajal (Üksvärv, 2004, lk 101). Samuti on raamatu autor välja toonud, et see on paratamatu, et tööülesanded tuleb jagada osadeks. Kui ülesanded on jagatud ebavõrdselt või üldse mitte jagatud, on need ühed suurimad segadusi tekitavad põhjused. MTÜ Thursday Car Club näol on tegemist võrdlemisi uue organisatsiooniga ja esimese koos korraldatud ametliku sündmusega, mistõttu on väga oluline, et juhil oleksid abis alljuhid. Üksvärv (2004, lk 110) on oma raamatus toonud välja kuusekujulise organisatsiooni plaani, mis üldjoontes sobib meie sündmust korraldanud organisatsiooni siseehitusega (vt joonis 1).



Joonis 1. Kuusekujuline juhtimisstruktuur. Allikas: Üksvärv, 2004, lk 110.

Vadi (2001, lk 14) on öelnud, et selleks, et organisatsioonid saavutaksid eesmärged, tuleb soodustada liimete ühistegevusi, sest paljude ülesannetega ei pruugi üksikisikud hakkama saada. Sellest lähtuvalt arutasime ka meie oma tiimis kõiki asju üksteisega läbi ja kui millegagi oli abi vaja, olid kohe kõik valmis aitama ja suunama.

Selleks, et meeskond toimiks ja liikmed teeksid oma tööd intensiivselt ning hea emotsiooniga, tuleb neid motiveerida. Meie tiimis rakendati kõige rohkem inimeste motiveerimist ande kaudu. Selleks, et midagi hästi teha, on anne üks olulisemaid asju, millest tuleb kinni haarata. Selleks, et inimeste andeid saaks ära kasutada, ja neid veel omakorda arendada, tuleb juhil sellele tähelepanu pöörata. Ande õige rakendamine on meeskonnas üks edasiviivamaid jõude. (Virovere et al., 2005, lk 71) Drive 2 Dorpati korraldustiimi kuuluvad inimesed, kes on motiveeritud saavutama ühiseid eesmärke ja kõigil tiimiliikmetel on oma ülesanne, mida täita. Ülesannete jagamisel lähtuti inimeste pädevusest ja andest teatud valdkondades, et töö sujuks kiiremini ning efektiivsemalt.

1.3. Organisatsiooni eesmärk, missioon ja visioon

Terviklikult toimiva organisatsiooni liikmed peavad jagama ühist eesmärki, mille poole nad püüdvad, kuid see ei tähenda, et kõik tiimiliikmed sisemiselt tahavad saavutada ühte kindlat eesmärki – indiviididel võivad olla oma sisemised ootused ja eesmärgid (Üksvärav, 2010). Organisatsioonil on enamasti üks põhieesmärk, mis jaguneb alleesmärkideks ja need omakorda osaeesmärkideks (Lemmik, 1999). Juhi ülesandeks on kokku panna organisatsioon, mis toimiks ja oleks jätkusuutlik. Selleks, et organisatsioon toimiks, ei tohi eesmärgiks saada kasumi teenimine, vaid see võiks olla õigete asjade ajamise tagajärg (Virovere et al., 2005, lk 22). Thursday Car Clubi ühiseks põhieesmärgiks oli korraldada kvaliteetne sündmus, mille korraldamisel on rõhku pandud ka pisiasjadele ja inimesed tunneksid ennast toimival sündmusel hästi. Lisaks teha paremini neid asju, mis on varasemalt teistel sündmustel häirinud ning pöörata teiste puudused enda kasuks.

Meie autoklubi missiooniks on muuta Eesti autokultuur jätkusuutlikumaks ja anda omapoolne panus, korraldades autohuvilistele inimestele iganädalaselt koosviibimisi ja vähemalt korra aastas autonäitus, mis annab inimestele võimaluse jagada oma huvi autode vastu. Virovere et al. (2005, lk 22) sõnul peaks missioon olema nii hea, et see võiks olla põhjus luua organisatsioon, ning peaks olema peamine suund, mille poole oma tegemistega pürgida.

Visioon on tuleviku jaoks välja mõeldud perspektiiv või lõppeesmärk, milleni tahetakse jõuda (Virovere et al., 2005, lk 22). Panga näitel võib selle visioon olla saada parimaks pangaks oma riigis, pakkuda kõige soodsamaid laenuandmise võimalusi ja soov saada kõige kaasaegsemaks teenusepakkujaks (Virovere et al., 2005, lk 22). Eelnevast

lähtudes seadsime pikaajaliseks visiooniks korraldada 2024. aastal sündmus, millest võtab osa üle 250 auto ja osalejate seas oleks ka välismaalasi.

2. Korraldustöö analüüs

2.1. Sündmuse kirjeldus ja meeskonna tutvustus

Järgnev alapeatükk hõlmab endas sündmuse kirjeldust ning välja tuuakse ka meeskonna tutvustus, kes selle ürituse korraldamisega tegeles.

Drive 2 Dorpat nimeliseks sündmuseks oli autonäitus, mis toimus 29. aprillil Tartus, Eesti Rahva Muuseumi B-parklas. Sündmuse korraldamine võttis aega kolm kuud ning see hõlmas endas igapäevast tööd ja suurt pühendumust, et korraldada kvaliteetne näitus. Selleks, et üritust korraldada, registreerisime autoklubi ametlikuks ühinguks ning taotlesime Tartu vallalt avaliku ürituse loa.

Sündmus toimus esmakordselt ning oli planeeritud ühekordse sündmusena. Positiivse vastukaja ning näituse eduka läbiviimise tõttu oleme tiimiga arutanud juba ka uuel aastal selle kordamist, et luua sellest autokultuuri edendav traditsioon.

Algselt oli meil eesmärgiks seatud, et üritusest võtab osa ligikaudu 100 autot. Hea turunduse ning kvaliteetse reklaami tulemusena aga kogunes lõpuks alale kokku 200 erilist ning hoolikalt valitud autot. Autode valimine toimus kaks korda nädalas tiimikoosolekutel. Kriteeriumiteks olid viisakad ning linnapildis erilised autod, mis eristuksid kas oma värvi või muude modifikatsioonide poolest. Osalejaid tuli kokku igast Eestimaa otsast ning huvi ürituse vastu oli oodatust suurem. Üritus sai ellu kutsutud meie autoklubi isiklikest huvidest lähtudes. Olles ise klubiga käinud väga paljudel autonäitustel, leidsime neilt kõigilt puudujääke, mida tahtsime ise oma üritusel paremini teha ja seda me ka tegime. Põhilisteks puudujääkideks, mida olime varasematel üritustel kogunud, olid näiteks toitlustuse puudumine, tualettide vähesus ning kätepesuvõimaluse puudumine. Liiga vähe tegevusi, mis tekitasid tunde, et päev venib ja tekkis tüdimus. Lisaks näituseala paigutamine muruplatsile, kuna enne näitust nähakse palju vaeva, et auto puhtaks saada, siis kehv pinnas määrib autot kiiresti. Meie oma ürituse korraldamisel pöörasime kõigile neile ülaltoodud asjaoludele tähelepanu ning lisaks ei jätanud me ühtegi osalejat tühjade kätega. Iga osaleja sai meie käest veepudeli ning enda auto tutvustuslehe (vt lisa 1).

Päeva jooksul leidis aset palju erinevaid tegevusi, mis olid suunatud nii osalejatele kui ka pealtvaatajatele. Läbi sai viidud mängu, kus osalejad said osaleda enda autodega, näiteks autolimbo ja väljalaske helitugevuse mõõtmine. Pealtvaatajatele korraldasime velje hoidmise

võistluse, kusjuures huvi võistluse vastu kasvas nii suureks, et ühel hetkel pidime sellele registreerimise kinni panema. Vastasel juhul oleksid tekkinud liiga suured kõrvalekalded ajakavas. Näitusealal oli loodud ka eraldi nurk heliautode jaoks, kes said ajakavas ettenähtud aegadel lasta muusikat ning demonstreerida enda ehitatud heliautosid. Lisaks oli näituseala ühes otsas toiduala. Toidualale olime kutsunud toitlustama toidubussid, et ka toitlustus ühtiks ürituse temaatikaga. Päeva lõpus toimus parimate autasustamine seitsmes eri kategoorias. Autosid hindasid kohale kutsutud kohtunike paneel, mis koosnes oma ala spetsialistidest ning neid oli kokku 8 inimest.

Sündmuse korraldusmeeskond koosnes umbes ühest kolmandikust Thursday Car Club autoklubi liikmetest. Meeskonna loomiseks tegin ettepaneku klubi ühises vestluses, kus tutvustasin lühidalt oma ideed ning palusin inimestel, kes sooviks tiimiga liituda, endast mulle märku anda. Kokku kogunes alguses 20 inimest, kellest üks loobus ja lõpuni jäi üritusega seotuks 19 inimest. Tegemist oli võrdlemisi suure tiimiga, aga kuna korraldasime sündmust esimest korda, siis võtsin tiimi vastu kõik soovi avaldanud liikmed. Õnneks kõik panustasid ürituse toimumisse ning kõik olid olulised, aidates suuremal või vähemal määral. Ülesannete jaotamisel lähtusime iga inimese individuaalsest kompetentsist. Nii nagu tõin välja peatükis 1.2, lähtusime ülesannete jaotamisel inimeste annetest, sest ande õige rakendamine on meeskonnas üks edasiviivamaid jõude (Virovere et al., 2005, lk 71). Mina kui peakorraldaja määrasin vastutajad valdkonniti. Paika sai pandud järgmised vastutusala:

- helitehnika;
- sponsorid;
- turundus;
- auhinnad;
- kohtunikud;
- olmemured (sh WC, elekter ja vesi);
- eelarve.

Kogu meeskonnatöö koordineerimise eest vastutasin mina ning tegelesin jooksvalt kõikide ootamatute probleemidega. Jälgisin protsessi kulgu ning vajadusel aitasin. Koordineerisin meeskonnatööd nii üritusele eelneval ajal kui ka selle toimumise ajal. Kuna meeskond oli suur ja ülesandeid oli palju, siis selleks, et olla kõigea kursis ning näha nende edenemist, pidin olema tiimiliikmetega igapäevases suhtluses.

2.2. Sündmuse eesmärk ja sihtrühm

Selleks, et sündmus saaks toimuda, peab olema sellel kindel ning konkreetne eesmärk, mille valmis- või olemasolu on võimalik hinnata projekti lõpus (Perens, 2019). Ürituse korraldamise põhiliseks eesmärgiks oli korraldada kvaliteetne autonäitus, millest võtab osa vähemalt 100 autot. Eesmärke paika pannes lähtusime SMART-mudelist (Perens, 2019, lk 31–32), mis hõlmab endas viit kriteeriumit: konkreetne (ingl *specific*), mõõdetav (ingl *measurable*), saavutatav (ingl *achievable*), asjakohane (ingl *relevant*) ja tähtajastatud (ingl *timely*). Meeskonnaga panime paika oma põhieesmärgid, mille mina tiimijuhina sõnastasin SMART-mudelist lähtudes ning mis on välja toodud tabelis 1.

Tabel 1. Sündmuse eesmärgid, nende mõõdikud ning tulemused

Eesmärk	Mõõdik	Tulemus
Korraldada 29. aprillil 2023. aastal Eesti Rahva Muuseumi B-parklas autonäitus.	Autonäituse Drive 2 Dorpat toimumine Eesti Rahva Muuseumi B-parklas 29.aprillil 2023. aastal.	Autonäitus Drive 2 Dorpat toimus 29.aprillil 2023. aastal Eesti Rahva Muuseumi B-parklas.
Autonäitusest võtab osa vähemalt 100 autot.	Autonäitusele registreerub vähemalt 100 autot.	Autonäitusele registreerus 185 autot ning üritusel oli kokku koos klubiautodega ca 200 autot.
Sotsiaalmeediakanalisse TikTok konto loomine ning vähemalt 1000 jälgija saamine.	Sotsiaalmeediakanali TikTok autoklubi kasutajal on 1000 jälgijat.	Autoklubi TikTok kanalil on 1060 jälgijat.
Vähemalt 2 erinevat toitlustajat näitusealal.	Näitusepäeval on alal kohapeal 2 toitlustajat.	Näitusel oli kohapeal 2 toitlustajat, lisaks oli ERMis avatud kohvik.
Saada meediakajastust vähemalt ühes järgnevas kanalil: televisioon, raadio, ajaleht.	Meediakajastuse saamine raadios, televisioonis või ajalehes.	Üritusele eelnevalt kutsuti meid raadio RingFMi, kohapeal käis Luna TV ning ürituse järgselt ilmus Postimehe veebilehel lugu, mille tarbeks andsin neile intervjuu.

Sündmust külastab päeva jooksul vähemalt 1000 inimest.	Üritusest on Facebooki lehel huvitatud ligikaudu 1200 inimest.	Üritust külastas päeva jooksul ligikaudu 1500 inimest.
Väärtuslikud ja erilised auhinnad auhinnalistele kohtadele.	Auhinnad on erilised ning eristuvad tavalistest autonäituste auhindadest.	Esikohtadele valmisid käsitööna karikad. Kingikotid sisaldasid väärtuslikke ning mitmekülgseid tooteid. Ühe kategooria esikoha kingi väärtus oli üle 500 euro.

Sündmuse jaoks püstitatud eesmärgid said täidetud ning mõningad eesmärgid ületasid isegi püstitatud ootuseid.

2.3. Korraldustöö analüüs

Sündmuse organiseerimisel on lähtunud Perensi (2019, lk 38) projekti elutsüklist, mille osadeks on projekti algatamine, plaanimine, elluviimine ja lõpetamine. Sellest jaotusest lähtuvalt on järgnev alapeatükk üles ehitatud. Samamoodi on projekti etapid jaotanud ka Salla (2007, lk 12).

Projekti algatasin 2022. aasta suvel, kui rääkisin mõningatele klubikaaslastele, et pean tegema koolis lõputöö raames mingi ürituse ja selleks võiks olla autonäitus. Edasine motivatsioon autonäitus korraldada tuli sama aasta sügisel, kui võtsime klubiga osa ühest mainekast autonäitusest, mille korraldusega ei jäädud rahule. Saime aru, et kui tahame kvaliteetselt korraldatud autonäitust, peame selle ise korraldama. Selle aasta jaanuarikuus võtsin asja tõsisemalt käsile ning ajasin kokku grupi inimesi, kellega koos hakata autonäitust planeerima.

Järgmise sammuna alustasime 2023. aasta veebruarikuus ürituse konkreetsema planeerimisega. Perensi (2019, lk 107) sõnul on projekti plaanimine vajalik selleks, et leida tee, kuidas jõuda seatud eesmärkideni. Projekti algatamine eeldab avakoosoleku pidamist, kus selgitatakse tiimile projekti eesmärgid, tegevusi, eeldatavat tulemust, isiklike ülesandeid jne. Avakoosoleku üheks põhieesmärgiks on anda osalejatele ülevaade eelseisvatest ülesannetest. (Salla, 2007) Mina projekti eestvedajana kutsusin kokku esimese tiimi koosoleku, mis toimus veebruarikuu alguses. Paika sai pandud ürituse toimumise kuupäev ning asukoht. Pakkusin välja, et üritus võiks toimuda 29. aprillil ning ERMi B-parklas, kuna

see on suur ala ning kaetud betoonpinnasega. Tiimile see sobis ja kinnitasime need ära. Järgmine oluline samm oli asjade ametlikuks ajamiseks vormistada meie autoklubi ametlikuks ühinguks. Selles osas vastuväiteid ei olnud ning asutasime MTÜ Thursday Car Clubi. Projekti planeerimise seisukohalt on oluline ülesannete jagamine ning nende kavandamine (Perens, 2019, lk 107). Selleks tegime dokumendi, kuhu panime kirja kõik olulised ülesanded ja tegevused ning määrasime nendele vastutavad isikud, et vältida olukorda, kus mingi ülesanne jääb tegemata. Lisaks ülesannete ja tegevuste jaotamisele, oli vaja kirja panna, mis vahendeid me vajame, et sündmust korraldada. Vahendite all on mõeldud nii finantsilisi kui ka mittefinantsilisi. Finantsvahendite planeerimiseks koostasime eelarvetabeli, kuhu panime kirja peamised tulu- ja kuluallikad. Veel sai paika pandud turundusplaan ning määratlesime enda sihtgrupi, et teha tasulist reklaami võimalikult efektiivselt. Erinevate plaanide kirjapanek ning visualiseerimine andis protsessist hea ülevaate ning tegi jälgimise lihtsamaks.

Projekti täpne planeerimine tegi ka selle elluviimise lihtsamaks, tuli hakata plaani kirja pandud ülesandeid täitma. Salla (2007) on öelnud, et projekti sujuv teostamine ei ole ainult projektijuhi vastutus, vaid toimub kogu projekti jaoks loodud tiimi liikmete vastutusel. See pidas paika ka meie tiimitöö kohta. Kõik tundsid ennast võrdselt vastutavana ning olulisena, sest kõikidele liikmetele sai määratud mingi ülesanne, mille eest nad vastutasid. Kuna olime planeerimisfaasis välja töötanud väga konkreetseid tegevuskavad, siis oli ülesannete täitmine selle võrra lihtsam. Dokument oli igal ajahetkel kõigile projektis osalejatele kättesaadav ning ühiselt vaatasime seda üle ning täiendasime iganädalastel tiimikoosolekutel. Kuna elluviimise aeg oli võrdlemisi lühike, siis kasutasime seda aega nii efektiivselt kui võimalik. „Igal projektil, mida ellu viiakse, peaks olema hästi läbimõeldult koostatud ajagraafik“ (Perens, 2019). Minu kui projektijuhi jaoks oli tegu esmakordselt nii suure ürituse planeerimisega, mistõttu kaasasin graafiku koostamisse kogu tiimi. Kogu projekti vältel ajasin graafikus järge ja hoidsin asjade kulgemist kontrolli all. Sündmuse elluviimine kulmineerus 29. aprillil toimunud Drive 2 Dorpat autonäitusega.

Viimaseks projekti etapiks oli projekti lõpetamine. Selleks, et projekti lõpetada, peavad olema täidetud püstitatud eesmärgid, mis peavad olema õigesti sõnastatud, vastasel juhul on projekti korrektne lõpetamine võimatu (Perens, 2019). Tänu sellele, et püstitasime tiimiga enne projektiga alustamist konkreetseid eesmärgid, saime neid ellu viies oma projekti edukalt lõpetatud. Lõpetamisfaasis tegime korraldustiimiga ürituse järgselt viimase koosoleku, kus fikseerisime mõtted ja kogemused. Analüüsisime, mis läks hästi ning mis läks halvasti ja miks mingid asjad juhtusid. Tulevaste projektide jaoks on kasulik kirja panna

kogunenud positiivsed ja negatiivsed mõtted (Salla, 2007). Koosolekul käisime üle eelarve ning kontrollisime, kas kõik vajalikud arved on olemas ja makstud. Koostasime sponsoritele tänukirjad, kuhu kogu korraldustiim pani enda allkirja ja raamisime need. Lisaks kirjutasime tänukirja ka osalejatele ja pealtvaatajatele, et nad sündmusest osa võtsid. Kuna laekunud oli ka palju tagasisidet, siis käisime need ükshaaval üle ning tegime olulisi märkmeid, mida järgmisel korraldusprotsessil arvesse võtta. Üritus sai väga palju positiivset tagasisidet ning on juba uuritud, et kas tuleval aastal on sündmus taas toimumas. Sellest tulenevalt saab järeldada, et ürituse korraldamine oli edukas ning see motiveerib tiimi ka edaspidi sellist üritust korraldama. Üheks negatiivseks tagasisideks, mis inimestelt saime oli, et toitlustusautodes olid liiga pikad järjekorrad ning ooteajad, millest lähtuvalt tuleb järgmisel aastal vähemalt üks toiduauto lisaks kutsuda.

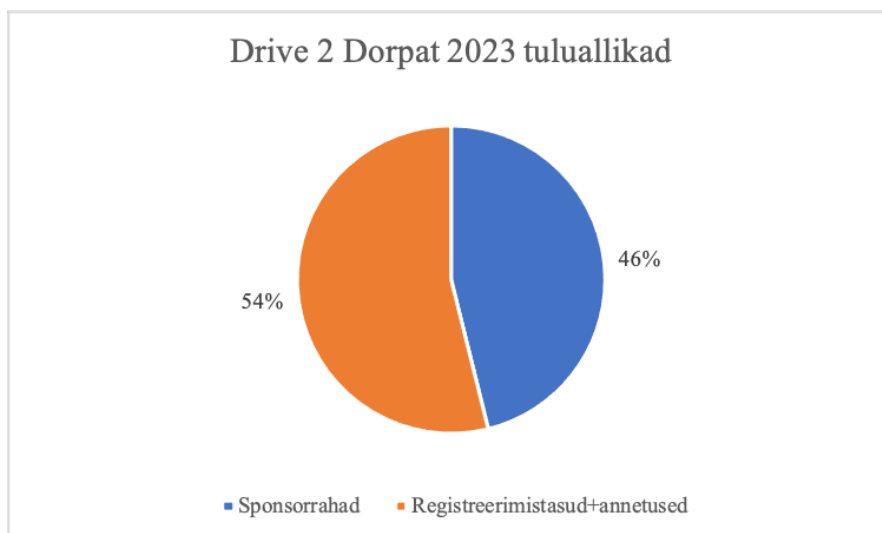
2.4. Sündmuse sponsorid, eelarve ja rahastus

Eelarve koostamine on projekti üks lahutamatu osa. Planeerimisel üks olulisemaid asju on projektiga seotud tulude ja kulude paikapanek (Salla, 2007). Sündmust organiseerima hakates olin ma täiesti kindel, et esimene aasta korraldame sündmuse kas täielikult, või enamjaos oma tiimiliikmete rahastusega. Tegemist on väga noore ühinguga, mille tõttu ei olnud tekkinud ka varasemat kapitali, mida saaks vajadusel kasutada. Ainus algkapital, mille me oma ettevõttele saime, oli liikmestasu. Tänu sellele oli meil esialgne stardikapital olemas, aga seda raha me pigem ei tahtnud kasutada, sest kõik liikmed ei olnud sündmuse korraldamisega seotud.

Ettevõtte või ühingu toimimine ning jätkusuutlikus sõltub väga olulisel määral rahaasjadest (Üksvärav, 2004). Tiimikoosolekul asusime arutama võimalike rahastusallikate üle. Koostasime nimekirja potentsiaalsetest sponsoritest ning sponsorluse eest vastutav isik hakkas välja saatma sponsorkirju. Kokku sai kirju saadetud 40le erinevale ettevõttele. Igale ettevõttele lähenesime personaalselt, et eristuda tavalistest sponsorkirjadest, kuna meil ei olnud võimalik toetuda ka varasematele edukatele korraldustele. Kokku saime näitusele 25 sponsorit, kellest viis ettevõtet toetasid meid rahaliselt. Rahalistele toetustele lisaks, toetasid meid paljud ettevõtted oma toodetega. Saadud toodete või kinkekaartide abiga saime komplekteerida väga väärtuslikud ning mitmekülgsed auhinnakotid, kuhu me ei pidanud ise täiendavalt asju juurde ostma. Auhindade poolest oli meie kuluks ainult karikate tellimine, kusjuures esimese koha karikad said käsitsi meisterdatud autojuppidest, mille idee lähtus hinnatavast kategooriast. Näiteks sai parima velje kategooria võitja auhinnaks rallisõitja Karl-

Markus Sei ralliauto veljest meisterdatud karika ning kõige võimsama auto kategooria võitja Eesti ühe kiireima auto mootorist pärit kolvi (vt lisa 2).

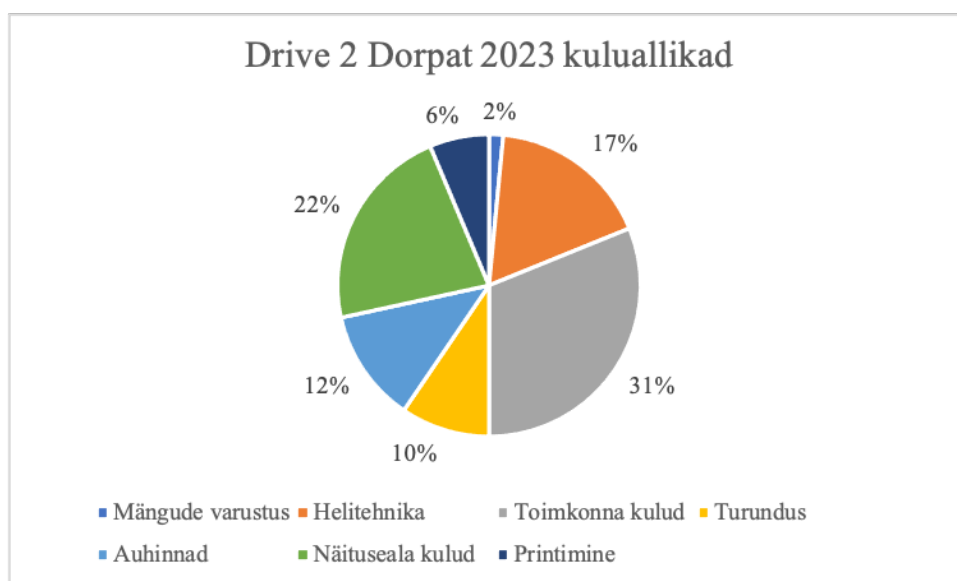
Drive 2 Dorpat 2023 eelarve (vt lisa 4) tegemisel alustasime täiesti nullist. Väga olulisel kohal ürituse tuluallikates olid registreerimiselt saadud tasud, mis moodustasid kogu ürituse tuludest 54% (vt joonis 2). Registreerimistasu suuruseks oli 10 eurot osaleja kohta ning kui sooviti võistelda rohkem kui kahes kategoorias, tuli maksta lisaks viis eurot iga lisanduva kategooria kohta. Registreerimistasu sisaldas endas lisaks ka auto tutvustuslehte ning pudelit vett. Registreerimistasude hulka joonisel on arvestatud ka annetused. Nimelt panime ürituse toimumise ajal infoleti juurde annetuskasti. Sealt saadud tulu oli muidugi väga marginaalne. Hiljem analüüsid saime aru, et oleksime pidanud selle paigutama strateegiliselt paremasse asukohta. Teine suur tuluallikas oli sponsoritelt saadud raha, mis moodustas kogu ürituse tuludest 46%. Joonisel 2 on välja toodud rahaliste vahendite jaotus. Väga olulised olid aga ka mitterahalised toetused meenete ning kinkekaartide näol. Mitterahaliste vahenditega saime ära täita kõik auhinnakotid ning kohtunike kingitused, tänuks tehtud töö eest.



Joonis 2. Drive 2 Dorpat 2023 ürituse tulud.

Ürituse korraldamisega kaasnevad muidugi ka kulud. Taaskord, kuna korraldasime sellist üritust esmakordselt, siis ei olnud konkreetset ettekujutust kõigist kuluallikatest. Sellest hoolimata suutsime aga üritust planeerides küllaltki täpselt ennustada kaasnevaid kulusid. Joonisel 3 on välja toodud autonäituse korraldamisega seotud kulude jaotus. Kõige suurema osa moodustasid toimkonna kulud, 31% kogu kuludest. Toimkonna kulud hõlmasid endas sööki ning jooki, meeskonna varustust ja muid jooksvaid kulusid. Samuti sisaldas see endas

tasuta osalejatele jagatud veepudelite kulu. Järgmine suur kuluallikas, 22% kogukuludest, oli näituseala kulud, mis hõlmas endas tualettide ning piirdeaedade renti, pikendusjuhtmeid ning ERMi parklarenti. Helitehnika rent moodustas 17% kogukuludest, kuhu oli arvestatud ka muusika esitamise litsentsitasu. Auhindade ning mängude läbiviimiseks vajaliku varustuse kulud moodustasid 14% ürituse kogukuludest. Sinna alla kuulus ka näiteks teise ja kolmanda koha karikate kulu. Printimise kulud moodustasid 6% kuludest ning selle kulu tegi suureks asjaolu, et kõik autode tutvustuslehed lamineerisime ka ära, et need oleks ilmastikukindlad. Sponsorite tänukirjade jaoks mõeldud raamide kulu kuulub ka selle alla.



Joonis 3. Drive 2 Dorpat 2023 ürituse kulud.

2.5. Sihtgrupp ja turundus

Selleks, et turundus oleks efektiivne ja jõuaks sihtrühmani, on vaja turg segmenteerida ning teha turundust sihtrühmast lähtuvalt (Ohvril, Maasing, 2020, lk 9). Meie autonäituse sihtrühmaks olid autohuvilised inimesed. Nende alla kuuluvad nii hobiautode omanikud kui ka need, kellele lihtsalt pakuvad huvi erilised autod. Selleks, et jõuda erinevas vanuses sihtrühmadeni, tegime turundust erinevates kanalites. Nooremateni jõudmiseks lõime sotsiaalmeediaplatformi TikTok konto, mis on tänapäeval noorte seas väga populaarne keskkond. Sihtgruppi määratledes segmenteerisime turu vanuse ning soo järgi, kelleks olid meesterahvad vanuses 25-35 eluaastat. Valik sai tehtud selle põhjal, et mainitud vanuserühmas inimesed käivad valdavalt autoüritustel oma autosid näitamas. Sellele vaatamata on aga automaailmas ka väga palju naishuvilisi. Teine suurem sihtgrupp oli Tartu

linna elanikud, kellele pakkuda toredate päevade veetmise võimalust ning tutvustada neile autokultuuri.

Sündmuse reklaamimiseks kasutasime me mitmeid erinevaid kanaleid, põhirõhk läks sotsiaalmeedia kanalitele, sest seal on meie autoklubil juba palju jälgijaid. Samuti on mitmel klubiliikmel väga populaarsed autode jaoks loodud kontod ning tänu sellele saime turundust teha otse meie sihtrühmale.

Kasutasime ka tasulist reklaami sotsiaalmeedias, mille jaoks segmenteerisime turu piirkonna ning vanuse järgi, lähtudes sellest, kes tundus meie jaoks kõige tõenäolisem ürituse küllastaja. Turu segmenteerimise kaudu saab turundusressursse efektiivsemalt kasutada (Ohvril, Maasing, 2020, lk 12) Tootsime pidevalt enda sotsiaalmeediakanalitesse (Facebook, Instagram, TikTok) sisu, et sisuturunduse abil olla pidevalt pildis. Sündmust planeerides võtsime eesmärgiks saada ka meedikajastust. Meiega võeti ise ühendust raadio RingFM-ist (2023), kuhu kutsuti meid hommikuprogrammi üritusest rääkima. Meediakajastust saime veel teisteski kanalites, näiteks LunaTV (2023), kes käis kohapeal lugu tegemas ning lisaks andsin intervjuu Postimehele (Ojaperv & Annuk, 2023).

Kuna sõidame väga tihti autodega ringi, siis tekkis mõte panna autodele peale reklaamklepsud, et levitada sündmuse teavet suuremale ringkonnale. Nii valisimegi välja klubi 10 silmapaistvamat autot ning klepsisime nendele klepsud (vt lisa 3). Klepsudest maksimaalse kasu saamiseks, kuulutasime välja ka publikumängu sündmusele eelneval ajal, mis nägi ette, et kui jagad sotsiaalmeedias pilti ja märgid ära meie klubi, siis on võimalus võita üllatuskast. Näituse reklaamimiseks võtsime ette ka väljasõidu Lõuna-Eestisse ning küllastasime mitmeid linnu, kus peatusime umbes pool tundi.

Kõigi nende turundusmeetmete kasutamine osutus väga edukaks, sest saime palju uusi jälgijaid sotsiaalmeedias, igapäevaselt tõusis üritusest huvitatute arv ning ürituse päeval oli kohal orienteeruvalt 1500 inimest.

2.6. Riskianalüüs

Iga projekti käivitamisega kaasnevad riskid ning nende vältimiseks võib kasutada erinevaid meetmeid, kuid täielikult ilma riskideta pole võimalik ühtegi projekti läbi viia (Perens, 2019, lk 144). Ka käesoleva projekti puhul koostas riskianalüüsi, et tuvastada võimalikke ohte.

Riskianalüüsi jaoks koostas tabeli, mis on välja toodud lisas 5. Korraldatud autonäituse üks suuremaid riske oli ilm. Tegemist oli vabas õhus suurel alal toimuva sündmusega ning halb ilm oleks seadnud suure ohu alla ürituse toimumise. Vihmase ning

tuulise ilma korral oleks olnud nii osalejate kui pealtvaatajate arv oluliselt väiksem. Madis Peil (2012, lk 22-25) on oma raamatus „Riskianalüüsi käsiraamat“ välja toonud viis riskihindamise sammu:

- 1) Mis on ohud ja keda need ohustavad?
- 2) Riskianalüüs ja riskide reastamine tähtsuse järgi.
- 3) Ennetusmeetmete otsustamine.
- 4) Meetmete võtmine.
- 5) Järelvalve ja kordamine.

Riskianalüüsi koostamisel lähtusin suurimatest ohuallikatest, nende esinemise tõenäosusest ning mõjust. Lisaks tõin välja, kuidas saaks riski vältida ning mida peaks tegema, kui risk peaks realiseeruma.

Kõige suuremaks riskiks pidasime halba ilma, ehk tugevat tuult ning vihma, sest tegu oli väliüritusega. Vihma vastu olime võtnud telgid ning nende tuulekindlaks tegemiseks tellisime raskused, et need telkide külge kinnitada. Õnneks vihma sellel päeval ei sadanud, kuid realiseerus risk tuule suhtes. Näituseala üles seades said raskused telkide külge kehvasti kinnitatud ja keegi ei kontrollinud seda üle. Lisaks said telkidele pandud ka küljed, ehk lõime ise täiendava riski, kuna see soodustas tuule alla võtmist. Juhtus see, et tuli tugev tuuleiil ning mõlemad üles seatud telgid võtsid tuule alla ning lendasid tagurpidi. Otsustasime telgid suure tuule tõttu kokku panna. Õnneks juhtus õnnetus hommikul, kui osalejaid ega pealtvaatajaid veel kohal ei olnud, seega vigastusi ei tekkinud. Riski realiseerudes leidsime koheselt lahendused ning võtsime vastu kiired otsused.

Teiseks suureks riskiks pidasime konkureerivaid sündmusi, mis oleks suunatud samale sihtrühmale. See oleks vähendanud osalejate ja pealtvaatajate arvu. Riski vältimiseks vaatasime varasematel aastatel korraldatud samateemaliste sündmuste ajagraafikuid ja sellel ajal ei olnud varasemalt autonäitusi toimunud. Täiendava meetmena avaldasime ürituse toimumise kuupäeva nii kiiresti kui oli võimalik, et teised korraldajad näeksid, et see kuupäev on juba võetud. Risk ei realiseerunud ning ühtegi suuremat autoteemalist üritust sellel nädalavahetusel Eestis ei toimunud.

Järgmiseks suuremaks riskiks hindasime seda, et pealtvaatajad tekitavad näitusel osalevatele autodele kahjustusi. Oma kogemuste põhjal saan väita, et sellised asjad võivad juhtuda, kui rahvast ei ole piisavalt informeeritud. Selle tõttu panime me oma ürituse reklaamlehele küllastaja meelespea, kus tõime välja, et kuidas näitusel käituda. Lisameetmena ütlesid päevajuhid sündmuse toimumise ajal korduvalt, et autode puhul on tegemist näituse eksponaatidega, mis on mõeldud vaatamiseks. Erandjuhul võis saada autodesse sisse istuda

ning neid lähemalt vaadata omanikuga kokkuleppel. Tiimile teadaolevalt ei juhtunud ühtegi intsidenti, kus kellegi auto oleks saanud kahjustada. Rahvast oli väga hästi informeeritud ning selle tõttu ei juhtunud selliseid ebaseeldivaid olukordi, mida varasematel autonäitustel oleme pidevalt täheldanud.

2.7. Sotsiaalmajanduslik mõju

Kultuuri- ja spordisündmustel on alati ka laiem sotsiaalmajanduslik mõju, mis ei piirdu ainult meelelahutuse pakkumise ning kultuuri edendamisega. Sellised sündmused toovad kokku rahvast, kes avaldavad mõju ka ümbritsevale piirkonnale. (Josing et al., 2012)

Meie sündmuse tagajärjel said kasu ka teised kohalikud ettevõtted. Näiteks olime kutsunud kohale kaks toitlustusbussi, kelle ettevõtted said teha käivet ning ennast reklaamida. Lisaks olid sponsorid kohal enda telkidega oma tooteid reklaamimas ja müümas. Veel sai üritusest kasu ka Eesti Rahva Muuseum, kuna sündmus toimus nende alal ning me tõime inimesed neile lähemale. Olime nendega kokku leppinud, et nad avavad meie ürituse ajaks maja sellel küljel asuva ukse, et inimesed saaks lisaks autonäitusele külastada ka nende näituseid. Näituse toimumine sai teoks tänu headele sponsoritele ning nende koostööle. Neile tegime palju reklaami oma näitusel ning kõigil oli võimalus tulla alale oma tooteid reklaamima ja müüma. Kohapeale tuleku võimalust kasutas ära kaks sponsorit.

Autonäitusel olid ka sotsiaalsed mõjud. Kohal oli väga palju ühiste huvidega inimesi, kes said omavahel suhelda ning luua uusi sidemeid. Pakkusime Tartu linna elanikele kultuurilist väärtust ning vaba aja veetmise võimalust. Rikastasime Eesti autokultuuri ja kuna Tartus ja selle lähiümbruses on väga palju autohuvilisi, siis me tegime neile autosündmused kättesaadavamaks.

3. Sündmuse analüüs ja refleksioon

Esimest korda puutusin ma Eestis toimuvate autonäitustega kokku 2022. aasta kevadel, mil sain valmis oma esimese näituseauto. Aasta jooksul sai külastatud nii väiksemaid, kui mainekamaid näituseid. Midagi jäi aga nendes kõigis puudu ja tahtmine oli ise ennast proovile panna ja luua midagi väärtuslikumat ja kvaliteetsemat. Tänu lõputööle sain ma ennast esimest korda proovile panna ja osaleda suure sündmuse juhtimises.

Üldine hinnang Drive 2 Dorpat autonäituse ettevalmistusele ja toimumisele on väga hea, arvestades seda, et tegemist oli esmakordse sündmusega, mida korraldas inimrühm, kes polnud varasemalt sellisel tasemel koostööd teinud. Tiimiliikmed olid kõik väga erinevas

vanuses ja erinevate elukutsetega – kõiki meid ühendab aga huvi autokultuuri vastu. Tänu sellele, et meeskond koosnes nii paljudest erinevatest inimestest, oli meil tiimis sisuliselt iga ala spetsialist. Alustades IT-sektorist ja lõpetades helitehnikuga. Sündmus sai ellu viidud oodatust edukamalt, mis ajendab tiimi juba järgmise aasta sündmuse peale mõtlema. Enim olen ma rahul sündmuse kvaliteedi ja teostusega, enamus tagasisidest oli positiivne ja ülevoolav, millest võib järeldada, et ka osalejad ja pealtvaatajad jäid sündmusega väga rahule. Sellest lähtudes võib öelda, et kõik paika pandud eesmärgid said täielikult täidetud. Suureks üllatuseks oli see, et saime oma sündmusele väga palju sponsoreid, lausa nii palju, et osalejate registreerimistasudest ja sponsorite toetustest saime ära korraldatud kogu sündmuse. Viimased päevad enne sündmuse toimumist võtsid ettevõtted veel ise meiega ühendust, et nad väga sooviksid meid toetada, kui see veel võimalik on.

Samal päeval, kui toimus autonäitus, toimus ka tiimi järelpidu, kus saime jagada vahetuid emotsioone ja nautida töö vilju. Juba sellel samal õhtul tuli väga palju head tagasisidet, mis tekitas terves tiimis häid emotsioone, mis liitis meid veel tugevamaks. Järelpeol oli kohal ka üks kohtunik, kellelt palusime tagasisidet ja küsisime, mida võiks muuta või järgmisel aastal teisiti teha. Mitmetel Eesti ja välismaa autonäitustel osalenud kohtunik jagas ka ainult kiidusõnu ja mainis vaid ära, et autode hindamislehed võiksid olla tehtud nii, et autosid oleks lihtsam suurelt näitusealalt üles leida.

Mõned päevad pärast näitust korraldasin ka ühe ametliku koosoleku, kus fikseerida kirjalikult, mis läks edukalt ja mida sooviksim järgnevatel aastatel muuta või lisada, et ürituse kvaliteeti veelgi rohkem tõsta. Põhilisteks murekohtadeks olid kohtunike hindamislehed, mis oleks võinud olla nende jaoks lihtsamalt koostatud, kehvasti kinnitatud telgid ja suure infotahvli puudumine alalt, kus oleks ürituse ajakava. Kõige suuremaks plussiks tooks välja tiimi valmisoleku ja pühendumise, kõik tiimiliikmed panustasid väga palju, et korraldada selline näitus. Alati oldi üksteise vastu lugupidavad ja vajadusel abistati nõu ja jõuga. Sellise koosseisuga on võimalik iga aasta aina paremaid sündmuseid korraldada.

Minu peamisteks ülesanneteks olid korraldustiimi kokkupanemine ja juhtimine, toimumispaigaga suhtlemine, potentsiaalsete sponsorite otsimine, igapäevaselt kogu meeskonnatöö jälgimine, kõigi jooksvate probleemidega tegelemine ning tiimi koosolekute planeerimine ning läbiviimine. Kõige suuremaks proovikiviks tiimi juhtimisteedkonnal oli see, et tiim koosnes suures osas meesterahvastest, kes on minust tunduvalt vanemad. Algselt sujus kogu protsess väga hästi ja mind kuulati. Mida aeg edasi, seda rohkem tundsin ma mõningate liikmete poolt soovi juhtimine oma kätte võtta. Minu jaoks oli see kohati väga ebamugav

ning sain aru, et kõigi liikmete jaoks on sündmuse korraldamine hingelähedane ja kõik tahavad anda oma panuse selle teostamiseks. Sellest tulenevalt aga tekkis olukordi, kus tiimiliige hakkas tegelema minu ülesannetega ja hiljem sain teada, et tegelesime samaaegselt samade tegevustega, mis ei ole efektiivne. Võtsin ennast tugevalt käsile ning hakkasin ennast kehtestama. Hiljem seda kõike analüüsid teadvustasin endale, et inimene tahtis ainult head ja kõike ise kontrollida. See ajendab mind järgmisel korral paremini paika panema meeskonnaliikmete rollid, et ei tekiks tiimisisest küsimusi, et kes millise ülesandega tegeleb.

Üldiselt tundsin ennast kogu protsessi vältel hästi. Kordagi ei mõelnud sellele, et äkki ei tule piisavalt osalejaid, sündmus ei osutu edukaks või on halb ilm. Nautisin seda protsessi alates idee tulekust kuni sündmuse lõpuni. Uskusin näituse edukusse ning olin kindel, et kui me teeme seda hingega ja usume sellesse, siis läheb kõik plaanipäraselt ja saame nautida. Emotsionaalselt raskeim osa oli kõige peale mõtlemine, et kas kõik vajalikud asjad on ikka tehtud, kas ei ole midagi olulist ära unustanud ning kas püsime ajagraafikus. See nõudis igapäevaste toimetuste kõrvalt palju energiat ning pühendumist.

Ürituse korraldamine andis mulle hea võimaluse rakendada koolis õpitut praktikas. Näiteks sündmuste ohutuse ja turvalisuse ainekst jäi mulle meelde, et alati enne sündmuse korraldamist on vaja koostada riskianalüüs, et tuvastada ohud ning olla valmis tegutsema nende riskide realiseerumisel. Lisaks, et üritusele sissepääs ning liikumine oleks loogiline ja sujuv, ning et oleks tagatud piisav tualettide arv külastajatele. Õiguse aluste ainekst õpitu tuli kasuks Riigiteatajast info otsimisel, ning et üritus oleks korraldatud seadustest lähtuvalt, näiteks nõuded prügi sorteerimisel ning muusika esitamine seaduslikult.

Järgmisel aastal on loodetavasti kordades kergem sündmust korraldada, sest inimestele on juba sündmuse nimi tuttav ning seda osatakse oodata. Lisaks on meil olemas väga väärtuslike sponsorite kontaktid, kellega loodame ka edaspidi koostööd jätkata ja samuti on olemas nimekiri ülesannetest ja asjadest, mida peab enne autonäituse toimumist tegema. Nüüd on teada ka palju mingid asjad maksavad ja palju umbes peaks olema ressursi, et sellist laadi sündmust korraldada. Edaspidi on plaanis küsida osalejatelt suuremat osalustasu, müüjatelt kohatasu ja kui toimumiskoht võimaldab, küsida pealtvaatajatelt sümboolne piletiraha, et iga aastaga saaks autonäitust korraldades inimestele rohkem pakkuda. Mida rohkem on meil võimalik korralduseks ressursse juurde saada, seda suuremalt on meil võimalik edaspidi sündmuseid korraldama hakata.

Kokkuvõte

Käesolev kultuurikorralduse loov-praktilise lõputöö kirjalik osa andis ülevaate Tartus toimunud autonäituse Drive 2 Dorpat korraldusest. Sündmus leidis aset 29. aprillil 2023. aastal Eesti Rahva Muuseumi B-poolsel parkimisalal. Näitusel osales kokku 200 erilist autot. Päev oli täis ilusaid autosid, maitsvat toitu ja rohkelt autoteemalisi tegevusi.

Ürituse korraldustöös täitsin sündmuse eestvedaja ehk peakorraldaja rolli, mille käigus sain rakendada Viljandi kultuuriakadeemias omandatud teadmisi ja oskusi. Vastutasin ülesannete jagamise eest ning kontrollisin nende täitmist.

Näitust külastanud osalejate, pealtvaatajate ja tiimi hinnangul saan öelda, et sündmus oli igati õnnestunud ja rahvas ei jõua juba järgmise aasta näitust ära oodata. Selle projekti elluviimine andis mulle suurepärase kogemuse ja pani mind intellektuaalsel tasemel väga tugevalt proovile. Õppisin nii enda, kui meeskonna kohta palju uut, mida järgmise ürituse korraldusprotsessi juures tuleb kindlasti arvesse võtta. Soovin südamest tänada kogu meeskonda, Eesti Rahva Muuseumit, sponsoreid, osalejaid ning oma lõputöö juhendajat Andres Rõigast.

Kasutatud allikad

Arumäe, U. (2013). *Organisatsiooni ja juhtimise õiguslik korraldus*. JUURA.

Josing, M., Vahi, T., Lepane, L., Pulver, B., Reiman, M., Orro, E., Niklus, I., Randrüt, S. &

Jõekalda, P. (2012). *Eestis toimuvate kultuuri- ja spordisündmuste regionaalse majandusliku mõju hindamine ning analüüs*. Eesti Konjunktuuriinstituut.

Justiitsministeerium. (2021). *Mittetulundusühing*. <https://www.just.ee/mittetulundusuhing>

Lemmik, J. (1999). *Organisatsiooni struktuur ja disain (Riigi ja kohaliku omavalitsuse ametnike pädevuskoolituse õppematerjal)*. Riigikantselei.

Luna TV. (2023, 6. mai). *Luna TV uudised 5x08* [Video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/live/6i15rvfK8LA?app=desktop&feature=share&fbclid=PAAaYZ9O2ImrhdU31twwwNpYaCkNqQsyPbSpmKHHelIDE7sPYIMWy23guhnVBM&cbrd=1>

Mittetulundusühingute seadus. (2022). RT I, 23.12.2022, 15.

<https://www.riigiteataja.ee/akt/MT%C3%9CS>

Ohvril, T. & Maasing, B. (2020). *Tootearendus ja turundus*. Eesti Maaülikool.

Ojaperv, V. & Annuk, S. (2023, 29. aprill). GALERII) ERMi tagune täitus tuhandete kilovattidega. *Tartu Postimees*. <https://tartu.postimees.ee/7764625/galerii-ermi-tagune-taitus-tuhandete-kilovattidega>

Peil, M. (2012). *Riskianalüüsi käsiraamat*. Ten-Team OÜ.

Perens, A. (2019). *Praktiline projektijuhtimine*. HBP Koolitus OÜ

Ring FM. (2023, 26. aprill). *HOMMIKUINTERVJUU: THURSDAY CAR CLUB, Autonäitus Tartus*. <https://ringfm.treraadio.ee/kordus/10621/hommikuintervjuu-thursday-car-club-autonaitus->

[tartus?fbclid=IwAR3OdvvvuXPi8SqvnEY4v8qDXN1cfQaFmm5aqkhtgpNxIcBFgoLj8YTFMOo](https://www.facebook.com/tartus?fbclid=IwAR3OdvvvuXPi8SqvnEY4v8qDXN1cfQaFmm5aqkhtgpNxIcBFgoLj8YTFMOo)

Salla, S. (2007). *Projektijuhtimine. Praktiline käsiraamat projektide ettevalmistamisest koos näidisprojektiga*. Tallinna Ülikooli Kirjastus.

Vadi, M. (2001). *Grupid organisatsioonis*. Tartu Ülikooli Kirjastus.

Vadi, M. (2001). *Organisatsioonikäitumine*. Tartu Ülikooli Kirjastus.

Virovere, A., Alas, R. & Liigand, J. (2005). *Organisatsioonikäitumine*. Külim.

Üksvärav, R. (2004). *Organisatsioon ja juhtimine*. TTÜ kirjastus.


Üksvärav, R. (2010). *Organisatsioon ja üksikisik*. TEA kirjastus.

LISAD

Lisa 1. Auto tutvustuslehe näidis.


AUDI A6

VÖISTLUSNUMBER: 2



**DRIVE 2
DORPAT**

MOOTOR
3.0L DIISEL
KÄIGUKAST
AUTOMAAT
VÕIMSUS
179KW / 500NM
VEOSKEEM
NELIKVEDU
AASTA
2008



SKÄNNI QR KOOD, ET HÄÄLETADA
RAHVALEMMIKU POOLT

Lisa 2. Käsitööna valminud esimese koha karikad.



Lisa 3. Reklaamkleeps.



Lisa 4. Tulude ja kulude tabel.

Tulud		Kulud	
Osalustasud	1430 €	Mängude varustus	32,19 €
Sponsorrahad	1250 €	Helitehnika	370,44 €
Annetuskast	29,7 €	Toimkonna kulud	665,36 €
		Turundus	203,29 €
		Auhinnad	257,9 €
		Näituseala kulud	471,5 €
		Printimine	135,67 €
Kokku	2709,7 €	Kokku	2136,35

Lisa 5. Riskianalüüs.

Riski nimetus	Tõenäosus T	Mõju M	Riski suurus (TxM)	Riski vältivad tegurid	Kui risk peaks realiseeruma	Vastutaja

Tugev tuul sündmuse ajal, mis võib paljusid asju lendu ajada ja autodele kahju teha.	3	3	9	Kinnitada kõik võimalikud asjad raskuste külge.	Tuleb lendu läinud asjad kinni püüda ja võimaluse korral panna tuule eest varju, kui tegemist peaks olema telgiga, siis kaaluda võimalust telgid kokku panna.	Peakorraldaja
Konkureerivad sündmused, mis toimuvad samal ajal.	2	3	6	Teha põhjalik eeltöö, enne kui toimumis kuupäev kinnitatud saab.	Siis tuleb loota, et rahvas on rohkem huvitatud meie sündmusest.	Peakorraldaja
Elektrikatkestus.	1	3	3	Panna elektriga tegelema inimesed kes sellega varasemalt kokku on puutunud, ehk oskavad vajadusel midagi teha. Eelnevalt tuleks üle kontrollida palju mingi asi elektrit võtab ja mis võimsusel.	Võiks olemas olla ruupur, mida saaks mikrofone asemel kasutada. Head kontaktid toimumis paigaga, et vajadusel saaksime elektrikapile ligi.	Heli eest vastutav tiimiliige
Tugev vihma sadu	2	2	4	Tekitada rahva jaoks varjualuseid, kuhu vihma eest varju minna.	Ilma vastu ei saa midagi teha, tuleb olla valmis kõige hullemaks.	Peakorraldaja
Tiimi koostlagunemine	1	3	3	Tuleb tiimiliikmetega olla pidevas suhtluses ja abistada, kui on abi vaja.	Tuleb hakkama saada allesjäänud liikmetega ja vajadusel otsida kedagi kiiremas korras appi.	Peakorraldaja
Mõni tiimiliige jätab oma kohustused täitmata	1	3	3	Olla pidevas suhtluses ja motiveerida liikmeid tööle.	Tuleb tuletada inimesele meelde tema ülesandeid, vajadusel ise ära teha.	Peakorraldaja
Pealtvaatajateni ei jõua informatsiooni näituse toimumisest	2	2	4	Teha võimalikult palju reklaami ja kasutada selleks erinevaid platvorme.	Kutsuda võimalikult palju oma tuttavaid.	Turunduse eest vastutav liige

Toitlustajad ei saabu sündmusele kohale	1	3	3	Olla toitlustajatega pidevad suhtluses.	Suunama inimesi lähimatesse toitlustusasutustesse.	Toitlustuse eest vastutav liige
Põhikorraldajatest jääb keegi haigeks	2	2	4	Tuleb enne sündmust oma tervist hoida ja võimalikult vähe käia massiüritustel, kus võib olla suur oht haigestuda.	Tuleb kiiremas korras leida kõikidele ülesannetele asendajad.	Peakorraldaja
Pealtvaatajad kahjustavad autosid	2	3	6	Tuleb võimalikult palju rõhutada, et autod on vaatamiseks ja ainult omaniku loal võib autosse istuda või seda puutuda.	Selgitada välja, kes on juhtunud süüdi ja nõuda, et inimene vastutaks oma tegude eest.	Peakorraldaja

LIHTLITSENTS

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Carmen Hallik,

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose „Autonäitus – Drive 2 Dorpat,“ mille juhendaja on Andres Rõigas, reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi DSpace kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
2. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace kaudu Creative Commons'i litsentsiga CC BY NC ND 3.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
3. Olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
4. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

Carmen Hallik

15.05.2023