

Kai Roiha

BEACH VOLLEY SUOMESSA

Pelaajanäkökulmia - ammattimaistuminen, seuraorganisaatiot ja turnaustapahtumat

Jyväskylän yliopisto

Liikunnan sosiaalitieteiden laitos

Liikuntasuunnittelun ja -hallinnon

pro gradu -tutkielma

Syksy 2001

TIIVISTELMÄ

Kai Roiha: Beach volley Suomessa; Pelaajanäkökulmia - ammattimaistuminen, seuraorganisaatiot ja turnaustapahtumat

Jyväskylän yliopisto, liikunnan sosiaalitieteiden laitos

Liikuntasuunnittelun ja -hallinnon pro gradu -tutkielma 2001

80 sivua + liite 6 sivua

Beach volley on nopeasti kasvava uusi kesäurheilulaji. Lajitoimintaa Suomessa on ollut 1980 -luvun alusta lähtien. Vuodesta 1997 on beach volleyn Suomen mestaruuksia ratkottu valtakunnallisella turnauskiertueella. Kansalliset huippupelaajamme ovatkin vasta matkalla kohti kansainvälistä menestystä.

Tässä tutkimuksessa tarkastellaan beach volleyn tilaa Suomessa. Tarkastelussa keskitytään beach volleyn lajitoiminnan ammattimaistumiseen, seuraorganisaatiomuutoksiin ja turnaustapahtumien toimivuuteen. Tutkimuksessa etsitään vastauksia myös beach volleyn tulevaisuutta koskeviin kysymyksiin. Aineistona tutkimuksessa on 79:n pelaajan lomakekysely sekä neljän pelaajan haastattelut. Aineistosta selvitetään sekä määrällisen että laadullisen tutkimuksen keinoin beach volley -pelaajien, Suomen Lentopalloliiton ja beach volley -seuratoiminnan yhteisvaikutuksia lajiin.

Tutkimus osoittaa beach volley -toiminnan ammattimaistumisen olevan alussa. Erikoisseuratoiminta ja sponsorinimen alla toimiva seuraorganisaatio koettiin toimivimmiksi seuraorganisaatiomuodoiksi. Turnaustapahtumien organisoinnissa puutteita oli erityisesti järjestäjien, Lentopalloliiton ja median yhteistoiminnassa. Beach volleyllä ja lentopallolla oli kiinteä toiminnallinen yhteys. Beach volley -pelaajat sijoittuivat alueellisesti suuriin väestökeskuksiin tai perinteikkäisiin lentopallokaupunkeihin.

Asiasanat: beach volley, ammattimaistuminen, seuraorganisaatio, tapahtumamarkkinointi

SISÄLTÖ

1	HIEKASTA NOUSTAAN	
2	BEACH VOLLEYN HISTORIAA	
2.1	Beach volley maailmalla	8
2.2	Beach volleytä vai rantalentopalloa	11
2.3	Beach volleyn tulo Suomeen	11
2.4	Beach volley “uuden” ilmentäjänä	12
2.5	Beach volley -kulttuuri	14
3	SEURA ORGANISAATIONA	
3.1	Seuraorganisaatioiden kehittyminen	16
3.2	Organisaation rakenneulottuvuudet	17
3.3	Seuratoiminnan rahoitus	18
3.3.1	Varsinainen toiminta	19
3.3.2	Yhteistyökumppanit	20
3.3.3	Avustukset	21
3.4	Seuratoiminnan verotus	21
4	BEACH VOLLEYN SUUNTAUKSIA	
4.1	Ammattimaistuminen	23
4.2	Tapahtumamarkkinointi	25
4.2.1	Urheilutapahtuman järjestäminen	27
4.2.2	Beach volley -turnauksen järjestäminen	29
4.3	Kansainvälistyminen	31

5	TUTKIMUSTEHTÄVÄN ASETTAMINEN	
5.1	Tutkimuksen kohde ja rajaukset	32
5.2	Tutkimuksen tavoitteet	33
5.3	Tutkimuksen eri vaiheet	34
5.3.1	Tutkimuksen toteutuksen ensimmäinen osa	35
5.3.2	Aineiston luotettavuus	37
5.3.3	Tutkimuksen toteutuksen toinen osa	38
6	TULOKSIA JA TULKINTAA	
6.1	Taustamuuttajat	39
6.2	Pituuden merkitys	44
6.3	Beach volleyn ja lentopallon välinen yhteys	44
6.4	Ammattimaistumiseen liittyviä tunnuslukuja	45
6.5	Harjoittelumahdollisuudet ja harjoittelu	47
6.6	Pelaajien beach volley -tulot ja -menot kaudella 2000	48
6.7	Sponsorit ja tuki pelaajille	50
6.8	Kansainvälistyminen ja sääntöuudistukset	51
6.9	Suomen Lentopalloliiton toiminta	53
6.10	Seuraorganisaatiomuodot	54
6.10.1	Seuraedustus	54
6.10.2	Erikoisseuratoiminta	55
6.10.3	Beach volley ja lentopallo samassa organisaatiossa	57
6.10.4	Parimuotoinen toimintamalli	58
6.11	Mikä beach volleyssä miellyttää?	60
6.12	Esteet	60
6.13	Beach volley -tapahtuma	61
6.14	Tulevaisuus	63
7	YHTEENVETO	
7.1	Ammattimaistuminen	66
7.2	Onko seuralla väliä?	66
7.3	Turnaustapahtuma	67

8	KEHITYSEHDOTUKSIA JA POHDINTAA	
8.1	Kehitysehdotuksia	69
8.2	Pohjoismainen yhteistyö	70
8.3	Turnauskaupungit	71
8.4	Olutta ja paljasta pintaa?	71
8.5	Pelaajan tulevaisuus	72
8.6	Tutkimuksen arviointia	73
	LÄHTEET	76
	LIITTEET	81

1 HIEKASTA NOUSTAAN

Beach volley turnauksia pelataan nykyisin kaikkialla Suomessa. Lajin kausiluontoisuudesta huolimatta kansallisen huippumme pelaajamäärät ovat kasvaneet tasaisesti. (Kiila 4/97, 17; Kiila 4/98, 13; Kiila 4/99, 13; Kiila 4/00, 13.) Beach volleyn sisällä on tapahtunut lajin kehityksen vaatimia muutoksia niin seuraorganisaatiomuodoissa kuin itse lajin pelisäännöissäkin. Rantojen harrastepelistä on kehittynyt huippu-urheilumuoto, jossa pelaajien fyysiset ja henkiset ominaisuudet joutuvat koetukselle. Sisälentopallo on saanut rinnalleen kesäisin pelattavan lajikumppanin - beach volleyn.

Beach volley urheilulajina on suhteellisen lyhyessä ajassa noussut yhdeksi kansainvälisesti seuratuimmista kesäurheilulajeista. Kansainvälinen media on osoittanut huomattavaa kiinnostusta lajia kohtaan. Beach volleyn tulo olympiakisoihin on yksi osoitus lajin kansainvälisestä kehittämisestä. Suomessa beach volley -toiminta on ollut aktiivista vasta reilun kymmenen vuotta. Lentopalloliitto on kehittänyt valtakunnallista beach volley -toimintaa. Kehittäminen on tapahtunut yhteistyössä pelaaja-aktiivien kanssa.

Varsinaista tutkimustietoa lajin kehittämisestä Suomessa ei ole. Tutkimustiedon lähes täydellinen puuttuminen selittyy lajin toiminnan nuoruudella. (Suomen Lentopalloliitto 1998, 65-66.) Muutamia tutkimuksia on tehty lähinnä beach volleyn sääntöihin ja pelitaktiikkaan liittyen. Beach volley -seurojen toiminnasta ei ole olemassa aikaisempaa tutkimusmateriaalia. Seuraorganisaation kehittämisestä ja sisäisestä rakenteesta kuten myös seuran taloudesta on saatavana yleistä tutkimusmateriaalia sekä kirjallisuutta.

Tarve järjestelmälliseen beach volleyn kehittämiseen Suomessa on noussut tärkeäksi kysymykseksi. Järjestelmällisellä kehitystoiminnalla vaikutettaisiin toimivan peli- ja turnausjärjestelmän toimintamalliin ja uusien seuratoimintamuotojen kehittämiseen.

Tässä tutkimuksessa kartoitetaan beach volleyn tämän hetkistä tilaa Suomessa. Tutkimuksen tarkoituksena on löytää beach volleyn paikka urheilutapahtumana ja -lajina suomalaisessa urheilukulttuurissa. Lajin kehitystä arvioidaan pelaajien näkökulmasta samalla kun tarkastellaan lajin harjoittelumahdollisuuksia.

Tutkimusaiheeni valintaan vaikuttivat lentopallon ja beach volleyn edelleen jatkuva pelaajaurani. Erityisesti mielenkiintoni aiheeseen heräsi kesällä 2000 ollessani pelaajana mukana Saksassa järjestettävillä beach volleyn turnauskiertueilla. Minulla oli mahdollisuus tutustua saksalaiseen turnausorganisaatioon. Sen hyvät ja huonot puolet tulivat tutuiksi.

2 BEACH VOLLEYN HISTORIAA

2.1 Beach volley maailmalla

Lentopallon kehittäjänä pidetään amerikkalaista liikunnanohjaajaa William G. Morgania. Hän kehitti lentopallon vuonna 1895. Beach volley kehittyi erilliseksi urheilumuodoksi lentopallosta 1920-luvun alkupuoliskolla Santa Monican hiekkarannoilla Yhdysvalloissa. Aluksi pelattiin kuudella kuutta vastaan, mutta varsin pian 1930-luvun alkuvaiheissa pelaajamäärät vähenivät neljällä neljää ja kolmella kolmea vastaan pelimuodoiksi. Ensimmäisen kerran kahdella kahta vastaan beach volleytä pelattiin Yhdysvalloissa 1930-luvun lopulla. (Coupat 1996, 4-5.)

Ensimmäinen nykymuotoinen beach volley -turnaus järjestettiin State Beachillä, Santa Monicassa vuonna 1947. Califonian Beach Volley Association perustettiin vuonna 1965. Kyseessä oli ensimmäinen organisaatio, joka perustettiin vastaamaan kansallisen beach volley kiertueen järjestelyistä ja toteutuksesta. (Coupat 1996, 4-5.) Beach volley saapui Euroopan eri osiin lähes samanaikaisesti. Beach volley saapui Ranskaan, Tshekkoslovakiaan, Bulgariaan ja Latviaan 1930-luvun lopulla. (Coupat 1996, 4-5.) Kansainvälinen Lentopalloliitto FIVB (Federation Internationale de Volleyball) perustettiin vuonna 1947 maailman lentopalloseurojen ja organisaatioiden kattojärjestöksi. (Suomen Lentopalloliitto 2000a, 5.)

Uima-asuiset pelaajat ja heidän ponnistelunsa aurinkoisella hiekkarannalla vastaavat pitkälti nykyajan länsimaista ihannetta. Kauniit, hoikat ja iloiset nuoret ihmiset liikkumassa. Mainonnassa hyödynnetään paljon tätä länsimaista ihmisihannetta. Tästä johtuen yhteistyökumppaneiden mukaantulo beach volleyyn on enemmänkin sääntö kuin poikkeus. Yhteistyökumppaneiden on ollut helppoa solmia yhteistyösopimuksia beach volleyyn kanssa. Laji mielletään nuorekkaaksi ja näyttäväksi. Beach volleyyn yhteistyökumppanit haluavat myönteistä tuotemerkkiä, jota ihannetta beach volley edustaa. Beach volleyyn alkuvuosien kehityksen jälkeen sponsoreiden mukanaolo

turnauskiertueilla on antanut enemmän mahdollisuuksia järjestää tasokkaita urheilutapahtumia.

Yksityinen sektori tuli mukaan beach volleyyn vuonna 1974. Tuolloin organisoitiin ensimmäinen sponsoreiden kokonaan kustantama beach volley tapahtuma. Pelimuoto oli kahdella kahta vastaan ja pääpalkintona 1 500 US dollaria. Pääsponsorina toimi Winston Cigarettes. Ensimmäinen sponsoroitu beach volley turnauskiertue oli Yhdysvaltain beach -pelaajakiertue vuonna 1980. Kiertue käsitti seitsemän osakilpailua ja sponsorina toimi Jose Cuervo Tequila. (Coupat 1996, 4-5.) Vuonna 1986 televisioitiin ensimmäisen kerran beach volley tapahtuma suurelle yleisölle. Televisiointi tapahtui kalifornialaisen kaapeli-television Prime-Ticketin kautta. Sarjan loppuvaiheessa laskettiin lähetyksillä olleen katsojinaan n. 7,5 miljoonaa kotitaloutta. (Brandel 1988, 184-185.)

Kansainvälinen Lentopalloliitto myönsi vuonna 1987 ensimmäisen kerran luvan järjestää virallinen beach volleyyn maailmanmestaruusturnaus. Turnauspaikkana oli Rio de Janeiro Brasiliassa. Turnauksessa pelattiin ainoastaan miesjoukkueilla. (Kiraly ym. 1999, 2-6.) Vuosina 1989-1990 pelattiin ensimmäinen beach volleyyn maailmankiertue - Beach Volleyball World Circuit. Palkintorahoina oli 50 000 US dollaria turnausta kohden. Naisten maailmancupin kiertue pelattiin ensimmäisen kerran vuosina 1992-1993. (Rizzo 1996, 210-213.)

Vuoden 2000 maailmancupin osakilpailukiertue (World Tour 2000) sisälsi 26 itsenäistä turnausta; miehillä 14 ja naisilla 12. Palkintorahojen suuruus oli osakilpailukiertueella vuonna 2000 yhteensä 4 miljoonaa US dollaria. Vuonna 1999 beach volleyyn maailmankiertueen 20 turnauksessa oli 463 000 katsojaa, mikä tarkoittaa n. 23 000 katsojaa osakilpailua kohden. (Kansainvälisen Lentopalloliiton internetsivut 1.)

Taulukko 1. Beach volleyn historian tapahtumavuodet

Vuosiluku:	Tapahtuma:
1895	Lentopallo keksittiin Yhdysvalloissa
1920	Beach volley keksittiin Yhdysvalloissa
1930	Beach volley saapui Eurooppaan Peli muodoksi kahdella kahta vastaan
1947	Ensimmäinen nykymuotoinen beach volley -turnaus FIVB perustettiin
1974	Ensimmäinen sponsoreiden kustantama beach volley -turnaus
1980	Beach volley saapui Suomeen
1986	Ensimmäinen beach volley -turnaus televisioitiin
1987	Ensimmäinen miesten MM -turnaus
1988	Ensimmäinen miesten SM -turnaus
1989	Miesten Beach Volley World Circuit
1990	Ensimmäinen naisten SM -turnaus
1992	Näytöslaji Barcelonan olympialaisissa Naisten Beach Volley World Circuit
1996	Trial period olympialaisissa Atlantassa
2000	Beach volley sai virallisen olympialajin arvon

Olympialaisissa pelattiin ensimmäisen kerran beach volleytä Barcelonassa vuonna 1992, tosin vain näytöslajina. Marraskuussa 2000 Kansainvälinen olympiakomitea ilmoitti, että beach volley on virallinen olympialaji. Beach volley on täyttänyt Kansainvälisen Olympiakomitean asettamat olympialajivaatimukset vuodesta 1996 alkaneessa olympialajikokeilussa. Yhtenä perusteena virallisen olympialajin aseman saamiseen kansainvälinen olympiakomitea nimesi beach volleyn voimakkaan yleisömäärien kasvun. Ensimmäiset olympiakultamitalit ratkaistiin 1996 Atlantassa. (Kansainvälisen Lentopalloliiton internetsivut 2.)

2.2 Beach volleytä vai rantalentopalloa

Beach volley varmistettiin lajin viralliseksi nimeksi Suomessa vasta toimintakaudella 2000. Beach volleyn nimen taustalla on lajin kansainvälinen ja FIVB:n käyttämä nimi. Englannin kielestä peräisin oleva termi beach volley on myös lajin markkinoinnin kannalta käyttökelpoisempi kuin rantalentopallo. Beach volley termillä haluttiin myös päästä eroon lajin harrastemaisesta imagosta, joka termistä "rantalentopalloilu" olisi saattanut olla helpommin johdettavissa. Rantalentopalloilusta puhuttaessa siis tarkoitetaan organisoimatonta rannalla tapahtuvaa palloilua. Beach volleyllä tarkoitetaan organisoitua ja Suomen Lentopalloliiton alaisuudessa toimivaa urheilulajia, jolla on erillinen pelisäännöstö ja lajitoiminta. Lajin virallinen nimi beach volley on jo yleistynyt erityisesti nuorison keskuudessa. Kun nuoret kesäisin menevät uimarannalle, he lähtevät "biitsille", yhä harvemmin rannalle.

2.3 Beach volleyn tulo Suomeen

Beach volley tuli Suomeen suoraan nykyisessä kahdella kahta vastaan pelimuodossaan 1980-luvun alussa. Yksittäiset seurat ja yrittäjät järjestivät yksittäisiä beach volley -turnauksia jo 1980-luvun vaihteessa. Tuolloin seurat ja järjestäjät osallistuivat yleensä itse myös pelaamiseen. Pieksämäellä järjestettiin jo 1980-luvun alussa yksityisten järjestäjien organisoimia beach volley -turnauksia. Lentopalloliiton virallisesti organisoimia beach volley -turnaustapahtumia pelattiin vasta 1980-luvun lopulla. Lajin harrastajajoukko oli erittäin pieni 1980-luvun loppuun saakka. Lentopalloliitto järjesti ensimmäisen beach volleyn Suomen Mestaruus-turnauksen vuonna 1988 puolivirallisena kutsuturnauksena. Naisten Suomen Mestaruus ratkaistiin ensimmäisen kerran vuonna 1990. Tällä hetkellä beach volleyn Suomen Mestaruuksia ratkotaan turnauksissa aina C-junioreihin saakka. (Kts. Taulukko 2. Sivu 8)(Suomen lentopalloliitto 1998, 66-68.)

Beach volley -turnauksien kesäinen runko säilyi Suomessa yksittäisten turnauksien muodostamana ja rakenteellisesti järjestäytymättömänä aina kesään 1997. Harrastajamäärien ja turnauksien kasvusta johtuen Lentopalloliitto otti järjestääkseen

virallisen Suomen Mestaruus- pelaajakiertueen. Pääsponsorina oli tuolloin O`Neill. Turnauskiertue pelattiin nimellä O`Neill Beach Tour. Kiertueeseen kuului neljä osakilpailua, joiden kokonaissijoitukset kaikki neljä turnausta huomioiden ratkaisivat vuoden 1997 Suomen Mestaruudet. (Kiila 1/97, 20-21; Iiskola 1997, 16.)

Vuodesta 1997 alkaen beach volley on ollut ylimmällä pelaajatasolla Suomen Lentopalloliiton organisoimaa lajitoimintaa. Suomen Lentopalloliitto on neuvotellut kesä- ja kiertuekohtaisesti sponsorisopimuksista. Kunnat ovat osallistuneet suurissa tapahtumissa kilpailujärjestelyihin luovuttamalla tiloja ja välineitä järjestäjien käyttöön. Vuonna 1999 tuli ylimmän beach -pelaajakiertueen (Pro-Tour) lisäksi haastajakiertue (Challenger-Tour), jonka kautta oli mahdollista nousta ylimmälle kiertueetasolle. Suomen Lentopalloliitto organisoii molemmat kiertuemallit perusideanaan kehittää beach volley -turnaustapahtumaa ja sen ohjelmasisältöä. (Iiskola 1999, 12-13.)

2.4 Beach volley “uuden” ilmentäjänä

Beach volley on edelleen vahvasti sidoksissa lentopalloon. Suurin osa beach volleyyn pelaajista pelaa talvikaudella lentopalloa liiton alaisissa sisäsarjoissa. Beach volleyyn Suomeen tulo ja varsinainen pelitoiminta sijoittui alkuvaiheessa paikkakunnille, joissa oli myös vahva lentopallokulttuuri ja lentopallon harrastajamäärät olivat korkeat. Lentopallon harrastajia oli vuonna 2000 n. 150 000, joista nuoria oli n. 25 000. Rekisteröityjä pelaajia oli 18 000, joista 8 000 junioreita. Lentopalloliiton sarjoissa oli rekisteröitynä n. 2 900 joukkuetta juniorijoukkueiden määrän ollessa 1 400. Jäsenseurojen määrä oli n. 900. (Suomen lentopalloliitto 2000a, 5.)

Siitä, kuinka moni lentopallon pelaaja harrastaa myös beach volleytä, ei ole olemassa virallisia tilastoja. Kuitenkin huomattava osa aktiivilentopalloilijoista pelaa beach volleytä kesäisenä harjoittelumuotona. Beach volleyyn pelaajakiertueen osanottomäärien kasvu on yksi osoitus pelaajamäärien ja beach volleyyn kiinnostuksen kasvusta. Ensimmäisellä virallisella pelaajakiertueella vuonna 1997 osanottomäärät olivat pelaajapareittain miehillä 23 ja naisilla 12 pelaajaparia. (Kiila 4/97, 17.) Vuoden 2000

beach volleyn pelaajakiertueella osanottomäärät pelaajapareittain olivat 52 mies- ja 28 naisparia. Aikuisten osanottajamäärä on kasvanut vuosittain, mutta junioreiden SM-turnauksien osallistujamäärissä tapahtui kaudella 2000 selkeä notkahdus. Kaudelta 1999 kaudelle 2000 pelaajaparimäärä väheni 105:stä 89:ään joukkueeseen. (Kiila 4/2000, 13.) Syynä junioriparien vähenemiseen erityisesti A-junioreissa saattaisi olla pelien koventunut taso nuoremmissa ikäluokissa. Harrastamisen kiinnostavuus joutuu koetukselle, jos pelkällä lahjakkuudella ei enää menesty.

Taulukko 2. Beach volley -joukkueiden osallistumismäärät SM-turnauksiin kausina 1997-2000

SM-turnaus joukkuetta kaudella	1997	1998	1999	2000
miehet	23	44	43	52
naiset	12	31	30	28
A-pojat	13	19	26	14
A-tytöt	9	8	10	7
B-pojat	15	27	29	18
B-tytöt	15	11	13	19
C-pojat	13	21	16	8
C-tytöt	15	12	11	23
Yhteensä	115	173	178	169

Lähteet: Kiila 4/97, 17; Kiila 4/98, 13; Kiila 4/99, 13; Kiila 4/00, 13.

Beach volley miellettiin ja ehkä vielä osin mielletään "rantaleijonien" lajiksi. Hiekka, aurinko ja paljas pinta ovat lajin media- ja yleisöperusta. Beach volley on uusi laji Suomen liikuntakulttuurissa. Se antaa mahdollisuuden harrastaa palloilua kesäisen kuntourheilun merkeissä. Beach volley on myös kilpaurheilulaji vastapainona muutakin kuin kuntourheilua harrastaville. Taloudelliset investoinnit lajin harrastuksen aloittamiseen ovat pienet. Pelaaja tarvitsee vain pallon, verkon ja paikan harrastaa, mutta

hiekkarantakaan ei ole välttämätön. Beach volleytä katsellessa ei voi kuin todeta, että laji on nuorekas ja ehkä hiukan seksistinen. Urheilulajina beach volleyyn on helppo samaistua. Nuorille on tarjolla uusi kesäurheiluharrastus.

2.5 Beach volley -kulttuuri

Kulttuurisen merkityksen käsite on monivivahteinen. Kulttuurin käsityksellä tarkoitetaan elämäntapaa, yhteiskuntaa, ihmisen taiteellista ja älyllistä kykyä, joka erottaa ihmisen muusta eläinkunnasta, sivilisaatiota. Kulttuurilla voidaan nähdä olevan yhteyttä myös yhteisön normijärjestelmään ja ihmisen elämänalueita koskeviin normeihin. Kulttuurinen merkitys käsittää kulttuurin vaikutuksen ihmisen normaaleihin toimintoihin ja ajattelumalleihin. (Koski 1994, 60-61.)

Beach volleyyn kulttuurinen merkitys voidaan nähdä uutena kulttuurisuuntauksena, uutena vaihtoehtona purkaa tunteitaan ja kehittää henkisesti ja fyysisesti itseään. Vaikka itse laji kehittyikin säännöstöltään vuosittain, niin siitä huolimatta lajin rento rantailmapiiri luo aivan oman ilmapiirin pelaajille ja lajista kiinnostuneille. Beach volley sitoo kulttuurillisesti itsenäisen harrastajaryhmän samanlaisen elämäntyylin ja elintapojen alle. Se yhdistää lentopalloilevaa harrastajajoukkoa vuodenaikana, jolloin muu lentopallotoiminta on vähäisimmillään. Beach volley antaa nuorisolle uudenlaisen vaihtoehdon kesäillan viettotavaksi. Pohjoisesta maantieteellisestä sijainnistamme johtuen beach volley joutuu ideologiallaan ja toiminnallisuudellaan taistelemaan ei vaan muita perinteisiä kesäurheilulajeja vaan myös pohjoista ilmastoamme vastaan.

Beach volleyyn kulttuurillista merkitystä tarkastellessa voidaan löytää selviä yhtäläisyyksiä muihin uudehkoihin urheilulajeihin kuten esimerkiksi lumilautailu ja rullaluistelu. Lumilautailu on alkujaan kehittynyt lainelautailun talviseksi harrastusmuodoksi (Humphreys 1997, 148-149), aivan kuten beach volley on kehittynyt lentopallosta. Hasasen (2001) mukaan lumilautailussa on selvästi nähtävissä nuorison identiteetin kehittymistä urheilulajin kautta. Lumilautailijat vahvistavat identiteettiään lumilautailijoiden kiinteään ryhmään kuulumisella. Ryhmän jäsenet jakavat samanlaiset

merkitykset , käyttäytymisen sekä normi- ja arvojärjestelmän. (Hasanen 2001, 2,31-32). Beach volleyn kulttuurillinen ilmapiiri myötäilee pitkälti myös lumilautailun kulttuurillista ilmapiiriä. Hasasen (2001) mukaan myös elämyksellisyys ja hauskuus kuuluvat kiinteästi lumilautailun kulttuurillisen identiteetin rakentamiseen. (Hasanen 2001, 36-37).

3 SEURA ORGANISAATIONA

3.1 Seuraorganisaatioiden kehittyminen

Organisaation määrittely aloitetaan määrittelemällä järjestelmä. Järjestelmä määritellään kokonaisuudeksi, jossa osatekijöiden välillä on vuorovaikutusta. Organisaatiosta voidaan puhua kun järjestelmän vuorovaikutussuhteet ja rakenne-elementit (esimerkiksi erilaiset roolit odotuksineen) ovat vakiintuneet ja osin virallistuneetkin erilaisina säännöksinä, yhteyskaavioina tai valtarakenteina. (Heinilä 1986, 3-4.)

Seuran perustamisvaiheessa törmätään yleensä kysymykseen, voitaisiinko jo olemassa olevilla seuraorganisaatioilla kattaa toiminnallisesti myös uusi, haluttu vaihtoehto. Mietittäväksi tulee myös uuden seuran toimintamuotojen kartoitus ja tarkastelu. Mille toiminnan ja urheilun osa-alueille perustettavassa seurassa halutaan keskittyä? (Heinonen & Pulkkinen 1992, 265-269.) Tarkasteltaessa organisaatiota rakenteellisesti huomataan myös rakenteeseen vaikuttavana tekijänä organisaation koko. Mintzbergin mukaan mitä suurempi organisaatio on, sitä jäsentyneempi on sen rakenne ja erikoistuneempia työtehtävät. Toimintayksiköt ja hallinnolliset osa-alueet ovat kehittyneempiä suuremmassa organisaatiossa. (Mintzberg 1979, 230-231.)

Seuraorganisaatiot voidaan jakaa toiminnallisten lähtökohtien perusteella kahteen eri osaan. Voidaan puhua niin sanotuista laaja-alaisista yleisseuroista ja yhteen tai kahteen lajiin keskittyvistä erikoisseuroista. Beach volley -seurat ovat erikoisseuroja, joissa keskitytään ainoastaan beach volleyn toiminnalliseen ja urheilulliseen kehittämiseen. Erikoisseurat pystyvät paremmin vastaamaan kehityksessä tarvittavaan seuran sisäiseen muutoskykyyn. Koska beach volley on lajina nuori ja seurat toiminnaltaan vielä nuorempia, ei beach volley -lajiseurojen toiminnassa ole vanhojen organisaatorakenteiden stabiilisuutta ja kaavoittuneisuutta.

3.2 Organisaation rakenneulottuvuudet

Organisaation rakenne kertoo organisaation sisäisestä työnjaosta, kommunikaation kulkureiteistä ja valtaan liittyvistä hierarkiasuhteista. Organisaation rakenteen keskeisiä selittäviä käsitteitä ovat jäsenten rooleihin, työnjakoon, sääntöihin ja päätöksentekoon liittyvät kolme käsitettä: spesialisaatio, standardisaatio ja sentralisaatio. Spesialisaatio viittaa työnjaon tarkkuuteen sekä organisaation eri alaosastoihin ryhmittelyyn. (Slack & Hinings 1987, 188.) Spesialisaatio tarkoittaa roolien ja toimintojen kirjoa, esimerkiksi lajiliitoissa hallinnon, teknisen puolen, vapaaehtoisten ja ammattilaisten roolien erittelyä. (Koski 1998, 24-25.) Lentopalloliitossa voisi olla spesialisaation esimerkkinä vain beach volleyyn erikoistuneita valmentajia tai valmentajat vastaisivat kukin vain tietystä valmennusikäryhmästä.

Standardisaatio viittaa olemassa oleviin sääntöihin ja toimintatapoihin, jotka on usein määritettyinä kirjallisessa muodossa koskien organisaation toimintoja. (Slack & Hinings 1987, 189.) Kyseessä on siis organisaation väline toimintojen koordinointiin. Suunnitelmien esittäminen on esimerkki standardisaatiosta. Standardisaatiota voidaan toteuttaa ns. syötteiden, itse toimintojen tai työsuoritusten muodoissa. Urheilijoiden jako erillisiin valmennusryhmiin on esimerkki syötteiden standardisoinnista. Toimintaja taloussuunnitelman laadinta on toimintojen standardisointia. Tuotosten standardisointia ilmenee mm. harjoitus- ja kilpailuaikatauluina tai systemaattisena tuotosten arvioimisena. (Slack & Hinings 1987, 189.)

Sentralisaatiolla tarkoitetaan organisaation päätösvallan "sijaintia" eli sitä, kenellä tai millä on valtaa koskeva auktoriteetti organisaatiossa. Toisin sanoen, millä tasolla päätöksenteossa on valta ja mitkä hierarkian tasot osallistuvat päätöksen valmisteluun. (Slack & Hinings 1987.) Keskitetyn päätöksentekojärjestelmän etuja on nopea päätöksenteko. Päätöksentekijöillä on myös suurempi toimivalta ja vapaus tehdä ratkaisuja. Vastaavasti hajautetussa päätöksentekomallissa ylimmän johdon aika ei kulu vähempiarvoisten päätöksien tekemiseen vaan ne tehdään lähempänä itse toimintaa. Tämä mahdollistaa ylimmän johdon ajankäytön tärkeisiin ja laaja-alaisiin päätöksiin.

(Juuti 1989, 213.) Slack (1997) toteaa sentralisaation olevan tarkoitukseltaan paras tapa saavuttaa liikuntaorganisaation ohjattavuus ja hallinta. Liikuntaorganisaation taloudellista toimintaa ajatellen sentralisaation etu on myös taloudellisten kustannusten vähäisyys verrattuna hajautettuun organisaation. (Slack 1997, 59.) Tarkasteltaessa 1990-lukua Miller (1997) toteaa keskitetyn johtamisen mallin olevan usein myös yhdistettävissä erittäin byrokraattiseen ja dogmaattiseen johtamisen tapaan. Keskitetyssä johtamisen mallissa huomioidaan työntekijöiden tarpeita hajautettuja hallinto- ja organisaatiomalleja vähemmän. On huomattavaa, että myös työntekijöiden työmotivaatio ja työstään saamansa tyydytys kärsivät keskitetyssä johtamisen mallissa. (Miller 1997, 51.)

Tarkasteltaessa organisaation kokoa ja sen vaikutuksia organisaation rakenteisiin Slack (1997) toteaa organisaation suuruuden henkilöstömäärällä mitattuna olevan suorassa yhteydessä organisaation spesialisaatioon. Suurella henkilöstömäärällä on suora ja kiinteä yhteys organisaation työtehtävien eriyttämiseen ja tarkennukseen. Suuressa organisaatiossa tulee taloudellisesti mahdolliseksi eritellä työtehtäviä tarkemmin. (Slack 1997, 121-122.) Kun organisaation henkilöstömäärä kasvaa ja toiminta lisääntyy voimakkaasti, niin organisaation sentralisaatiossa tapahtuu muutos päätöksenteon hajaannuttamiseen. Asioiden voimakas keskittyminen ei ole enää mahdollista sen kuormittaessa liian paljon harvoja, keskeisiä henkilöitä. Näille päättäjille kasaantuvasta työtaakasta hajaannutetaan päätöksentekoa useammille päätöksentekijöille. (Slack 1997, 122-123.) Myöskin sentralisaatiolla ja organisaation suuruudella on siis olemassa selvä syy-yhteys.

3.3 Seuratoiminnan rahoitus

Yleishyödyllisten yhteisöjen kuten esimerkiksi tavallista urheiluseurojen rahoitusta voidaan lähteä tarkastelemaan taloudellisten tunnuslukujen kuten Quick Ration = $\text{Rahoitusomaisuus} / (\text{Lyhytaikaiset velat} - \text{Ennakkomaksut})$, Current Ration = $(\text{Rahoitusomaisuus} + \text{Vaihto-omaisuus}) / \text{Lyhytaikainen vieras pääoma}$ ja velkaantumistasen = $\text{vieraan pääoman ja oman pääoman ja varauksien summan välisen suhteen}$ kautta. Puronahon ja Matilaisen (1997) mukaan seuratoiminnan kustannukset

katetaan pääasiassa suoraan lasten vanhempien kukkaroista, vanhempien tekemän talkootyön avulla sekä vanhempien hankkimien sponsorisopimusten kautta. (Puronaho & Matilainen 1997, 2.) Seuratoiminnan rahoituksessa seuran suurin merkitys resurssien hankinnassa on luoda yhteyksiensä, vapaaehtoistyöntekijöidensä sekä luottamushenkilöidensä avulla tilaisuus varainhankintaan. Seura ohjaa myös toimillaan varainhankinnan kulkua ja kanavoi käytettävissä olevia resursseja oikeisiin kohteisiin.

Liikuntaseurojen tuottojen ja kulujen pääryhmittely on seuraava (Puronaho & Matilainen 1997, 8.):

1. Varsinainen toiminta, kuten valmennus-, koulutus-, kilpailu-, nuoriso-, julkaisu-, tiedotus-, hallinto- ja muu varsinainen toiminta,
2. Sijoitukset ts. sijoitusluonteisen omaisuuden tuotot, kuten korko- ja vuokratulot, sekä saman omaisuuden hoitamisesta aiheutuneet kulut,
3. Varainhankinta, kuten jäsenmaksu, myyjäis-, arpajais- ja lahjoitustuotot ja kulut,
4. Korot,
5. Avustukset ja
6. Poistot
7. Tilikauden tulos
8. Varausten lisäys/vähennys
9. Ylijäämä/Alijäämä

3.3.1 Varsinainen toiminta

Liikuntaseurojen ympäristönsä kanssa harjoittamaa yhteistyötä tarkasteltaessa on huomattava, että erityisesti toiminnallisesti suuntautuneiden vapaaehtoisorganisaatioiden aika ja osittain myös mielenkiinto eivät riitä ympäristön aktiiviseen tiedostamiseen. Liikuntaseuroilla on tietynlainen kiinteä kumppanien ryhmä, jonka kanssa yhteistoimintaa harjoitetaan. Tämän peruskumppanien ryhmän muodostavat kodit, kunta, liike- ja tuotantolaitokset, koululaitos ja tiedotusvälineet. Seurojen yhteistyö painottuu perinteisesti resurssiasioihin eli talous- tai tilakysymyksiin. Suotuisin yhteistoimintaympäristö näyttää olevan kaupunki, jossa asukkaita on 10 000:n ja 20

000:n välillä sekä sitä pienemmät paikkakunnat. Näillä paikkakunnilla ihmisten vuorovaikutusverkko on vielä riittävän tiivis, eikä seuraehdokkaita ole vielä liian runsaasti verrattuna yhteistyötahojen määrään. (Koski 1994, 115.)

Valmennustoiminnan tuottojen prosentuaalinen osuus seurojen kokonaistuotoista kasvoi vuosina 1989-1995 kolmesta kahdeksaan prosenttiin samalla kun valmennustoiminnan kulut kasvoivat seitsemästä seitsemääntoista prosenttiin. (Puronaho & Matilainen 1997, 10-11.) Vuonna 1995 seurat käyttivät koulutustoimintaan yhteensä 65 Mmk, saaden siitä tuloja noin 55 Mmk. Kilpailutoiminta toi seuroille niiden jokaisesta 10:stä markasta kolme vuonna 1995. Samana vuonna kaikenkokoisten seurojen kilpailutoimintaan käytettiin 35-49 % seurojen varoista. Kansainvälisen kilpailutoiminnan merkitys seuroille oli vuonna 1995 lähes olematon. Tuottoja ei ollut juuri lainkaan ja kuluja ainoastaan muutamista yksittäisistä tapahtumista. (Puronaho & Matilainen 1997, 11-12.)

3.3.2 Yhteistyökumppanit

Seuran aktiivinen vuorovaikutus ympäristöön on perusteltua, kun se edistää seuran uudistumiskykyä ja ympäristön voimavarojen hyväksikäyttöä. Ympäristön vaikutuksen tulisi vakauttaa ja kehittää seuran toimintaa. Seuran liian voimakas suuntautuminen ympäristöönsä taas saattaa olla uhkana seuran oman identiteetin ja toiminnallisten rajojen kannalta. Heinilän mukaan on mahdollista, että seura menettää toiminnallisen tarkoituksensa tai se saattaa muuttua seuran yhteistyökumppanin haluamaan suuntaan. (Heinilä 1986, 12.)

Tämän asian ymmärtäminen pelaajälhtökohtaisesta näkökulmasta avaa mahdollisuuden hyödyntää yksityisen sektorin tarjoamaa taloudellista tukea beachvolleyn seuraorganisaatiomuodoissa. Heinilän tuoman näkökulman voi kääntää päinvastaiseksi. Se mahdollistaa toimivan yritys - seura-symbioosin, jossa molemmat hyötyvät toisistaan. Seuran identiteettiä ei asetetakaan ulkoisen sektorin uhan alle vaan tietoisesti rakennetaan toimintamalli, jossa identiteetti kaupataan ja toiminnallisuudelle asetetaan ehdot yhteistyökumppanin puolesta. Asetettuja ehtoja vastaan seuraorganisaatio saa vastineeksi

taloudellisen pohjan toiminnalleen. Yhteistyökumppanuus on uudessa parimuotoisessa sponsorinimellä toimivassa seuraorganisaatiossa hyödynnettävissä visuaalisesti näkyvällä tavalla.

3.3.3 Avustukset

Seurojen vuosittaisia kokonaistulorahoituksia tarkasteltaessa on kunnallisen sektorin myöntämän toiminta-avustuksen osuus ollut viime vuosina noin seitsemän prosenttia, mikä on saman verran kuin seurojen vuosittain jäsenmaksuista saamat tulot. (Puronaho & Matilainen 1997, 2,16.) Vaikka kunnallisen sektorin avustusmarkkoja on leikattukin 1990-luvulla ohjautuu beach volleylle siitä huolimatta ainakin osa lentopalloseurojen tukemiseen tarkoitetuista avustusmarkoista. Usein lentopalloseuran alaisuudessa tapahtuvaan beach volley -toimintaan ohjataan siis lentopalloon osoitettuja avustusmarkkoja.

3.4 Seuratoiminnan verotus

Yleishyödylliset yhteisöt kuten muun muassa nuoriso- ja urheiluseurat toimivat yleiseksi hyväksi. Toiminnan on oltava avointa kaikille ja se ei saa tuottaa siihen osallisille taloudellista etua. Kaikkien kolmen edellä mainitun edellytyksen tulee olla voimassa kun puhutaan yleishyödyllisestä yhteisöstä. Yleishyödyllisen yhteisön tuloja tarkasteltaessa yhteisö on kunnallisverotuksessa verovelvollinen vain liiketuloistaan. (Räsänen 1996, 4-5.) Beach volleyn erikoisseurojen verotus täyttää kaikilta osin yleishyödyllisen yhteisön tunnusmerkit. Toiminnallisesti beach volleyn erikoisseurat ovat kuin normaalit urheiluseurat. Kun tarkastellaan pelaajaparin muodostamaa sponsorinimen alaista toimintamallia, niin yleishyödyllisestä yhteisöstä ei voida enää puhua. Kaikki kolme yleishyödyllisyyden edellytystä jää täyttymättä. Toiminta koituu vain parin osapuoliskojen hyväksi. Se on siis rajoitettua ja toiminnalla pyritään nimenomaan taloudellisesti mahdollisimman hyvään tulokseen.

Pelaajaparin muodostaman urheiluseuran toimintamuoto on liiketoimintamuoto. Liiketoiminnan käsitteeseen luetaan muun muusassa ansiotarkoitus, voitontavoittelu ja yrittäjätoiminnan riskit. (Räsänen 1996, 9-10.) Beach volleyn seuramuodossa, jossa pari pelaa sponsorinimen alla, pelaajat vastaavat toiminnallaan seuran taloudellisesta kannattavuudesta. Kuitenkin tarkasteltaessa pelaajaparin muodostamaa seuratoimintaa liiketoimintana on huomioitava, että jos kyseessä olisi verovapaa yleishyödyllinen yhteisö, seuran taloudellinen etuisuus saisi olla enintään 50 000 mk vuodessa. Yhteistyösopimuksista ja turnauspalkkioista saatava taloudellinen hyöty on pelaajien ilmoitusvastuulla verottajalle. Jos taloudellinen etu ylittäisi 50 000 markkaa vuodessa pelaajien kannattaisi seurarekisteröityä jo verotusteknisistä syistä johtuen. Jos taloudelliset edut jäävät alle 50 000 markan on mahdollista, verotusseurannan puuttuessa, että sponsorinimellä pelaavat seurat eivät rekisteröidy vaan pelaajat hoitavat verotukselliset asiat omissa henkilökohtaisissa verotuksissa, jos hoitavat.

4 BEACH VOLLEYN SUUNTIA

4.1 Ammattimaistuminen

Seuratyötä tekevien motivaation taustalta on usein löydettävissä kilpa- ja huippu-urheilun tavoitteet. Ammattimaistumisen voi ymmärtää jatkumona, jonka kehityksen alkupäässä toiminta on tavoitteetonta ja epäjohdonmukaista harrastelijamaista puuhastelua, loppupäässään taas hiottua laatutasoltaan korkeata ammattityötä. Ammattimaistuminen on askel huippu- ja kilpaurheilua kohti. Ammattimaistumisen keskeisimpiä piirteitä ovat kokopäivätoimisuus, vakiintunut koulutusjärjestelmä ja ammattijärjestön luominen omine sääntöineen. (Koski ym. 1998, 35.) Suomen beach volleyn kansainvälisen kehittymisen yhtenä edellytyksenä on pelaajien järjestelmällinen ja määrätietoinen itsensä kehittäminen ja pelaajien taloudellisen perustan turvaaminen. Ammattimaistumisen ajankohtaisuus on konkreettisesti esillä, kun katsotaan lajin kasvavia harrastajamääriä ja median kasvavaa kiinnostusta lajiin.

Juridisesti ammattilais- ja amatööriurheilijan ero kulkee urheilijan ammatinharjoittamisesta saamassa rahallisen korvauksen määrässä. Jos urheilijan tulot ylittävät vuoden aikana 56 640 mk, puhutaan ammattilaisurheilijasta. Puoliammattilaisiksi Suomen Liikunta ja Urheilu määrittelee urheilijan, jonka vuositulot ovat 30 000- 56 640 mk. (Leskinen 2000, 8-9.)

Tarkasteltaessa prosessia, jossa amatöörimäisyydestä siirrytään ammattimaisuuteen voidaan löytää seuraavia erityispiirteitä:

- 1) Ammattimaistuminen merkitsee muodollisesti säänneltyä ajankäyttöä.
- 2) Ammattilaiset myyvät aikaansa ja osaamistaan saaden siitä rahallisen korvauksen.
- 3) Ammattimaisesti toimivalla organisaatiolla on yleensä virallinen osoite.
- 4) Ammattimaisella organisaatiolla on enemmän tai vähemmän pysyvät resurssien (taloudelliset resurssit) hankintalähteet tai sillä on mahdollisuus hyödyntää ulkoisia tai institutionaalisia resursseja kuten mm. markkinoinnin asiantuntijoita.

- 5) Ammattimaisuus edellyttää riittävää pätevyyden tasoa.
- 6) Ammattimainen asenne merkitsee pysyvää sitoutumista työhön ja halua kehittää itseään entistä paremmaksi työssään. Sitoutuminen työhön voi olla myöskin välineellistä. Päämäärien saavuttamista ei nähdä niin merkittävänä tavoitteena kuin esimerkiksi rahan ansaitseminen. Asiantuntemus ja kilpailukykyisyys ammattimaistumisessa muodostuvat työstä saatavan harjaantumisen ja kokemuksen myötä. (Koski ym. 1998, 36-38.)

Ammattimaisesti toimiva organisaatio toimii tehokkaasti ja pyrkii jatkuvasti takaamaan tuotteensa laadukkuuden. Ammattimaiselle toiminnalle tyypillistä on myös vastuu tekemisistä. Tämä tarkoittaa ennen kaikkea tulosvastuuta ja taloudellista vastuuta. Ammattimaisuuden myötä myöskin vallankäyttö kanavoituu ja hierarkisoituu selkeämmäksi kokonaisuudeksi organisaatiossa kuin vapaaehtoisilla amatöörimäisillä organisaatiolla. (Koski ym. 1998, 36-38.)

Vaikka Suomessa ei beach volleyssä juridista ammattilaispelaajan kriteeriä käyttäen olekaan monta ammattilaispelaajaa, ammattilaisuuteen liittyviä muita kriteerejä täyttyy. Maamme kärkipelaajat harjoittelevat järjestelmällisesti ja pyrkivät edelleen kehittämään itseään lajissaan. Taloudelliset resurssit on mahdollistettu yhteistyö- ja sponsorisopimuksin ja asiantuntemus sekä kilpailukykyisyys lähestyvät koko ajan kansainvälistä tasoa. Ammattimaiselle toiminnalle tyypillinen vastuu työstään tulee esille yhteistyösopimusten täytäntöönpanossa.

Suomessa valtaosa ammattilaisurheilijoista on keskeisimpien palloilulajien edustajia (mm. lentopallo). Seuroille tämä on merkinnyt huomattavia lisämenoja ja kasvattanut osaltaan niiden rahoitustarvetta. Ammattimaistumisen myötä joukkueurheilutoiminta kansallisella pääsarjatasolla ei enää ole urheilijan eikä seurankaan näkökannalta katsottuna harrastetoimintaa vaan vastaa normaalia elinkeinotoimintaa. (Sarhimaa 2000, 39.) Beach volleyssä pelaaja on etupäässä vastuussa toimistaan itselleen, koska esimerkiksi yhteistyökumppaneiden tuki tai turnauspalkintorahat kohdistuvat lähestulkoon yksinomaan pelaajalle itselleen.

Smith & Steward (1999) puhuvat ammattilaisuuden yhteydessä kilpailullisten ammattilaisuuden osatekijöiden lisäksi johtamisen lähestymistavasta ammattilaisuuteen. He pitävät eettisiä käyttäytymismalleja, imagoa, palveluita ja tarjottavaa tuotetta tärkeinä ammattilaisuuden kriteereinä. Eettisen käyttäytymismallin tulee sisältää moraalinen filosofia, joka keskittyy rehellisyyteen, reiluun henkeen ja turvallisuuteen. Smith ym. näkevät imagon luomisen ehdottoman tärkeänä mm. yhteistyökumppaneista taisteltaessa. Palveluilla tarkoitetaan tuotteen erityistä esilletuontia ja yhteistyökumppaneiden odotusten täyttämistä asiakaskohtaisesti. Suorituksesta puhuttaessa Smith & Steward korostavat ammattilaisuuteen tarvittavaa kovaa työtä ja ammattilaisuuden ansaitsemista. (Smith & Steward 1999, 3-5.)

4.2 Tapahtumamarkkinointi

Tapahtumamarkkinoinnin käsitteellä tarkoitetaan yrityksen osallistumista tapahtumaan tukijana tai yrityksen itsensä järjestämää tapahtumaa. (Tynan 1994, 159.) Tapahtumaa voidaan pitää myös teemallisena aktiviteettina, joka on luotu täyttämään kohderyhmän erityistarpeet. (Wilkinson 1988, 4-5.) Tapahtumamarkkinoinnin avulla tavoitellaan pienempää ihmismäärää kohdejoukkona kuin massamainonnalla. Tapahtumamarkkinoinnin peitto ja vaikutukset ovat suhteessa massamainontaan parempia. Tapahtumamarkkinoinnilla saavutetaan tarkemmin yrityksen tavoitteille oikea ja motivoitunut kohderyhmä. Suurille kohderyhmille tarkoitettua tapahtumamarkkinointia voidaan kutsua myös elämäntyyli-markkinoinniksi. Yritysten on mahdollista entistä tehokkaammin keskittyä vain haluamiinsa kuluttajakohderyhmiin. Kohderyhmien kriteereinä yritykset voivat käyttää esim. tuloja, kuluttajien vapaa-ajan harrastuksia tai muita kohderyhmän kiinnostuksen kohteita. (Schreiber 1994, 69-70.) Kuitenkin Rines kirjoittaa artikkelissaan - Measuring up in the Marketing Mix, että yritysten markkinointistrategioita ajatellessa itse markkinointiin vaikuttaviin taustatekijöihin tutustumiseen ja tutkimiseen käytetään erittäin vähän voimavaroja jos lainkaan. Lisäksi Rines toteaa, että yhä edelleen henkilökohtaisilla suhteilla on liian vahva vaikutus yrityksen markkinoinnista

päätettäessä. (Rines 2001, 28-29.) Tapahtumamarkkinointia voidaan pitää keinona erottua muista alan kilpailevista yrityksistä. Yhtenä tapahtumamarkkinoinnin etuna nähdään lisäksi yrityksen omien sisäisten arvojen ja imagojen välittäminen kohderyhmälle. (Schreiber 1994, 69-70.) Caruona & Leyland (1997) toteavat, että kohderyhmälle markkinoitavan tuotteen tulee vastata todellisuutta ja asiakkaiden huomioiminen myöskin jatkossa on osa onnistunutta markkinointia. (Caruona & Leyland 1997, 605-606.)

Tapahtumamarkkinointi edistää myös suhdetoimintaa eri yritysten välillä. Suhdetoiminnan osuus korostuu tapahtumamarkkinoinnissa yritysten välisten vuorovaikutussuhteiden kautta. Yritykset hyödyntävät tapahtumamarkkinointia myös omassa mainonnassaan. (Wilkinson 1988, 4.) Tyypillinen tapahtumamarkkinointitilaisuus on pienimuotoinen asiakas - yritys henkilöstösuhteita rakentava tilaisuus, jonka tarkoituksena on madaltaa kynnystä yhteiseen toimintaan. Tilaisuuksissa esitellään yrityksen tuotteita ja yritetään vaikuttaa asiakkaiden mielipiteisiin yrityksen imagokuvasta. (Suolanen 1998, 14; Wilkinson 1988, 4.)

Yleisimpiä syitä Wilkinsonin (1988, 6) mukaan tapahtumamarkkinoinnin kasvuun ovat seuraavat neljä tekijää:

- 1) tapahtumamarkkinointi on markkinointikeino, joka täydentää ja vahvistaa muiden markkinointiviestintätoimien tehoa
- 2) tapahtumamarkkinointi mahdollistaa tiettyyn kohderyhmään vaikuttamisen
- 3) tapahtumamarkkinointi on tehokas ja kannattava keino tavoittaa erityinen markkinasegmentti
- 4) tapahtumamarkkinointi antaa mahdollisuuden joustavuuteen kohderyhmän kokoa ajateltaessa. Tapahtuman luonteesta riippuen kohderyhmä voi olla joko paikallinen, valtakunnallinen tai kansainvälinen.

Suuren urheilutapahtuman saaminen talousalueelle tuo tuloja paitsi järjestäjille myös monille palvelun, kaupan ja liikennöinnin yrityksille. Suurimman yksittäisen urheilutapahtuman Super Bowlin on laskettu tuovan pelkästään tuloja

järjestäjäkaupungille noin 350 miljoonan dollarin edestä. Tapahtuma kerää 90 000 -100 000 vierasta järjestäjäkaupunkiin noin viikon ajaksi. (Tollet 2001, 16-17.)

Tarkasteltaessa kaupungin ympärillä olevaa laajempaa talousaluetta löytyy myös taloudellisia menettäjiä. Tapahtumakaupungin viereisissä kaupungeissa mahdollisuus kulutuksen pienenemiseen on suuri. Markkavirrat poistuvat tapahtuman mukana oman talousalueen ulkopuolelle. Asukkaiden kulutus kohdistuu oman talousalueen ulkopuolelle eikä näin tue oman talousalueen kasvua. Kaupungin saaman julkisuuskuvan arvoa ei voida rahallisesti mitata, mutta esimerkiksi Jacksonville markkinoi itseään Super Bowl -kaupunkina hakuprosessin päätyttyä voitokkaasti - ei kasvukeskuksena, jonne olisi hyvä muuttaa. (Tollet 2001, 16-17.) Jacksonvillen Super Bowl -kaupungin myötä muiden lähikaupunkien julkisuusarvo saattaa vähetä.

Suomessa yhtenä tapahtumamarkkinoinnin esimerkkinä voidaan pitää entisen Neste Oy:n, nykyisen Fortum Oy:n osallistumista Rallin MM-sarjan Suomen osakilpailun sponsorointiin. Rallin nimenä oli tuolloin Neste Rally Finland. Tapahtumapaikkana oli Jyväskylä ja sen lähialueet. Jyväskylän alueen liike-elämä sai merkittävää tulohyötyä ulkopaikkakuntalaisilta kisaturisteilta. Vuonna 1996 tehdyn tutkimuksen mukaan Neste Rally toi tuloina Jyväskylän alueelle 39 - 48 Mmk, josta 25 - 39 Mmk tuli kilpailualueen ulkopuolella asuvilta kisaturisteilta. Pelkästään kilpailun televisiolähetyksien kesto muutettuna mainosarvoksi oli 15.5 Mmk. (Salo ym. 1997, 11-12.)

4.2.1 Urheilutapahtuman järjestäminen

Katsojien ja yhteistyökumppaneiden kannalta hyvä urheilutapahtuma koostuu useasta erillisestä tapahtuman osatekijästä, jotka yhdessä muodostavat kiinteän kokonaisuuden. Smith & Steward (1999) mukaan urheilutapahtumaan kuuluu tapahtuman vahvuuksien, heikkouksien, mahdollisuuksien ja uhkakuvien kartoitus pelaajien, taloudellisen taustan, markkinoinnin, palveluiden, henkilöstöhallinnollisten asioiden ja laillisuuden kannalta. Näiden erilaisten osatekijöiden huomioiminen pienentää tapahtuman epäonnistumisen riskiä. Smith ym. mainitsee myös urheilulajin julkisuuskuvan vaikuttavan oleellisesti

tapahtuman saamaan vastaanottoon. (Smith & Steward 1999, 250-260.)

Urheilutapahtuman järjestäjä suunnittelee yhdessä asiakkaan ja/tai tapahtuman oikeuksien omistajan kanssa (esimerkiksi lajiliitot) toimintasuunnitelman tapahtuman järjestämiseksi. Tapahtuman talousarvio laaditaan yhdessä huomioonottaen kyseisen hetken asiakkaan/oikeuksien omistajan käytettävissä oleva pääoma. Talousarvio tehdään mahdollisimman realistiseksi eli sen perustana ovat niin sanotut urheilutapahtumasta saatavat varmat tulot. (Adams 1997, 28.) Suunnitteluvaihe jatkuu koko prosessin ajan. Se elää yhtä lailla tapahtuman kehittämisen mukana. Aikaisempi kokemus tapahtuman järjestämisestä ja luovuus ovat vahvuuksia uutta tapahtumaa suunnitellessa. (Alaja 2000, 160-161.) Yhteistyökumppaneiden etsinnässä keskitytään yrityksiin tai yhteisöihin, jotka pystyisivät parhaiten vastaamaan urheilutapahtumassa vaadittaviin palveluihin ja taas, jotka hyötyisivät itse saamastaan julkisuudesta tapahtuman yhteydessä. Urheilutapahtumaa järjestettäessä on aina viisasta ottaa yhteyttä myös kisatapahtuman kuntaan ja varmistaa, että asia on myös paikallisten päättäjien tiedossa. Paikallisella tasolla neuvotellaan tapahtumaan mahdollisesti tarvittavan sairaanhoidon, julkaisujen, ruokailujen yms. järjestämisestä. Tapahtuman mainonnassa kiinnitetään erityisesti huomiota yhteistyökumppaneiden maksimaalisen mainosnäkyvyyden turvaamiseen, tuotemerkkien tunnistamiseen tapahtuman yhteydessä ja yhteistyökumppaneiden segmentoimiseen tapahtuman tukijoina, siten että jokainen yhteistyökumppani on ainut oman tuotemerkkinsä edustaja. (Adams 1997, 28.)

Suhonen toteaa kolumnissaan - Miksi Mainostaa? (Suhonen 1999, 17); "Kaikki mahdolliset tilanteet, joissa kuluttaja voi kohdata tuotteen/yrityksen on käytettävä hyväksi. Itse asiassa yhä harvemmin riittää pelkästään mainonta sen perinteisessä muodossa." Kun tapahtumaa järjestetään on huomioitava, että juuri tapahtuman ja yhteistyökumppanin välinen assosiaatio tekee tapahtumasta mielenkiintoisen yhteistyökumppanin kannalta. Mitä vahvempi yhteys sponsorin ja tapahtuman välillä on ja mitä paremmin tapahtuma on assosioitavissa myös sponsoriin sitä tehokkaampi vaikutus kuluttajaan tapahtumamarkkinoinnilla on. Tapahtuman järjestäjän ja yhteistyöyrityksen välisellä sponsorointisopimuksen laadulla on myös vaikutusta

kuluttajan saamaan mielikuvaan yritys - urheilutapahtuma kokonaisuudesta. Esimerkiksi urheilutapahtumassa suoralla mainonnalla voi olla negatiivista vaikutusta yrityskuvaan, jos tapahtuman ja yrityksen mielikuvalinkki on heikko. (D`Astous ym. 1995, 6-20.) Toisaalta laatukaan ei yksin riitä vaan sitä voidaan pitää perusedellytyksenä kaikissa tuotteissa. Markkinoitavan paketin kokonaisuus tulee ratkaisevaksi tekijäksi. (Oksanen 2000, 33.)

4.2.2 Beach volley -turnauksen järjestäminen

Lentopalloliiton asettamat beach volley -turnauksien hakukriteerit koventuvat joka vuosi. Hakemuksista on selvittävä turnausorganisaatio, pelipaikka, oheispalvelut ja aikaisempi järjestelykokemus. Järjestäjän tulee järjestää laadukas beach volley -tapahtuma, joka täyttää pelaajien, median ja yleisön odotukset. Vuonna 2000 kilpailulupamaksut Lentopalloliitolle olivat junioreiden SM-turnauksissa sekä Challenger Tourin osakilpailuissa 1 000 mk/turnaus. Pro Tourin kilpailulupamaksu oli 2 000 mk/turnaus. (Kiila 5/2000, 22.)

Järjestävän seuran/yhteisön tulee huolehtia siitä, että turnauksen tapahtumapaikka on keskeinen, beach volley -kenttien lukumäärän tulee olla 15-25 välillä ja tapahtumapaikalla tulee olla riittävät oheispalvelut mm. (ravintola-, kahvilapalvelut). Seuran/yhteisön tulee nimetä liitolle vastaavat toimihenkilöt turnaustapahtuman kilpailun johtamiseen, kentistä vastaamiseen, markkinointiin, ilmoittautumiseen ja tiedotukseen. (Suomen Lentopalloliitto 2000c, 1-2.) Suomen Lentopalloliiton Beach Volleyn Pro Tourin sopimusten mukaisesti järjestävällä seuralla on oikeus hankkia turnaukselleen yhteistyökumppaneita. Seura sitoutuu kuitenkin toimimaan yhteistyössä Suomen Lentopalloliiton hankkimien yhteistyökumppaneiden kanssa. Liitolla on lisäksi oikeus myydä omia ja yhteistyökumppaneidensa tuotteita turnaustapahtumien yhteydessä. Turnaustapahtuman markkinoinnista vastaa kunkin turnauksen järjestäjä. Järjestäjillä oli lähes vapaat kädet kaudella 2000 markkinoida turnausta parhaaksi katsomallaan tavalla tai olla sitä markkinoimatta. (Suomen Lentopalloliitto 2000c, 1-2.)

Tarkasteltaessa Suomen Lentopalloliiton asettamia turnausjärjestelyyn liittyviä kriteerejä järjestävän seuran/yhteisön kannalta huomio kiinnittyy yhteistyökumppaneiden hankintaan. Järjestävän seuran tulee turnauksessaan huomioida Lentopalloliiton yhteistyökumppaneiden oikeudet. Seuran tulisi yhteistyökumppaneita hankkiessa huolehtia siitä, että turnauksessa ei esiintyisi päällekkäistä tuotemainontaa liiton yhteistyökumppaneiden ja järjestävän seuran yhteistyökumppaneiden kesken. Järjestävän seuran yhteistyökumppaneiden hankkiminen siis vaikeutuu olennaisesti, kun ne joutuvat ottamaan huomioon Lentopalloliiton yhteistyökumppanit. Vaikka turnausjärjestyssojimuksessa ei tarkkaan mainita tätä päällekkäisen mainonnan kieltoa niin seura sitoutuu siitä huolimatta toimimaan yhteistyössä Suomen Lentopalloliiton yhteistyökumppaneiden kanssa.

Urheilutapahtumaa järjestettäessä tulisi aina arvioida jälkikäteen myös tapahtuman kulku ja järjestelyiden onnistuneisuus. Tämä tapahtuman arviointi on aivan yhtä oleellinen osa kokonaisuutta kuin itse suunnitteluvaihekin. Tapahtumaa tulisi tarkastella epäonnistumisten ja onnistumisten valossa miettien, missä asioissa tapahtumasta voisi oppia jotakin, mitkä tapahtuman vaiheet toteutuivat onnistuneesti, millainen palaute saatiin tapahtumaan osallistujilta (esimerkiksi katsojat, yhteistyökumppanit) ja olisiko tapahtuman uudelleen järjestäminen mielekäästä. (Smith & Stewart 1999, 257-260.)

Suomen Lentopalloliitto antaa julkaisuillaan (Pro- ja Challenger Tour) turnausjärjestäjille ohjerungon beach volley -turnauksien järjestämisestä. Ohjeista käy ilmi, mitä kaikkea tulisi huomioida, kun järjestetään toimiva beach volley -turnaus. Suoraa tiedonkulkua eri beach volley -turnauksien järjestäjiltä toisille ei Suomessa ole. Tiedonkulusta vastaa Lentopalloliitto.

4.3 Kansainvälistyminen

Suomen beach volley -pelaajataso on heikko. Suomalaisilla beach volley -pelaajilla ei ole kansainvälisiä turnausavutuksia. Yksikään mies- tai naispari ei ole vielä päässyt maailmankiertueella pelaamaan kiertueen varsinaisen pääsarjan turnauksiin. Pääsarjatornauksien karsintatornauksissa on osallistujia ollut jo parin vuoden ajan. Suomalaisia pareja ei ole osallistunut beachvolleyn Olympia- ja MM-turnauksiin. Muutamit kansallisen kärkemme pelaajaparit ovat osallistuneet yksittäisiin kansainvälisiin turnauksiin eri puolilla Eurooppaa kuitenkin saavuttamatta mainittavaa menestystä. Menestyäkseen parit tarvitsevat ympärivuotista sponsoritukea ja järjestelmällistä harjoittelua.

Turussa on järjestetty jo vuodesta 1999 kutsutornauksena miesten ja naisten avoimien sarjojen beach volley -turnaus. Turnausjärjestelyiltään ja markkinoinniltaan tapahtumaa voidaan pitää korkeatasoisimpana beach volley -tapahtumista Suomessa. Vuonna 2000 elokuussa pelatussa turnauksessa oli mukana pareja Italiasta, Venäjältä, Ruotsista ja Latviasta. Turnauspaikkana oli Varvintori Aurajoen varrella. Turnauksen pääsponsoreina toimivat yhteistyössä Nokia, Päämies ja Sonera. Markkinointiin oltiin panostettu nimenomaan internetin välityksellä. Citybeachvolleyn -internet-sivut tarjosivat yhteistyökumppaneiden mainoksien lisäksi mahdollisuuden tilata ja ostaa turnaustapahtumaan liittyvää oheismateriaalia. Tapahtuman markkinointiin oli käytetty usean hengen ammattinsa osaavaa markkinointiryhmää. (Vähäperko 2000, 11; Citybeachvolleyn internetsivut)

Helpottaakseen kansainvälisten pariien osallistumista Suomessa pelattaville turnauskiertueille, Suomen Lentopalloliitto on myöntänyt ulkomaisille beach volley pareille täyden osallistumisoikeuden Pro- ja Challenger Tourin turnauksiin. Paikka Pro-Tourin turnaukseen on hankittava yhtäläisin säännöin suomalaisiin pareihin verrattuna. (Valmennus X-press 3/2000, 13-15.) Tällä järjestelyllä Suomen Lentopalloliitto on osaltaan halunnut helpottaa kansainvälisen ottelukokemuksen saamista myös kotimaisilla turnauskiertueilla.

5 TUTKIMUSTEHTÄVÄN ASETTAMINEN

5.1 Tutkimuksen kohde ja rajaukset

Tutkimuksen kohdejoukkona oli beach volleyn Pro- ja Challenger Tourilla vuonna 2000 turnauspisteitä saaneet pelaajat. Pro Tourin naissarjan voittajapari sai kaudella 2000 neljätoista pistettä ja neljästoista joukkue pisteen. Miehillä maksimipistemäärä oli kaksinkertainen ja näin ollen pisteille pääsi 28 parasta paria turnauksessaan. Challenger Tourilla pelaajat saivat sijoituspisteitä siten, että voittajapari naisissa sai 8 pistettä ja kahdeksas joukkue pisteen. Miehillä oli kaksinkertainen maksimipistemäärä myös Challenger Tourilla. Lopputulosten kokonaispistemäärään laskettiin kolmen parhaan turnauksen tulokset. (Suomen Lentopalloliitto 2000b, 1-4.) Tutkimuksen kohderyhmäksi haluttiin rajata juuri nämä pelaajat, koska heidän katsottiin edustavan parhainta beach volleyn asiantuntijajoukkoa. Ammattimaistumiseen liittyvissä kysymyksissä kohdejoukko rajattiin turnauspisteitä saaneisiin pelaajiin, koska tutkimukseen haluttiin menestyneitä ja lajin kansallisella huipulla olevia pelaajia. Tutkimuksen kohdejoukoksi valitut pelaajat edustivat myös seuratoiminnallaan ja beach volleyn turnauskokemuksellaan lajin yleistä asiantuntemusta. Tarkastelu uloitettiin myös lajiin olennaisesti liittyviin taustatekijöihin. Tutkimuksen kohteina ovat myös beach volleyn seuratoimintamallit.

Tutkimuksessa keskitytään kolmeen tärkeään osa-alueeseen:

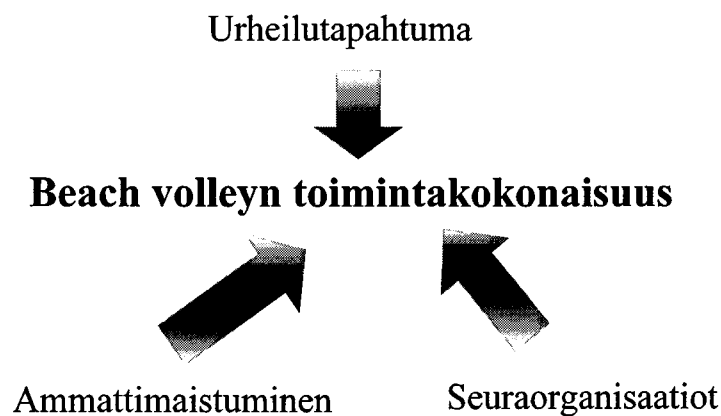
- 1) Lajin kehittymistä tarkastellaan pelaajien näkökulmasta lähtökohtana ammattimaistuminen.
- 2) Tutkimuksen toisena pääteemana on pelaajaparien ja beach volleyn seuraorganisaatiomuotojen välinen yhteys. Tässä keskitytään beach volleyn erikoiseuroihin, niihin lentopalloseuroihin, joissa on beach volley -toimintaa ja pelaajaparien muodostamiin sponsorinimien alla toimiviin organisaatioihin.
- 3) Kolmantena tarkastelun kohteena on beach volley -turnauksien toimivuus. Beach volley -turnauksien toimivuutta arvioidaan urheilutapahtuman järjestämisen,

markkinoinnin ja toteutuksen kannalta. Tällöin olennaisia tekijöitä ovat tapahtuman kulun arviointi, tapahtuman näkyvyys ja järjestelytehtävät.

Tutkimuksen aihealueet on rajattu seuraaviin kolmeen:

- 1) ammattimaistumiseen,
- 2) seuraorganisaatioiden tarkasteluun ja
- 3) urheilutapahtumien toteutukseen.

Nämä kolme osa-aluetta muodostavat yhdessä beach volleyn toiminnallisen kokonaisuuden rungon. Kaikki osa-alueet ovat itsessään tärkeitä, eikä yhtäkään voi jättää tarkastelusta pois menettämättä samalla käsitystä beach volleyn toiminnallisesta kokonaisuudesta. (Kuvio 1.)



Kuvio 1. Beach volleyn toimintakokonaisuus

5.2 Tutkimuksen tavoitteet

Tutkimuksen yleinen tavoite on beach volleyn toiminnallisen tilan kartoittaminen. Toiminnallisella tilalla tarkoitan Suomen Lentopalloliiton, pelaajien ja yhteistyökumppaneiden lajitoimintaa ja sen vaikutuksia.

Yleistavoite:

Työn taustalla kaiken aikaa kulkevana tavoitteena on lajin kehittymisen kannalta olennaisien asioiden selvittäminen, jäsentäminen ja kokoaminen.

Erityistavoitteet:

- 1) tuottaa ajantasaista tietoa beach volley -toiminnasta Suomessa lähtökohdaksi lajin järjestelmälliselle kehittämiselle.
- 2) selventää ja jäsentää beach volleyn seuraorganisaatioiden toimintamuotojen eroja ja tarkastella niiden toimivuutta.
- 3) jäsentää, paikallistaa ja selvittää beach volleyn turnaustapahtumien toiminnallisia ja rakenteellisia puutteita

Lisäksi pyritään selvittämään mm. sitä ovatko pelaajat valmiita kehittämään itseään ammattimaisempaan suuntaan yhdessä lajin kanssa? Kuinka ammattimaista beach volley -pelaajien toiminta kokonaisuudessaan on? Miten beach volley on kehittynyt pelaajataustaisesta näkökulmasta ajatellen? Beach volleyn sääntömuutoksilla on haettu lajiin lisää näytävyyttä. Tällä on pyritty lisäämään median kiinnostusta lajia kohtaan. Onko lajin harrastajien parissa koettu lajin kehittyvän?

5.3 Tutkimuksen eri vaiheet

Tutkimus käynnistyi lokakuussa 2000 ideoimani beach -kokouksen pohjalta Suomen Lentopalloliiton hallituksen alaisen beach volley -ryhmän puheenjohtajan Tarja Mäki-Punnon kanssa. Silloin päätimme alustavasti tutkimuksen aihepiirin ja perusjoukon. Tutkimuksen perusjoukoksi varmistui beach volley -pelaajat, jotka olivat kaudella 2000 saaneet pisteitä Pro- ja Challenger Tourin osakilpailuista (n = 158). Perusjoukko jakaantui 104:ään miespelaajaan ja 54:ään naispelaajaan. Pelaajien henkilökohtaiset pistemäärät saatiin Suomen Lentopalloliiton kauden 2000 beach volleyn tilastoista.

5.3.1 Tutkimuksen toteutuksen ensimmäinen osa

Tutkimus päätettiin toteuttaa kaksiosaisena. Tutkimuksen ensimmäisen osan muodosti lomakekysely, jossa tiedusteltiin pelaajien taustamuuttujien lisäksi ammattimaistumiseen, seuraorganisaatiomuotoihin ja beach volleyn tapahtuman toimivuuteen liittyviä asioita. Lomakekyselyn etuna on sen nopeus. Lomakekysely voidaan myös suorittaa laajalle kohdejoukolle ja kustannusten arviointi on kiinteästi kontrolloitavissa. (Hirsjärvi ym. 2000, 182.) Ammattimaistumisen aluetta on tarkasteltu turnauslukumäärien, beach volleyn tulojen ja -menojen ristiintaulukoinnilla ja pelaajien omien prioriteettien avulla. Organisaatiomuotojen vertailussa keskityttiin kolmeen keskeisimpään beach volleysssä toimivaan organisaatiomuotoon. Turnaustapahtuman toimivuuden tarkastelu tuli esille erityisesti kyselylomakkeen avoimissa kysymyksissä.

Tutkimuksen ensimmäinen osa toteutettiin postikyselynä (Kts. Liite 2.) vuoden 2001 helmikuun alussa. Strukturoidun kyselylomakkeen esitestaus tehtiin liikunnan sosiaalitieteiden laitoksen pro gradu- opintoryhmälle kaksi viikkoa ennen varsinaista kyselyä. Pilottikyselyssä oppilailta oli käytössään myös kyselyyn kuuluva saatekirje (Kts. Liite 1.). Tämän jälkeen kyselylomaketta tarkennettiin vielä Lentopalloliiton Beach Volley -kehittäjän Anu Laakson ja liikunnan sosiaalitieteiden laitoksen henkilökunnan kanssa. Pelaajien osoitetiedot saatiin Suomen Lentopalloliiton pelaajarekisteristä. Tutkimuksen ensimmäisen vaiheen toteutuksessa kävi ilmi, että pelaajien osoitetiedot eivät kaikin osin pitäneet paikkaansa. Kysely lähetettiin 157:lle pelaajalle.

Taulukko 3. Tutkimuksen perusjoukko, otos ja kato

Lomakekysely:	Sukupuoli		Yhteensä		
	nainen	mies			
perusjoukko	70	39,5 %	107	60,5 %	177
otos	54	34,4 %	103	65,6 %	157
saadut vastaukset	31	39,2 %	48	60,2 %	79
kato	23	29,5 %	55	70,5 %	78
vastausprosentti		57,4 %		46,6 %	50,3 %
katoprocentti		42,6 %		53,4 %	49,7 %

Lomakekyselyn ensimmäisen vaiheen kesto oli kaksi viikkoa. Tänä aikana palautui kaikkiaan 67 kyselylomaketta (vastausprosentti 42,7 %). Uusintakysely suoritettiin viikko ensimmäisen kyselykierroksen jälkeen. Karhuamisen menetelmänä käytettiin Suomen Lentopalloliiton alaisia internet-sivuja. (Suomen Lentopalloliiton internetsivut 3.) Internet-sivujen välityksellä pyydettiin ystävällisesti palauttamaan kyselylomakkeet maaliskuun 2001 puoliväliin mennessä. Uusintakyselyn ansiosta palautui yhteensä 12 lomaketta. Kokonaisvastausprosentti oli 50,3 %. Kaikista vastanneista naisia oli 39 prosenttia (n= 31) ja miehiä 61 prosenttia (n=48). Tutkimuksen alussa asetettu 50:en prosentin tavoite saavutettiin. Perusjoukko ja otos vastaavat lähes toisiaan tutkimuksen sukupuolijakaumassa. Saadut vastaukset noudattelevat perusjoukon ja otoksen prosenttijakaumia.

Perusjoukon ja otoksen alueellisesta vertailusta käy ilmi, että perusjoukko ja otos vastaavat toisiaan. Otos noudattelee perusjoukon prosenttijakaumaa, poikkeuksena Helsinki, josta vastauksia tuli keskimääräistä enemmän. Perusjoukossa pelaajia oli 58:sta kunnasta. Otoksessa pelaajat jakutuivat 29:ään kuntaan. Syynä helsinkiläisten vastaamisaktiivisuuteen pidän HietsuBeachVolleytä ja sitä kautta keskimääräistä

korkeampaa beach -henkisyttä. Jos huomioidaan käytössä olevat perusjoukon tiedot, (sukupuoli ja asuinpaikka) ei voida arvioida, ketkä otoksesta jättivät vastaamatta ja miksi.

Taulukko 4. Perusjoukon ja otoksen vertailu - alueellisuus

Alueellinen sijoittuminen: perusjoukko/pelaajia: otos/pelaajia:				
Etelä-Suomen lääni	67	37,9 %	29	36,7 %
Länsi-Suomen lääni	51	28,8 %	21	26,6 %
Itä-Suomen lääni	32	18,1 %	14	17,7 %
Oulun lääni	17	9,6 %	6	7,6 %
Lapin lääni	4	2,2 %	4	5,1 %
ulkomaat	6	3,4 %	4	5,1 %
<hr/>				
Helsinki		11,9 %		15,2 %
Pieksämäki		7,9 %		10,1 %
Lappeenranta		6,8 %		7,6 %
Tampere		6,8 %		7,6 %
Kuopio		5,1 %		7,6 %
<hr/>				
vastausprosentti			50,3 %	
katoprocentti			49,7 %	

5.3.2 Aineiston luotettavuus

Alhainen vastausprosentti vähentää tulosten luotettavuutta. Tulosten luotettavuutta parannettiin huolellisesti valmistellulla kyselylomakkeella. Kysymyksistä suunniteltiin mahdollisimman helposti ymmärrettävät ja yksiselitteiset. Tuloksia tarkasteltaessa huomattiin kysymysten myös toimineen odotetulla tavalla.

Naisten vastausprosentti oli suurempi kuin miesten, joten naisten vastauksien painoarvo on suhteellisesti suurempi kuin mitä heitä on. Pro -ja Challenger Tour -pelaajina. Kyselyyn vastanneista pelaajista voi todeta heidän aidon kiinnostuksensa kehittää beach volleytä. Otokseen valikoituneet pelaajat osallistuvat koko kesän lähes samoihin turnauksiin muodostaen näin yhtenäisen ja kiinteähkön joukon, mistä johtuen lomakekyselyn vastaukset antavat selkeän kuvan koko perusjoukon lajikäsityksistä.

5.3.3 Tutkimuksen toteutuksen toinen osa

Vastauskirjekuorien palauduttua suoritettiin tietojen koodaus ja tilastollinen tietojen käsittely. Koodauksessa ilmeni, että kysymyksessä 11 oli koodausta vaikeuttava muuttujavälivirhe.(kysymys 11., Kts. Liite1.) Lomakekyselyn avointen kysymysten vastaukset on ryhmitelty tilastolliseen tietojenkäsittelyyn sopiviksi.

Lomakekyselyn tuloksien analysoinnin jälkeen toteutettiin henkilökohtainen haastattelu. Haastattelutavaksi valittiin avoin haastattelu. Tähän päädyttiin, koska avoin haastattelu on lähinnä normaalia keskustelutilannetta.(Hirsjärvi ym. 2000, 196-197.) Haastattelun aihealueet sopivat mahdollisimman luontevaan ja rentoon ilmapiiriin. Ensimmäiset kaksi haastattelua olivat henkilökohtaisia. Kolmannessa haastattelussa käytettiin avointa ryhmähaastattelua. Haastattelun avulla syvennettiin lomakekyselyn kautta esiin nousseita kysymyksiä ja tarkennettiin tutkimuksen pääongelmiin liittyviä asioita. Haastateltavat pelaajat olivat sekä Pro- että Challenger Tourin pelaajia ja edustivat molempia sukupuolia. Haastateltavat asuivat Helsingissä, Pieksämäellä ja Jyväskylässä.

6 TULOKSIA JA TULKINTAA

6.1 Taustamuuttajat

Beach volley mielletään nuorten ja hyväkuntoisten ihmisten lajiksi. Tulosten mukaan Pro- ja challenger Tourin pelaajien keski-ikä oli 26-vuotta minimi- ja maksimiarvojen ollessa 16- ja 47-vuotta. Keski-ikä kauden 2000 World Tourin kahdenkymmenen parhaimman pelaajan tilastossa oli 30 vuotta.(Kansainvälisen Lentopalloliiton internetsivut 3.)

Kansainväliset huippupelaajat ovat suomalaisia iäkkäämpiä. Tämä selittynee sillä, että kansainvälinen beach -kulttuurikin on suomalaista iäkkäämpää. Jos pelaajien ikä vaihtelee 16 :sta 47:ään vuoteen on selvää, että kaikki pelaajat eivät pelaa beach volleytä -ammattimaisuuden lähtökohtia noudattaen. Lajin nuoruus onkin Suomessa nähtävissä niin pelaajien keski-ässä kuin lukumäärissäkin. Eräs iäkkäämpi pelaaja tiivisti asian näin: *“Henkilökohtaisesti harmittaa se, ettei laji rantautunut Suomeen 25 vuotta aiemmin.”*

Suurin ikäjakaumaryhmä oli 20 -24-vuotiaat pelaajat, joita oli 31,6 prosenttia. Alle 25-vuotiaat muodostivat yhdessä lähes puolet koko pelaajajoukosta eli 44,3 prosenttia. Neljäsosa pelaajista oli iältään kolmekymmentä tai sitä vanhempia. Naisia on suhteellisesti eniten ääri-ikäluokissa, kun taas miehiä on eniten keskimmaisissa ikäluokissa.(Taulukko 5.)

Taulukko 5. Pro- ja Challenger Tourin pelaajien ikä

Ikäluokka:	Sukupuoli				Yhteensä	
	nainen		mies			
alle 20 vuotta	5	16,1 %	5	10,5 %	10	12,7 %
20 - 24 vuotta	8	25,8 %	17	35,4 %	25	31,6 %
25 - 29 vuotta	7	22,6 %	16	33,3 %	23	29,1 %
yli 29 vuotta	11	35,5 %	10	20,8 %	21	26,6 %
Yhteensä	31		48		79	100 %

Beach volleyn kansallisen pelaajahuipun levinneisyys Suomessa on laaja. Pelaajia löytyi Helsingistä Enontekiölle. Yksittäisistä kaupungeista Helsingissä oli lähes kaksi kertaa enemmän beach volleyn pelaajia (15,2 %) kuin Pieksämäellä (10,1 %). Tulosten mukaan merkittäviä pelaajien kaupunkikeskittymiä Suomessa oli viisi. Helsingin ja Pieksämäen lisäksi pelaajia oli keskimääräistä enemmän Kuopiossa (7,6 %), Lappeenrannassa (7,6 %) ja Tampereella (7,6 %). Kansallisen huippumme pelaajia oli eniten Etelä-Suomen läänissä (36,7 %). Seuraavina tulivat Länsi-Suomen lääni (26,6 %), Itä-Suomen lääni (17,7 %), Oulun lääni (7,6 %) ja Lapin lääni (5,1 %). Ulkomailla pelaavia oli 5,1 %.(Kts. Taulukko 4. s.33)

Suomen ilmasto-olosuhteet asettavat lajille omat rajoituksensa. Aktiivisen beach volley-pelikauden pituus on ilman talviharjoitteluhalleja vain 2-4 kuukautta (touko-elokuu) pelipaikan maantieteellisestä sijainnista riippuen. On selvää, että väkirikkaammassa Etelä-Suomessa pelaajamäärät ovat suurempia kuin pohjoisessa. Luonnollisesti yli puolen miljoonan ihmisen Helsinki tulee ensimmäisenä (15,2 %), mutta vertailussa seuraavana olevan Pieksämäen (10,1 %) asukasluku on vain noin 15 000. Savon kaupungeista seuraavana on Kuopio (7,6 %). Tämä osoittaa, että pitkät lentopalloperinteet ja menestys näillä ns. lentopallopaikkakunnilla on vetänyt pelaajia myös beach volleyn pariin. Jos verrataan pääsarjatasen lentopallojoukkueiden alueellista sijoittumista beach volley

pelaajien alueelliseen sijoittumiseen nähdään, että Lappeenranta oli ainut viidestä beach volleyn pelaajakeskuksesta kaudella 2000, jossa ei pelannut pääsarjatason lentopallojoukkuetta. (Kauppinen 2000, 6-7.) Tämä tukee ajatusta lentopallon ja beach volleyn kiinteästä yhteydestä toisiinsa. Helsinki, Pieksämäki ja Lappeenranta olivat kauden 2000 turnausjärjestelykaupunkeja. Tämä selittää Lappeenrannan keskimääräistä suuremman beach -pelaajamäärän.

Lähes puolet pelaajista (47,4 %) työskenteli jonkun toisen palveluksessa. Opiskelijoiden 38,5 % osuus kaikista pelaajista oli huomattava. Pelaajien työttömyysprosentti oli 5,1 % koostuen pelkästään miehistä. (Taulukko 6.)

Taulukko 6. Beach volleyn pelaajien tämänhetkinen työtilanne

Nykyinen työtilanne:	Suku­puoli				Yhteensä	
	nainen		mies			
opiskelija	11	35,5 %	19	40,4 %	30	38,5 %
työssä toisen palveluksessa	16	51,6 %	21	44,7 %	37	47,4 %
työtön	-	-	4	8,5 %	4	5,1 %
yrittäjä	1	3,2 %	1	2,1 %	2	2,6 %
joku muu	3	9,7 %	2	4,3 %	5	6,4 %
vastauksia yhteensä	31		47		78	100 %
tieto puuttuu					1	
Yhteensä					79	

Opiskelijoilla ei yleensä ole taloudellista mahdollisuutta keskittyä pelkästään pelaamiseen. Työelämässä olevilla ei ole aikaa täysipainoiseen harjoitteluun.

“Ei ammatillista koulutusta” -luokitteluryhmään kuuluivat esimerkiksi lukio-opiskelijat. Kun tuloksista yhdistettiin “ei ammatillinen koulutusta” ja “opinnot kesken” -luokat, saatiin tarkempi arvio opiskelevien pelaajien määrästä. Tällöin opiskelevien pelaajien määräksi saatiin 42,3 %. Kolmanneksella naisista oli koulutustaustana ammatillinen opisto tai ammattikorkeakoulu. Miesten vastaava luku oli 16,7 %.(Taulukko 7.)

Työelämässä mukana olleet naiset olivat korkeammin koulutettuja kuin miehet. Myös korkeakoulututkinnon suorittaneita pelaajia on naisissa suhteellisesti enemmän kuin miehissä (naisilla 20,0 % ja miehillä 12,5 %).

Taulukko 7. Beach volleyn pelaajien ammatillinen tausta

Ammatillinen koulutus:	Sukupuoli				Yhteensä	
	nainen		mies			
ei ammatillista koulutusta	7	23,3 %	8	16,7 %	15	19,2 %
ammattikoulu	2	6,7 %	10	20,8 %	11	15,4 %
ammattillinen opisto tai ammattikorkeakoulu	10	33,3 %	8	16,7 %	18	23,1 %
korkeakoulututkinto	6	20,0 %	6	12,5 %	12	15,4 %
joku muu	-	-	3	6,3 %	3	3,8 %
opinnot kesken	5	16,7 %	13	27,1 %	18	23,1 %
vastauksia yhteensä	31		47		78	100 %
tieto puuttuu					1	
Yhteensä					79	

Pelaajat ansaitsivat keskimäärin n. 6 900 mk/kk. Naisten ansiot olivat n. 7 400 mk/kk miesten kuukausiansioiden jäädessä n. 6 800 markkaan. Joka kolmannen pelaajan keskimääräinen kuukausiansio jäi alle 3 000 markkaan kuukaudessa. Yli 25 000 mk/kk ansaitsevia pelaajia aineistossa ei ollut. (Taulukko 8.)

Ammattilaisena ulkomailla lentopalloa pelanneet pelaajat eivät ammattilaisuuteen vedoten ilmoittaneet kuukausitulojaan (4 pelaajaa).

Taulukko 8. Beach volleyn pelaajien kuukausiansiot (ansiot veroja vähentämättä)

Tuloluokka:	Sukupuoli				Yhteensä	
	nainen	mies				
alle 3000 mk/kk	6	21,4 %	18	40,0 %	24	32,9 %
3000 - 6500 mk/kk	5	17,9 %	7	15,6 %	12	16,4 %
6501 - 8500 mk/kk	2	7,1 %	1	2,2 %	3	4,1 %
8501 - 11000 mk/kk	5	17,9 %	5	11,1 %	10	13,7 %
11001 - 15000 mk/kk	8	28,6 %	6	13,3 %	14	19,2 %
15001 - 20000 mk/kk	-	-	6	13,3 %	6	8,2 %
20001 - 25000 mk/kk	2	7,1 %	2	4,5 %	4	5,5 %
yli 25000 mk/kk	-	-	-	-	-	-
vastauksia yhteensä	28		45		73	100 %
tieto puuttuu					6	
Yhteensä					79	

Keskimääräisiä kuukausituloja tarkasteltaessa käy selkeästi ilmi, kuinka tärkeitä yhteistyökumppanit pelaajille ovat. Yhteistyökumppaneiden mukanaolo keventää merkittävästi erityisesti opiskelevien pelaajien turnauksista aiheutuvaa taloudellista raskautta. Pienissä tuloluokissa beach volleyn turnauskiertueiden osanottomaksut mielletään kalliiksi, jos tilannetta vertaa ylimpien tuloluokkien pelaajiin. Avoimissa kysymyksissä tuli useasti esille osanottomaksujen ja pakollisten kustannusten suuruus pelaamista vaikeuttavana tekijänä. Turnauksiin osallistuminen aiheuttaa

osallistumismaksujen lisäksi muun muassa majoitus-, matka- ja ruokailukuluja.

6.2 Pituuden merkitys

Miespelaaja oli keskimäärin 189 cm pitkä ja naispelaaja 174 cm. Naispelaajien pituus vaihteli välillä 162 - 183 cm, miespelaajien välillä 169 - 208 cm. Pelaajista oikeakätisiä oli 88,6 % ja vasenkätisiä 6,3 %. Molempien käsien käyttö lyöntihyökkäyksessä (5,1 %) oli lähes yhtä harvinaista kuin vasenkätisyys. World Tour -2000 kiertueen TOP-20 pelaajat olivat miehissä keskimäärin viisi ja naisissa neljä senttiä pidempiä kuin Pro - ja Challenger Tourin pelaajat. (Kansainvälisen Lentopalloliiton internetsivut 3.)

Puhuttaessa aivan lajin huipuista nuo viitisen senttiä antavat pelillisesti merkittävää ulottuvuusetua. Pelaajien pituus on yksi fysiologisesti merkittävä ja ammattilaisuuteen olennaisesti vaikuttava tekijä. Puhuttaessa lajista, jossa osaltaan ratkaisevaa on, kuinka korkealle pääset, lyhyiden pelaajien menestymismahdollisuudet ovat heikot.

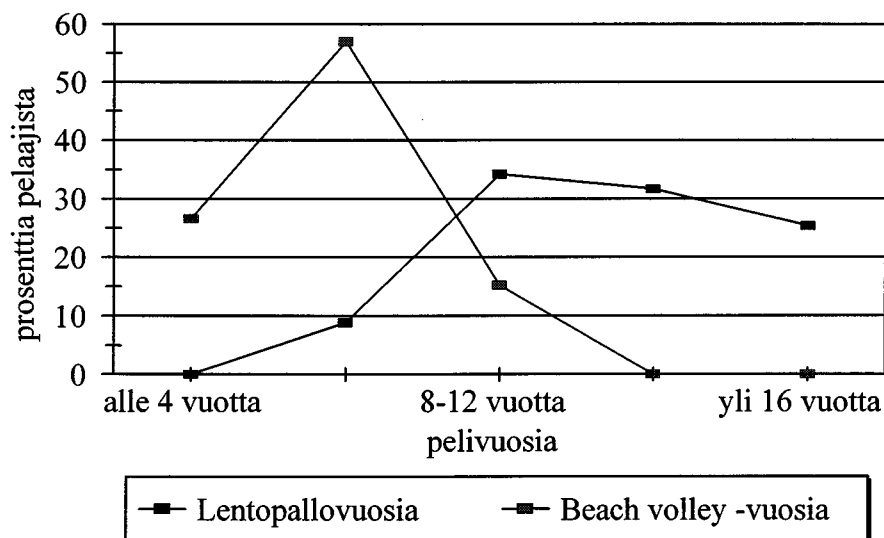
6.3 Beach volleyn ja lentopallon yhteys

Pääasiallinen pelipaikka beach volleyn -pelaajalla lentopallossa oli yleispelaaja (38,0 %). Seuraavina olivat hakkuri ja keskitorjuja (19,0 %) sekä passari (17,7 %). Liberopelaajia oli 6,3 %.

Yleispelaajan rooli on beach volleyhyn sopiva. Yleispelaajan tehtävät lentopallossa sisältävät kaiken muun paitsi passipelin verrattaessa lentopalloa beach volleyn. Suomalaisella beach volleyllä ja lentopallon yleispelaajan pelipaikalla on selkeä yhteys. Kansainväliset beach volleyn huippupelaajat eivät pelaa lentopalloa vaan keskittyvät vain beach volleyn. (Kansainvälisen Lentopalloliiton internetsivut 3.)

Lentopalloa 8 - 12-vuotta ja 12 - 16-vuotta pelanneita pelaajia oli molempia kolmannes. Yli 16-vuotta pelanneita pelaajia oli 25,3 %. Alle 4-vuotta pelanneita pelaajia ei ollut lainkaan. Yli puolet (62,8 %) pelaajista, on pelannut beach volleytä alle 6-vuotta. Beach

-taustaltaan senioripelaajia oli 3,8 % (yli 10-vuotta pelanneet). Alle kuuden vuoden beach volley -kokemus oli 62,8 % pelaajista.

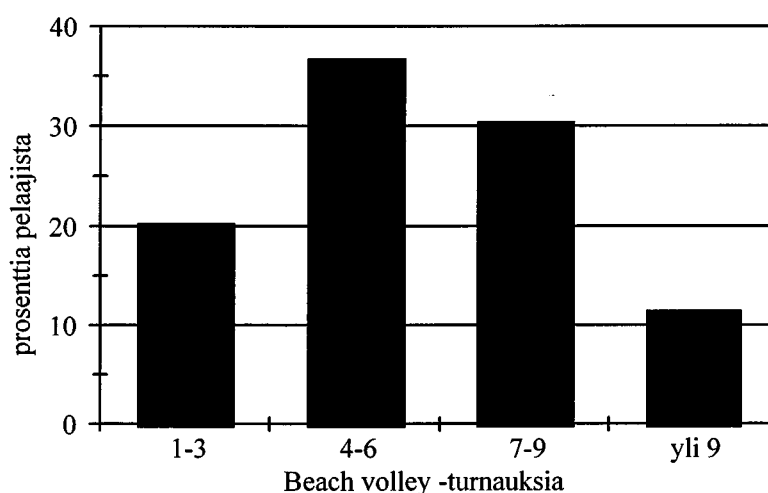


Kuvio 2. Pro -ja Challenger Tour -pelaajien beach volley - ja lentopallopelivuodet

Lentopalloa on pelattu huomattavasti kauemmin kuin beach volleytä. Beach volleyyn on siirrytty lajin leviämisen myötä ja harrastajamäärien kasvun kautta. Vähäinen beach volley -kokemus kertoo osaltaan lajin uutuudesta ja toiminnan lyhytaikaisuudesta.

6.4 Ammattimaistumiseen liittyviä tunnuslukuja

Pro- ja Challenger Tourin pelaajien yleisin turnauslukumäärä kaudella -2000 oli 4-6 turnausta (36,7 %). Yli yhdeksän turnausta kaudella -2000 pelasi noin joka kahdeksas pelaaja (11,7 %). Joka viides pelaaja pelasi vain 1-3 turnausta kaudella 2000.(Kuvio 3.)



Kuvio 3. Pelattujen beach volley -turnauksien määrä kaudella -2000

Käytännössä tulos merkitsee sitä, että yli yhdeksän turnausta pelanneet pelaajat olivat joka kesäviikonloppu jossain beach volley -turnauksessa. Tällainen tyyppipelaaja oli yli 29-vuotias ja töissä toisen palveluksessa. Yli yhdeksän turnausta pelanneiden beach volley -tulot ($\bar{x} \approx 7\,000$ mk) ja menot ($\bar{x} \approx 7\,700$ mk) olivat huomattavasti korkeammat kuin tulot ($\bar{x} \approx 2\,200$ mk) ja menot ($\bar{x} \approx 3\,000$) yleensä. Tämä aktiivisin pelaajajoukko pyrkii hyödyntämään pelikauden kokonaisuudessaan. Pro - ja Challenger Tourien turnauslukumäärä oli huomattavasti pienempi kuin World Tourin turnauslukumäärä. Kansainväliseen World Touriin kaudella -2000 kuului 14 miesten ja 12 naisten turnausta. (Kansainvälisen Lentopalloliiton internetsivut 4.) Turnaukset jakautuivat tasaisesti lähes koko vuodelle.

Noin 40 % pelaajista piti päälajinaan lentopalloa ja 30 % beach volleytä. Pelaajia, jotka keskittyivät tasapuolisesti sekä lentopalloon että beach volleyyn oli 22 %. Pelaajista kahdeksan prosenttia ei osannut sanoa päälajiaan.

Ammattimaistumisen yhtenä edellytyksenä on asenne ja sitoutuminen. (Koski ym. 1998, 36-38.) Kolmannes pelaajista osoittaa beach volley -päälajinaan -päätoisella ammattimaistumisen asennetta ja halua sitoutua lajiin. Ammattimaistumisen asenne

ilmeni myös kaikista haastatteluista.(Henkilökohtainen tiedonanto 1. ja 2. 6.4.;Ryhmähaastattelu 7.4.) Osaharjoitteiden tulee palvella beach volleytä eikä esimerkiksi lentopalloa. Molempien lajien (beach volley, lentopallo) pelaajien määrä osoittaa toisaalta lajien keskinäisen sopivuuden toistensa harjoittelumuodoiksi. Beach volley on myös lentopalloilijoille motivoivaa vaihtelua lentopallon arkiharjoitteisiin.

Pelaajista 90 % pelaa beach volleytä tärkeimpänä motivaatiotekijänä urheilu. Tutkimustulosten mukaan toiseksi tärkein motivaationlähde oli yhdistelmä, jossa sekä sponsorit että itse laji koettiin tärkeiksi (29 %). Lähes yhtä moni pelaaja piti sponsoreiden merkitystä henkilökohtaiselle motivaatiolleen pienenä.

Ammattimainen asenne merkitsee pysyvää sitoutumista työhön ja halua kehittää itseään entistä paremmaksi työssään (Koski 1998 36-38.) Pelaajista 90 % pelaa beach volleytä, koska pitävät lajista. He haluavat sitoutua pelaamiseen henkilökohtaisen urheilumerkityksen kautta. Välineellistä sitoutumista (Koski 1998, 36-38) osoittaa se kolmannes pelaajista, joille myös yhteistyökumppanit ja raha ovat tärkeitä pelaamisen lisäksi.

6.5 Harjoittelumahdollisuudet ja harjoittelu

Lähes kaikilla oli mahdollisuus harjoitella liikuntahallissa, jossa on rakennettu paikka lentopallolle (85 %). Vain neljällä prosentilla pelaajista oli mahdollisuus harjoitella liikuntahallissa, jossa oli rakennettu paikka beach volleytä varten. Suomen ainut beach volley -sisähalli on Porissa.(Henkilökohtainen tiedonanto 3. 23.5.) 81 prosentilla pelaajista oli mahdollisuus hyödyntää rakennettua beach volleylle tarkoitettua liikuntapaikkaa.

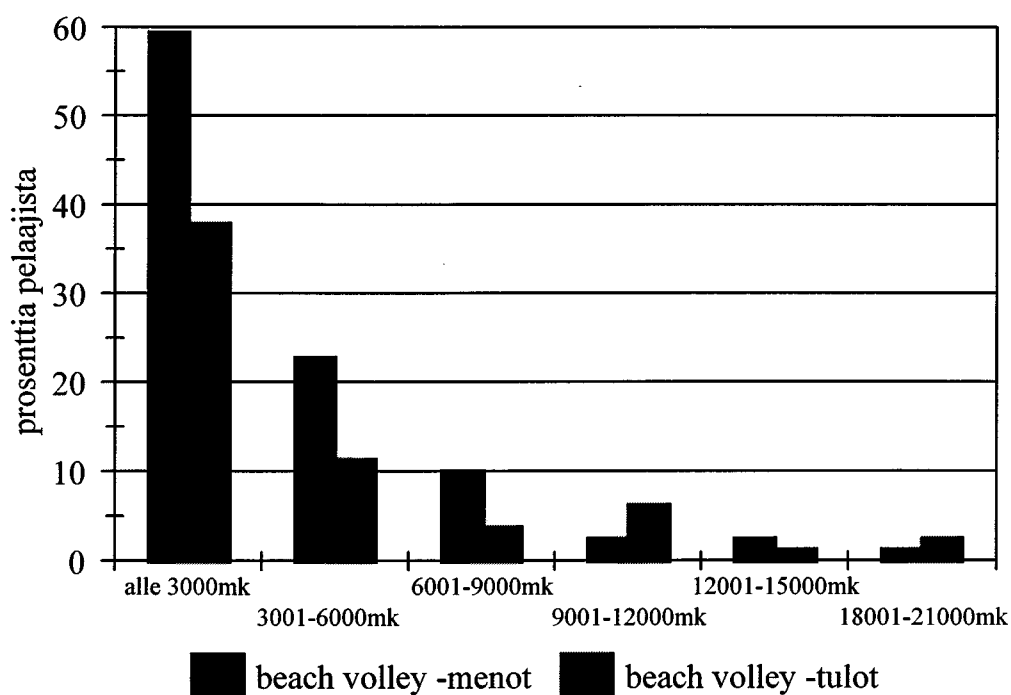
Kaikilla valtakunnan turnauskiertueille osallistuvilla pelaajilla ei ole edes kesällä mahdollisuutta harjoitella beach volleylle tarkoitetuilla liikuntapaikoilla.

Vastanneista 42 % harjoitteli beach volley -harjoitteita 6 - 10 tuntia viikossa, 39 % 0 - 5 tuntia viikossa ja 18 % 11 - 15 tuntia viikossa. Eniten harjoittelivat miesopiskelijat, joilla ei vielä ollut ammatillista koulutusta. Eniten harjoittelevilla pelaajilla oli huomattavasti suuremmat beach volley - tulot ($\bar{x} \approx 5\ 360$ mk) kuin pelaajilla keskimäärin. Ammattimaisesti harjoittelevien pelaajien lukumäärä ei tutkimusaineistossa ollut suuri (Ryhmähaastattelu 7.4.), mutta pysyvä sitoutuminen työntekoon ja halu kehittää itseään paremmaksi järjestelmällisesti harjoittelemalla puhuu ammattimaisuuteen suuntautumisesta (Koski ym. 1998, 36-38.)

6.6 Pelaajien beach volley -tulot ja -menot kaudella 2000

Pelaajien keskimääräiset beach volley -tulot olivat kaudella 2000 n. 2 200 mk beach volley -menojen ollessa keskimäärin n. 3 000 mk. Pelaajista 60 %:lla beach volleystä aiheutuvat menot olivat alle 3 000 markkaan. 33 % ei saanut lainkaan tuloja beach volleystä (erillinen vastausvaihtoehto) lisäksi alle 3 000 mk ansainneita oli 38 %, eli lähes kolme neljästä pelaajasta jäi beach volley -ansioissa alle 3 000 markan. Yli 21 000 mk ansainneita pelaajia ei ollut. Pelaajat, joilla ei ollut lainkaan beach volley -tuloja, pelasivat keskimäärin 1-3 turnausta kaudella 2000 ilman sponsorisopimuksia. Lisäksi heidän beach volley -harjoitteidensa viikkotuntimäärä oli 0 - 5 tuntia. Tutkimuksessa eniten beach volley -tuloja keränneet pelaajat olivat 25 - 29 vuotiaita miehiä, joilla oli takanaan 5 - 6 sponsoria ja jotka harjoittelivat yhdestätoista viiteentoista tuntiin viikossa.

Tulokset kertovat myös pelaajien käytettävissä olevan rahamäärän suuruudesta. Kuluilla on taipumus kasvaa lajiin käytettävissä olevan rahamäärän kasvaessa. Pienet beach volley -menot selittyvät opiskelijoiden suuresta määrästä. Opiskelijoilla ei ole mahdollisuutta panostaa markkoja pelaamiseen ja siksi he pyrkivät minimoimaan kustannuksia.



Kuvio 4. Beach volley - tulot ja -menot kaudella -2000

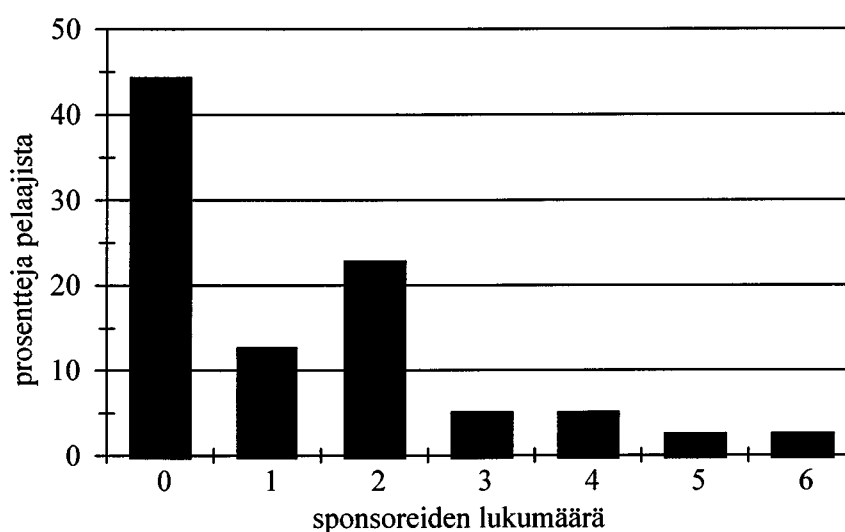
Suomen kansallisen huipun kärki on kapea. Koska turnauksissa palkitaan yleensä neljä parasta joukkuetta ja lähes samat joukkueet menestyvät, ei varsinaisten palkintorahojen saajien joukko ole suuri. Pelaajien beach volleystä aiheutuneet kulut ja saadut tulot ovat suhteessa samaa luokkaa. Yli 21 000 mk beach volleyllä ansainneita pelaajia ei ollut. Pitäisin tätä kuitenkin epäluotettavana, koska huippupelaajat eivät välttämättä ole halunneet ilmoittaa saamiensa palkintorahojen suuruuksia. (Ryhmähaastattelu 7.4.) Osa beach volley -pelaajista saa myös kesällä lentopalliosopimuksen kautta pelaajapalkkaa.

Jos käytetään Suomen Liikunta ja Urheilu ry:n ammattilaisuuden kriteerejä, (tulot yli 56 640 markkaa vuodessa) (Leskinen 2000, 8-9) ei Suomessa ole beach volleyn ammattilaispelaajia. Beach volley -pelaajien vuosittaiset menot ovat myös samalla parimuotoisen sponsorinimen alla toimivan seuraorganisaation menoja. Seurojen kilpailutoimintaan käytettiin vuonna 1995 keskimäärin 35-49 % seurojen varoista. (Puronaho & Matilainen 1997, 11-12.) Tulosten mukaan parimuotoisessa ja sponsorinimellä toimivassa organisaatiomuodossa seuran tuloista käytetään

kilpailutoimintaan lähes 100 %.

6.7 Sponsorit ja tuki pelaajille

Pro- ja Challenger -Tourin -pelaajilla oli kaudella -2000 keskimäärin kaksi sponsoria ja ilman sponsoreita oli 44,3 %. Miehillä oli keskimäärin kaksi sponsoria ja naisilla yksi. Sponsoreiden lukumäärä vaihteli välillä 0 - 6. (Kuvio 5.)



Kuvio 5. Beach volleyyn -pelaajien sponsoreiden lukumäärä kaudella -2000

Lähes puolet kaikista pelaajista pelasi kaudella 2000 ilman yhteistyökumppanien taustatukea. Yhtenä osasyynä on varmasti pelaajien ikärakenne. Pelaajilla ei välttämättä ole tarvittavaa tieto-taitoa hakea itselleen sponsoreita ja oman pelisuorituksen kaupallisesta markkinoinnista on vähän kokemusta. Kynnys lähteä kysymään tukijoita on suuri. Suomalaiseen mentaliteettiin ei ole kuulunut avun pyytäminen. Osa pelaajista on niin nuoria, ettei realistisia mahdollisuuksia yhteistyökumppaneiden omatoimiseen hakuun välttämättä ole. Vanhempien pelaajien on ehkä helpompi saada yhteistyökumppaneita työsuhteidensa ja laajemman sosiaalisen verkostonsa ansiosta. Beach volleyyn pelaajasponsorointi on Suomessa vielä uudempi asia kuin itse laji. Aivan

viime vuosiin saakka kyseessä on ollut suurilta osin rahankeruu ilman vastiketta, mutta muutaman edellisen kauden ajan ovat yhteistyökumppanit halunneet selkeätä vastinetta osoittamalleen tuelle mm. edustus- ja mainostilaisuuksina. (Ryhmähaastattelu 7.4.)

Suotuisin seurojen yhteistyötoimintaympäristö on kaupungit, joissa on asukkaita 10 000:n ja 20 000:n väliltä (Koski 1994, 115.) Beach volley -pelaajista suuri osa sijoittuu tällaisten talousalueiden yhteyteen. Pelaajien on ehkä helpompi luoda yhteyksiä pienemmällä paikkakunnalla, jossa heidät mielletään "omiksi" pelaajiksi. Huolimatta pelaajien "sopivan" kokoisista asuinpaikkakunnista lähes puolet pelaajista oli sponsoreita. Sponsorointi on uusi asia myös pelaajille ja sen hyödyntäminen on vasta aloitettu.

6.8 Kansainvälistyminen ja sääntöuudistukset

Suomalaisen beach volleyn kansainvälistymisen edelläkävijä on ollut jo parin vuoden ajan Turussa järjestettävä CityBeachvolley. Vastanneista 68 % näki kansainvälisen kutsuturnauksen tärkeimpänä mahdollisuutena kansainvälisiin otteluihin. Pelaajista 16 % näki taas kutsuturnauksen osallistumisoikeuksiltaan liian rajattuna. Lisäksi vastauksista ilmeni, että nykyinen kutsuturnausmäärä on riittämätön.

Tutkimustulos viestii selkeästi halusta kohdata kansainvälisiä pareja ja näin mitata omaa tulokuntoa kansainvälisessä vertailussa. Kutsuturnaus on nimensä mukaisesti kutsuttujen pelaajien kesken pelattava turnaus, johon osallistumisoikeuden saa vain muutama suomalaispari.

Taulukko 9. Beach volleyn kansainvälinen kutsuturnausedia

Tärkeintä kutsuturnausedia:	Tärkein vaihtoehto	Toiseksi tärkein vaihtoehto
Mahdollisuus kansainvälisiin otteluihin	68,4 %	12,7 %
Rajattu liian pienelle osallistujajoukolle	16,5 %	24,1 %
Liian vähän turnauksia vuodessa	8,9 %	24,1 %
Taloudellisesti kannattamaton	1,3 %	6,3 %
Osallistuminen ulkomailla vastaavaan turnaukseen	-	12,7 %

Kansainvälinen Lentopalloliitto on uudistanut beach volley -säännöstöään kaudesta -2000 merkittävästi. Sääntömuutokset koskevat pistelaskujärjestelmää, jossa käyttöön otetaan rally-point -järjestelmä, jossa jokaisesta pallosta saa pisteen, erien pistekatto on nostettu 15:sta 21:een ja beach volley -kentän mittoja on pienennetty 9 m x 18 metristä 8 m x 16 metriin. Kansainväliset beach volley -sääntöuudistukset on otettu kokonaisuudessaan käyttöön Suomessa kaudelle 2001.

Tulosten mukaan kolmannes pelaajista näki beach volley -kenttäkoon pienentämisen tärkeimpänä vaikutuksena beach volleyn näyttävyiden lisääntymisen. Pelaajista 15 % koki roolipelaajien mahdollisuuksien vähenemisen tärkeänä. Roolipelaamisella tarkoitetaan pelaajan keskittymistä johonkin tiettyyn pelin osa-alueeseen kuten torjuntaan tai aloituksen nostamiseen. Vastausvaihtoehdon -muuta 16 prosentin aihealueena olivat erilaiset roolipelaamiseen liittyvät kommentit. Yhdessä nämä kohdat (31 %) ovat tulosten mukaan lähes yhtä tärkeitä kuin lajin näyttävyys.(Taulukko 10.)

Taulukko 10. Beach volley -kentän sääntöuudistus

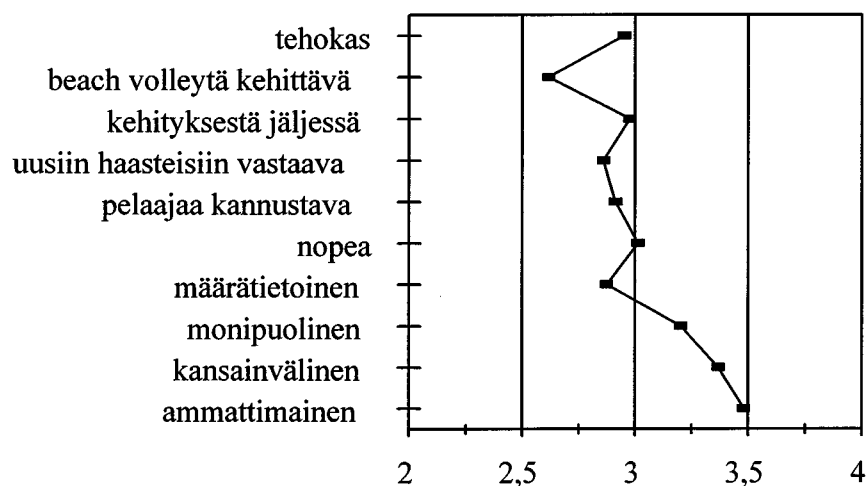
Tärkeintä beach volley -kentän sääntöuudistuksessa:	Tärkein vaihtoehto	Toiseksi tärkein vaihtoehto
Kehittää beach volleytä näyttävämmäksi	32,9 %	20,3 %
En osaa sanoa	20,3 %	8,9 %
Muuta	16,5 %	13,9 %
Rajaa roolipelaajien mahdollisuuksia	15,2 %	17,7 %
Ei vaikuta lajin kehitykseen	8,9 %	10,1 %
Kehittää lajia huonompaan suuntaan	6,3 %	3,8 %

Näyttävyydellä tarkoitettiin pallorallien ajallisen keston kasvua sekä puolustuspallojen ja hyökkäyksien lukumäärän lisääntymistä. Lähes kolmannes (31 %) pelaajista otti kantaa roolipelaamiseen ja sen korostumiseen sääntöuudistuksen jälkeen. Tästä kolmanneksesta pelaajista oli aistittavissa negatiivinen asenne tulevaan sääntöuudistukseen. He katsoivat omien menestymismahdollisuuksiensa pienenevän kenttämuutoksen takia. Vastauksista kävi ilmi, että pelaajat ajattelivat yhä pidempien torjuijen ja hakkurityylisten pelaajien pärjäävän lajin parissa. Yleispelaajatyyppeiden pelisilmän ja lajitekniikan osaamisen merkityksen arvioitiin pienenevän.

6.9 Suomen Lentopalloliiton toiminta

Lajin ammattimaistumiseen kuuluva osa-alue on Suomen Lentopalloliiton toiminta. Lentopalloliiton beach volley -toimintaa arvioitiin kaudelta 2000. Menetelmänä käytettiin profilointia. Kuviosta käy ilmi kysymyskohtaisesti keskiarvovastauksien sijoittuminen profiiliin. Lukuarvo kolme kuvaa neutraalia tilannetta. Lentopalloliiton toimintaa arvostettiin beach volleytä kehittävänä ($\bar{x}=2.61$). Lentopalloliiton toiminta arvioitiin kohtalaisen määrätietoiseksi ($\bar{x}=2.86$) ja uusiin haasteisiin vastaavaksi ($\bar{x}=2.87$). Kehitettäviä toiminta-alueita olivat toiminnan ammattimaistaminen ($\bar{x}=3.49$), kansainvälisyys ($\bar{x}=3.37$) ja monipuolisuus ($\bar{x}=3.20$). Vastausten hajontaväli oli kohdassa

Lentopalloliiton toiminta monipuolista kahdesta viiteen. Kaikissa muissa kohdissa hajontaväli oli yhdestä viiteen. (Kuvio 6.)



Kuvio 6. Arviointi Suomen Lentopalloliiton beach volley -toiminnasta kaudella 2000.

1 = Täysin samaa mieltä 2 = joksikin samaa mieltä 3 = en osaa sanoa

4 = joksikin eri mieltä 5 = täysin eri mieltä

Beach volley on uusi laji Suomen Lentopalloliiton toiminnassa. Pelaajat eivät nähneet selkeitä vahvuuksia Lentopalloliiton toiminnassa lainkaan. Lentopalloliiton toimintaa kritisoitiin eniten toiminnan epäammattimaisuudesta. Tähän voi olla syynä nimenomaan beach volleyyn uutuus lajina ja siitä johtuva toiminnan kokemattomuus.

6.10 Seuraorganisaatiomuodot

6.10.1 Seuraedustus

Pro- ja Challenger Tourin pelaajista noin joka toinen (53,2 %) ei kaudella 2000 edustanut beach volleyyn erikoisseuraa. Tähän prosenttilukuun sisältyvät myös ne pelaajat, jotka pelasivat joukkueena sponsorinimen alla. Beach volleyyn erikoisseurassa jäsenenä oli yhteensä 36,7 % (Hietsu Beach Volley 24,1 %, Käyski- Beach Volley-99 6,3 % ja Wänäri Cowboys ry 6,3 %).

Beach volley -pelaajien erikoisseurattomuus on osaltaan selkeä merkki erikoisseuratoiminnan suppeasta tarjonnasta. Maamme muutama varsinainen beach volleyn erikoisseura ei riitä alueellisesti kattamaan koko maata. HietsuBeachVolleyn jäseniä on enemmän kuin Helsingissä asuvia pelaajia. (Ryhmähaastattelu 7.4.) Toisaalta se kertoo myös parimuotoisen ja sponsorinimen alla toimivan seuran toimivuudesta. Pelaajat eivät välttämättä koe tarpeelliseksi liittyä erikoisseuroihin ja maksaa näiden jäsenmaksuja, jos heillä on yhteistyökumppaneiden avulla taloudellinen turva harjoitella ja kilpailla.

6.10.2 Erikoisseuratoiminta

Beach volleyn seuratoiminta voidaan jakaa kolmeen selkeästi erilaiseen toimintamalliin; erikoisseuratoimintamalliin, seuratoimintamalliin, jossa beach volley -toimintaa harjoitetaan lentopalloseuran alaisuudessa ja sponsorinimen alla toimivaan parimuotoiseen seuramalliin.

Kaksiosaisessa avoimessa kysymyksessä beach volleyn -erikoisseuran toiminnan positiivisista ja negatiivisista puolista vastauksia tuli yhteensä 148 kappaletta. Seuratoiminnan positiivisuutta käsitteli 72 % ja negatiivisuutta 28 % vastauksista. Positiivisista vastauksista 44 % oli tyytyväisiä beach volleyn -erikoisseuratoiminnan keskittymiseen vain ja ainoastaan beach volleyyn. Pelaajista 34 prosenttia piti beach volley -toiminnan ympärivuotisuutta erikoisseuratoiminnan puitteissa tärkeänä. Seuraavaksi eniten positiivisuutta nähtiin erikoisseuratoiminnan tarjoamilla puitteilla saman lajin ihmisten tavoitettavuuteen. Positiivisista vastauksista kahdeksan prosentin mielestä beach volleyn -erikoisseuratoiminnassa ei ollut puutteita.

Erikoisseuratoiminnan keskittyminen vain ja ainoastaan beach volleyyn koettiin erityisen tärkeäksi. Erikoisseuratoiminnan nähtiin kehittävän harjoitusolosuhteita ja kohdistavan sponsoreiden tukimarkat vain beach volleylle kun lentopalloseuran alaisuudessa beach volleyn tukimarkat jakautuivat myös lentopallolle. Erikoisseuralla voi paremmin kohdentaa resursseja lajin harrastajien toiveiden mukaisesti kuin

lentopalloseuran alaisuudessa. Erikoisseura kerää saman lajin harrastajia yhteen, jolloin harjoitteluvastustajien löytäminen helpottuu. Yhteisen toiminnan merkitys korostuu myöskin pelikentän ulkopuolella.

Lentopalloseuran alaisuudessa ja sponsorinimen alla toimivassa parimuotoisessa seuraorganisaatiossa varsinainen seuratoiminta keskittyy kilpailukaudelle. Erikoisseuratoiminnan etu on ympärivuotisuus. Erikoisseuratoiminnan positiivisuutena nähdään myös seuran avoimuus kaikille uusille pelaajille ja harrastajille. Seuratoiminnan kasvaessa avautuu turnausjärjestelymahdollisuus sekä omille jäsenille että ulkopuolisille pelaajille. Parimuotoinen sponsorinimen alla toimiva beach volley -seura eroaa kahdesta muusta seuraorganisaatiomallista suljettavuudellaan. Seuraan ei voi liittyä, jäsenmäärä on kiinteä ja rajattu. Seuramalli keskittyy pääasiassa pelaajien talouden turvaamiseen.

Seuratoimintamallia tarkastellessa korostuu erityisesti toiminnan tarkoituksiperä. Toimintamallina käytetään sitä seuraorganisaatiomallia, joka sopii parhaiten pelaajille. Erikoisseuran ja lentopalloseuran alaisuudessa toimivan beach volley -jaoston organisaatorakenteet ovat samankaltaisia. Sponsorinimen alla toimivassa parimuotoisessa seurassa kaikki hallinnolliset ja päätöksentekoon liittyvät asiat ovat pelaajien itsensä käsissä. Tällöin organisaatiomallina käytössä on äärimmäinen sentralisaatio. Erikoisseuratoiminnassa työtehtävät ovat monesti jakautuneet ja toiminta on standardisaation mukaisesti suunniteltua ja järjestelmällistä (Koski 1998, 24-25; Slack & Hinings 1987, 188-189).

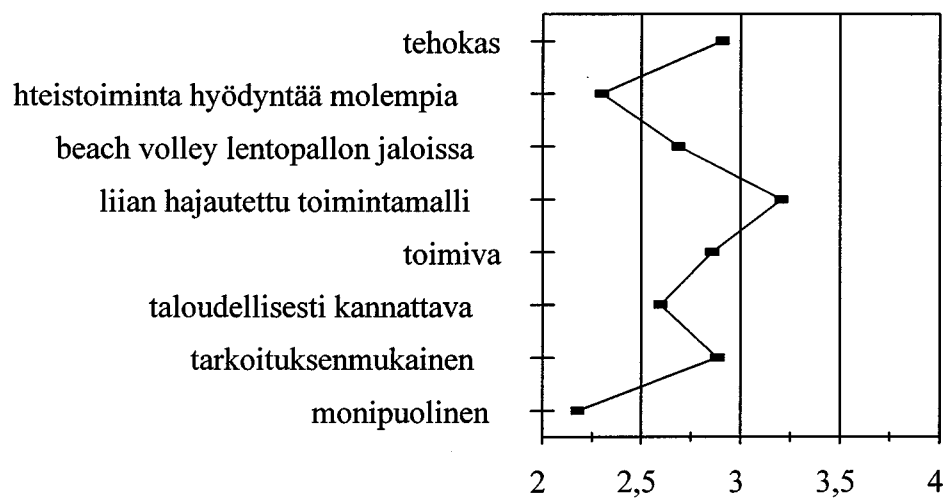
Negatiivisimpina asioina erikoisseuratoiminnassa nähtiin uusien pelaajien ja seuratoiminnan alkutaival (39 %). Seuratoiminnan alkutaipaleen ongelmiksi mainittiin mm. seuran sisäinen tiedonkulku, jäsenmaksujen suuruus ja kilpailu lentopalloa vastaan. Toiseksi negatiivisimpana asiana koettiin erikoisseurojen kuppikuntaisuus. Toimivan henkilöstön määrän vähäisyys koettiin myös ongelmaksi (34 %). Pienehkön seuraorganisaation ja taloudellisten ja materiaalistien resurssien pienuuden nähtiin vaikeuttavan olennaisesti seuratoimintaa (24 %).

Termi “piiri pieni pyörii” nousi useasti esille. Erikoisseurajien toiminnasta esitettiin välillä hyvinkin kärkeviä kommentteja. *“Jos ei tehdä yhteistyötä hommasta tulee sisäsiittoista diivailua ja beachiä pelataan vain sen vuoksi, että ollaan Hietsun kuninkaita ja näytetään hyvältä = beach imago”*. Tutkimustuloksista käy ilmi, että erikoisseuratoiminnassa on mukana pieni ydinjoukko, jonka harteille enemmistö seuran järjestely -ja organisointitoiminnasta kasaantuu. (Henkilökohtainen tiedonanto 2. 6.4.) Kun seuran tehtäviä ei voida jakaa riittävän monille henkilöille, saattaa toiminta näyttää sivullisen ja seuran jäsenenkin silmässä pienen piirin pyörimiseltä. Mahdollisuutta spesialisaatioon tulisi käyttää tehokkaammin hyväksi. Pelaajien mielestä myös erikoisseurajien jäsenyyttä on osittain väärinkäytetty oman egon kohotuksessa ja seuraan kuulumattomien harrastajien halveksunnassa.

6.10.3 Beach volley ja lentopallo samassa organisaatiossa

Seuratoimintamallia, jossa beach volley ja lentopallo ovat samassa seuraorganisaatiossa nähtiin monipuolisena ($\bar{x}=2.18$) ja toiminnaltaan molempia hyödyntävänä ($\bar{x}=2.30$). Toimintamalli arvioitiin taloudellisesti kannattavaksi ($\bar{x}=2.60$). Toimintamallin heikkoutena pidettiin hajanaisuutta ($\bar{x}=3.21$). Vastausten hajontaväli oli kaikissa kohdissa yhdestä viiteen. (Kuvio 7.)

Tuloksista on havaittavissa selkeä ajatuksellinen yhteneväisyys, jos tarkastellaan erikoisseuratoiminnan keskittymistä vain ja ainoastaan beach volleyyn. Tämä oli tärkein positiivinen asia erikoisseuratoiminnassa. Toisaalta lentopallon ja beach volleyyn yhdistelmässä hyöty nähdään yhteiseksi ja malli koetaan toimivaksi. Lentopallon ja beach volleyyn keskinäinen yhteys on siis vahva ja toiminnallisesti hyödynnettävissä. Tutkimustietoa voisi tulkita siten, että määrärahojen ja toiminnan hajauttaminen syö ehkä taloudellisia resursseja beach volleyltä, mutta toisaalta antaa lentopallotoimintapuolen henkilöstövoimavarat beach volley -toiminnan kehittämiseen.



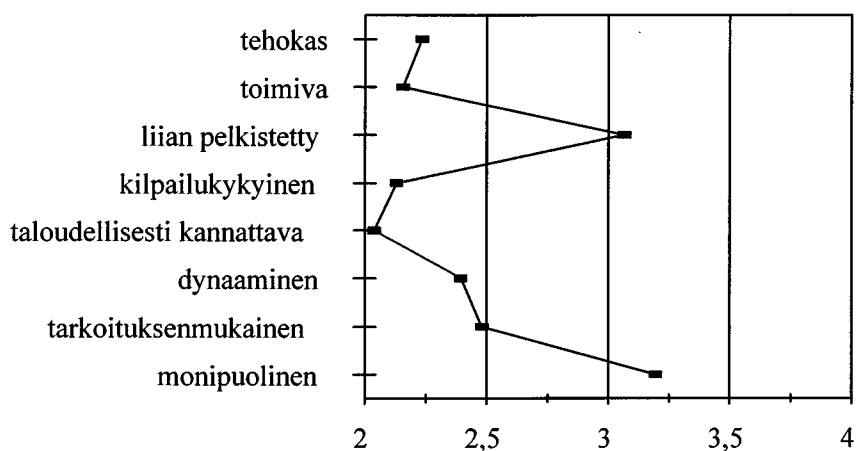
Kuvio 7. Seuratoimintamalli - beach volley ja lentopallo samassa seuraorganisaatiossa

1 = Täysin samaa mieltä 2 = jokseenkin samaa mieltä 3 = en osaa sanoa
 4 = jokseenkin eri mieltä 5 = täysin eri mieltä

6.10.4 Parimuotoinen toimintamalli

Seuratoimintamallin, jossa pelaajapari pelaa sponsorinimellä muodostaen kahdestaan koko seuran (kuvio 9.), positiivisia osa-alueita olivat toiminnan taloudellinen kannattavuus ($\bar{x} = 2.04$) ja kilpailukykyisyys ($\bar{x} = 2.13$). Vastausten hajontaväli oli kaikissa kohdissa yhdestä viiteen.

Toimintamalli nähdään nopeana ja tehokkaana seuratoimintamuotona. (Kuvio 8.)



Kuvio 8. Seuratoimintamalli - parimuotoinen sponsorinimellä toimiva seuraorganisaatio

1 = Täysin samaa mieltä 2 = jokseenkin samaa mieltä 3 = en osaa sanoa

4 = jokseenkin eri mieltä 5 = täysin eri mieltä

Parimuotoinen toimintamalli perustuu taloudelliselle ajattelupohjalle eli liiketoimintaperiaatteelle. Mallin selkeinä etuina pelaajat näkivät kannattavuuden ja kilpailukykyisyyden. Tällöin beach -tuote on helpompi markkinoida. Mahdollisten yhteistyökumppaneiden määrää saattaa pienentää seuran nimen myynti yhdelle yhteistyökumppanille (ns "ekslusiiviset oikeudet"), koska tällöin muiden yhteistyökumppaneiden mukaansaanti vahvan pääsponsorin lisäksi voi olla vaikeasti perusteltavissa. Yhteistyökumppaneiden on helpompi sisäistää konkreettisesti, mihin heidän tukensa kohdistuu. Toisaalta, jos sponsorin nimi aiheuttaa voimakkaita positiivisia assosiaatioita, ei muiden yhteistyökumppaneiden saaminen välttämättä vaikeudu. Muut yhteistyökumppanit haluavat ehkä, että heidän logonsa yhdistetään yhtä lailla joukkueen sponsorinimeen kuin itse joukkueeseen. Toimintamalli antaa pelaajalle suurimman mahdollisen taloudellisen hyödyn. Mallin henkilöstömäärän vaikutus päätöksenteon nopeuteen on ilmeinen. Keskitetyn päätöksentekojärjestelmän etu on nopea päätöksenteko. Päätöksentekijöillä on myös suuri toimivalta ja vapaus tehdä ratkaisuja (Juuti 1989, 213).

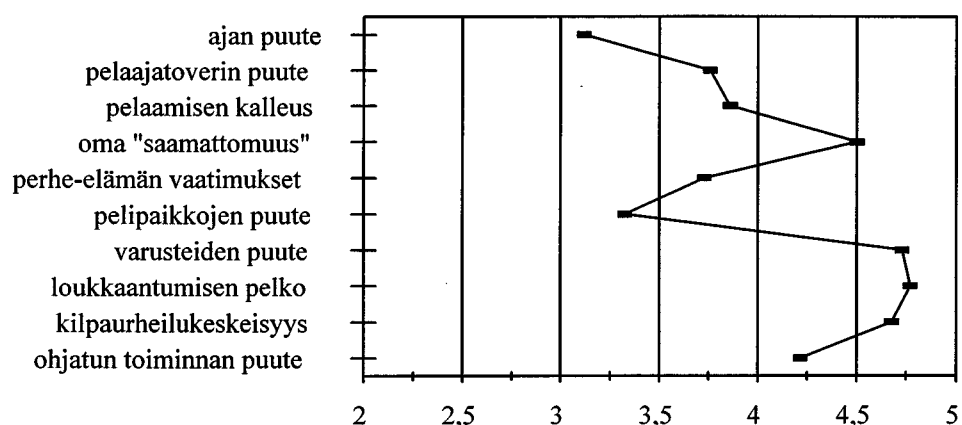
6.11 Mikä beach volleyssä miellyttää?

Pelaajia miellytti beach volleyssä eniten pelin haasteellisuus, sen monipuolisuus (38 prosentissa vastauksista). Vastauksista 27 prosentissa pidettiin lajin kesäisyyttä beach volleyyn ehdottomasti kuuluvana. Pelikavereiden merkitys korostui 25 prosentissa vastauksista. Beach volleyssä miellytti lajin pehmeys verrattuna lentopalloon. Lajin lentopalloa vähäisempi loukkaantumisriski mainittiin etuna (14 %). Yhdeksässä prosentissa vastauksista katsottiin beach volleyyn tarjoavan miellyttävää vaihtelua lentopallon harjoitteluun.

Tuloksista on selkeästi nähtävissä, että beach volley sitoo lajin harrastajat elämäntyyliin, jossa aurinko, kaverit ja raitis kesäilma kuuluvat yhteen, mikä muodostaa beach -kulttuurin ytimen. Lentopallo on luonnollinen beach volleyyn vertauskohta. Beach volleyyn mm. nivelille aiheuttamaa rasitusta pehmentää kirjaimellisesti hiekka.

6.12 Esteet

Tutkimustulosten mukaan pelaajat eivät nähneet esteitä pelaamiselleen. Kohdissa “ajanpuute” - “pelipaikkojen puute” vastaushajonta oli 1-5. “Loukkaantumisen pelko”, “kilpaurheilukeskeisyys” ja “ohjatun toiminnan puute” hajontaväli oli 2-5.(Kuvio 9.)



Kuvio 9. Beach volleyn pelaamisen esteet

1 = Täysin samaa mieltä 2 = joksikin samaa mieltä 3 = en osaa sanoa
 4 = joksikin eri mieltä 5 = täysin eri mieltä

6.13 Beach volley -tapahtuma

Pelaajista 12 prosenttia piti turnaustapahtumia toimivina jo tällä hetkellä. Tuloksien mukaan eniten kehittämistä oli turnausten tuomaritoiminnassa (23 %). Viidennes pelaajista (19 %) aisti turnaustapahtuman järjestäjissä kyvyttömyyttä järjestää kovatasoisia turnauksia. Medianäkyvyyteen liittyi kiinteästi sponsoreiden mainosnäkyvyyden lisääminen (13 %) sekä oheisohjelman ja -palveluiden tarjonnan lisäys turnauspaikalla (18 %). Pelaajien mielestä turnauspaikan sijainti on yhteydessä turnauksen saamaan julkisuuteen. Kriitikki kohdistui myös turnauksissa käytettävien kenttien ja verkkojen kuntoon (15 %).

Verrattaessa pelaajien mielipiteitä turnauspaikan merkittävyydestä sekä pelaajat että Lentopalloliitto olivat samaa mieltä. Myös Lentopalloliitto painotti turnauspaikan merkittävyyttä. (Suomen Lentopalloliitto 2000c, 1-2.) Smith & Steward (1999) puhuvat omien vahvuuksien ja heikkouksien kartoittamisesta turnaustapahtumaa järjestettäessä. Turnausjärjestelyt jakaantuvat pieniin järjestelytehtäviin ja -vastuualueisiin, joiden yksittäinenkin toimimattomuus kasvattaa tapahtuman epäonnistumisen riskiä. (Smith

& Steward 1999, 250-260.) Kauden 2000 turnausjärjestelyissä järjestelyheikkoudet löytyivät juuri näistä pienistä järjestelytehtävistä ja -vastuualueista.

Medianäkyvyyteen vaikuttavia osatekijöitä on monia; urheilutapahtuman koko, järjestelyt, yleisömäärä, kiinnostavuus ja ajankohtaisuus. Vastauksista kävi ilmi, että pelaajat kaipaisivat enemmän katsojia ja medianäkyvyyttä lajille. Lisää julkisuutta ja yleisöä haettiin mm. seuraavilla ratkaisuilla; *“...Lisää yleisöä. Miss Pro Beach!”*, *“Pro Tourin osakilpailuista kaksi Hesaan - lisää näkyvyyttä...yksi turnauksista pohjoisempaan esim. Oulu...Power -cupin yhteyteen aikuisten beach -turnaus...yhteinen beach -sarja Suomen ja Ruotsin rannikkoalueiden välille”* tai yhtä pelaajaa lainaten *“Pro ja Challenger Tourit olisi hyvä pitää samassa paikassa, jos mahdollista. Silloin tapahtumasta tulisi kyllin suuri.”* Tuloksista kävi ilmi, että järjestäjien *“toivottiin huomioivan myös pelaajat, jotka tekevät töitä menestyäkseen tosissaan, vaikka eivät aivan kärkisijoille yltäisikään.”* Tällaisia pelaajia voitaisiin huomioida jollain lailla vaikka oheisohjelmissä tai palveluissa.

Vastauksissa puhuttiin myös osallistumismaksujen kalleudesta ja epätasa-arvosta naisten ja miesten palkintorahojen suuruuksien välillä; *“...kyllähän naisilla on yhtä suuret kulut kuin miehillä”*. *“Liian usein kenttä on kova ja verkot liian matalalla. Perusasioita, jotka pitää olla kunnossa ennen kuin voidaan muuta kehittää”*. Perusasioilla tarkoitetaan mm. turnauksissa käytettävien kenttien ja verkkojen kuntoa ja tuomaritoiminnan yhtenäistä ja organisoitua toimintaa. Vastauksissa mainitut kommentit kenttien huonosta kunnosta (Pieksämäki) ja tuomarityöskentelystä (Lappeenranta) olivat usein paikkakuntaisesti nimettyjä. Yleinen mielipide kuitenkin oli, että työskentelyn ja ulkoisten rakennettujen puitteiden tulisi olla kaikkialla samanlaisia tai toimintamalleiltaan yhteneviä. Laatuvaatimuksina voitaisiin käyttää kansainvälisissä turnauksissa käytettäviä kenttien kunto- ja järjestelyvaatimuksia.

6.14 Tulevaisuus

Neljännes pelaajista (28 %) näki beach volley -pelaajatasen nousevan voimakkaasti. Pelaajat uskoivat yhä useamman lentopalloilijan siirtyvän beach volleyn puolelle. Beach volleyn tulevaisuudessa lajin halliharjoittelumahdollisuudet talvisin lisääntyisivät (16 %), median kiinnostus lajista lisääntyisi (12 %) ja jo vallitseva beach volleyn Etelä-Suomi -keskeisyys lisääntyisi entisestään (12 %).

Taulukko 11. Beach volleyn tulevaisuus Suomessa

Beach volleyn tulevaisuuden suuntia:	Prosenttia vastauksista
Beach volleyn pelaajataso kovenee voimakkaasti	27,9 %
Lajihalliharjoittelumahdollisuus talvella	15,5 %
Median kiinnostus lisääntyy	11,6 %
Toiminnan alueellinen jakautuminen lisääntyy entisestään	11,6 %
Sponsorirahan kasvu voimistuu	10,9 %
Kansainvälistyminen	7,0 %
Turnauspäällekkäisyys vähenee	5,4 %
Muuta	10,0 %
Yhteensä	100 %

Pelaajat kokivat sponsoreiden vahvan mukaan tulon ja Suomen beach volleyn kansainvälistymisen väistämättömänä lähitulevaisuudessa. On luonnollista, jos harrastajamäärät kasvavat ja medianäkyvyys lisääntyy, että yhteistyökumppaneiden mielenkiinto lajia kohtaan lisääntyy. Toisaalta markkinointiin ja tiedottamiseen tulisi pelaajien mielestä käyttää lisää resursseja, jotta lajin mediakehitys olisi vieläkin nopeampaa. Turnauspaikat ovat pitkälti eteläisimmässä Suomessa. Pelaajien maantieteellinen sijoittuminen käsittää kuitenkin koko Suomen. Matkustettaessa harjoittelu - ja turnauspaikoille on Etelä-Suomen pelaajilla selkeä etulyöntiasema pohjoisen pelaajiin verrattuna. Pelkästään matkakustannuksissa on suuria eroja.

Turnauspaikkojen ja beach volley -toiminnan (myös erikoisseuratoiminnan) voimakas painottuminen etelään aiheutti kritiikkiä. Tosiasia kuitenkin on, että enemmistö lajin harrastajista tulee Etelä- Suomesta. Varsinkin lentopalloilevien beach -pelaajien vastauksista tuli ilmi, että beach volley -turnauksien ajankohdissa on suuria päällekkäisyyksiä perinteisten saliturnauksien kanssa. Yhtälailla junioreiden SM-turnausajankohdissa oli päällekkäisyyttä Pro -ja Challenger Tour:in kanssa. Viikonloppuja on kesässä vain rajallinen määrä. Turnaukset olisi ajoitettava siten, että beach volley -pelaajille tulisi mahdollisimman paljon turnausvaihtoehtoja käyttöönsä ja päällekkäisyys olisi minimaalista.

Pelaajien ehdotuksista esille nousi kuntien ja seurojen voimakkaampi mukaantulo ja erityisesti tarvittavien harjoittelupaikkojen järjestäminen. Palkintorahojen voimakas kasvattaminen koettiin tärkeäksi lajin tulevaisuuden ja tason kannalta. Tulevaisuuden turnausjärjestelyissä tulisi keskittyä enemmän omiin taitoihin ja luottaa niihin. *“Turha AMERIKAN meininki pois ja omat ideat käyttöön. Kyllä mekin osataan!”* Tulevaisuuden tiedottamisen tärkeimmäksi muodoksi nousi internetin hyödyntäminen. Pelaajien mielestä Lentopalloliiton toiminnassa tulisi entistä paremmin huomioida beach volleyn kasvava suosio. Yhtälailla pelaajien mielestä toimintaa tulisi kehittää erityisesti beach -henkilöstön kautta, kuten beach -valmentajien, nuoriso beach -vetäjien, beach -tuomareiden ja tietysti Lentopalloliiton omien beach -vastaavien kautta. Tärkeäksi koettiin toimivan beach -organisaation löytäminen Lentopalloliittoon. Tämän avulla pelaajat kokivat, että turnausjärjestäjät olisi helpompi saada sitoutumaan koko beach volley -toimintaan.

Beach volleyn ympärivuotiselle lajiharjoittelutoiminnalle Suomessa on selkeä este. Se on rakennettujen beach volley -sisähallien puute. Kuntien ja liikeyritysten on ollut vaikea lähteä tukemaan lajia, sen vielä suhteellisen pienen harrastajamäärän takia. Lisäksi rakennus- ja ylläpitokustannukset eivät suhteudu käyttäjämääriin tehokkaasti. Kentällä pelaa kerrallaan vain neljä pelaajaa. Beach volley -hallikenttien hyödyntäminen muissa urheilulajeissa on erittäin rajoitettua. Kenttien käyttäjinä olisivat lähes ainoastaan beach volleyn pelaajat. Suomen väestön ja beach volley -pelaajien alueellisesta sijoittumisesta

johtuen, beach volley -sisähallien käyttäjämäärät olisivat riittäviä ehkä vain suurimmissa asutuskeskuksissa. Etelään keskittymiseen löytyy selkeä syy pelkästään Suomen väestöjakaumasta ja ilmastosta. Siellä missä on enemmän harrastajia ja paremmat ulkoiset olosuhteet on myös enemmän beach -toimintaa.

7 YHTEENVETO

7.1 Ammattimaistuminen

Beach volley -toiminnan ammattimaistuminen oli kaudella 2000 vasta alkutekijöissään. Varsinaisia ammattilaispelaajia Suomessa ei ollut. Beach volley -tulot jäivät menestyneimmilläänkin pelaajilla keskimäärin alle 10 000 markan. Vain beach volleyyn keskittyneitä pelaajia oli alle puolet pelaajista. Pelaajien harjoitteluolosuhteet eivät vastanneet ammattilaisuuden vaatimuksia. Ammattimaisuuden kriteereistä täyttyi vain huippupelaajien tahto kehittyä paremmaksi lajissaan ja uskomus järjestelmällisen ja kärsivällisen harjoittelun tuomaan tulokseen. Kehitettävää oli myös turnaustapahtuman laadukkuudessa ja imagossa, jotka vaikuttavat koko beach volleyyn toimintaympäristön ammattimaistumiseen. Puhuttaessa koko Suomen beach volleyyn ammattimaisuuden asteesta, beach volley -toiminta kaudella 2000 oli vielä varsin epäjohtonmukaista ja paikoin jopa harrastelijamaisuutta muistuttavaa. Beach volley ei vielä saavuttanut riittävää yleisön kiinnostusta, jotta mainosmarkkojen virta olisi mahdollistanut kansallisille pelaajahuipuillemme taloudellisen pohjan harjoitella beach volleytä kokopäivätoimisesti.

7.2 Onko seurallamallilla väliä?

“...täällä vaan niin kuin sattuu olemaan paljon harrastajia ja kaikki vaan sattuu toimii semmoisessa Hietsu Beach Volley -seurassa, ikään kuin seuran alla. Sama kai se sitten millä tavalla, kuhan vaan pelikavereita riittää.”(Ryhmähaastattelu 7.4.2001.)

Sponsorinimen alle sijoittuva parimuotoinen beach volley -toimintamalli oli pelaajien mielestä tehokkain ja kilpailukykyisin. Lajin markkinoitavuus ja pelaajien omien kykyjen muuttaminen taloudelliseksi eduksi on helpointa ja konkreettisinta parimuotoisessa toimintamallissa. Pelaajat kokivat omien vaikutusmahdollisuuksiensa olevan parhaimmat tässä toimintamallissa. Lentopallon ja beach volleyyn yhteistyön

nähtiin hyödyntävän molempia lajiosapuolia myös jatkossa. Beach volleyn erikoisseuratoiminta nähtiin hyväksi erityisesti samanhenkisten ihmisten tavoittamisen kannalta.

Pelaajat hyödynsivät kaudella 2000 tasaisesti kaikkia kolmea eri toimintamallia. He käyttivät kunkin mallin positiivisia puolia hyväkseen yhdistäen malleista itselleen sopivimman toimintakokonaisuuden. Pelkästään yhden toimintamallin hyödyntäminen koettiin riittämättömäksi.

“Kumminkin on nimenä, joku toinen. On jossakin turnauksessa kaksi HBV:n jäsentä mutt ne pelaa jollain canal Digital nimellä, jossain, et ei sillä Hietsu Beach Volleyn jäsenyydellä jossain turnauksessa ole mitään merkitystä.”

7.3 Turnaustapahtuma

Turnaustapahtuman perusideointi oli pelaajien mielestä toimivaa kaudella 2000. Kehitettäviä asioita turnausjärjestelyitä ajatellen oli järjestäjien huolellinen valmistautuminen turnausjärjestelyihin, medianäkyvyyden ja oheispalvelujen riittävyden varmistaminen. Turnaustapahtuman perusrunko oli kohdallaan, mutta kaikilla järjestelytoiminnan osa-alueilla oli edelleen kehitettävää. Turnaustapahtumien puutteeksi koettiin järjestelyiden ontuminen median sekä turnausyleisön ja -pelaajien tiedottamisessa. Pelipaikkojen saattaminen kansainväliselle tasolle koettiin erittäin tärkeäksi. Myös pelaajat viihtyivät hyvin organisoidussa tapahtumassa. Suomen Lentopalloliiton turnaushakukriteerit koventuivat vuonna 2000. Turnausjärjestäjien oli osoitettava kyvykkyytensä pelaajien, yleisön ja median perustarpeiden takaamisessa.

Beach volleyn sponsorointi Suomessa on uusi asia. Yhden haastattelun mukaan: *“Nyt yritykset alkaa enemmän heräämään oikeasti tällaisiin mahdollisuuksiin, et nyt ei enää niin kuin suhteilla saa enää mitään armopaloja vaan nyt nähdään ihan oikeasti hyötyä tästä.”*(Ryhmähaastattelu 7.4.2001.) Yhteistyökumppanit tulevat vaatimaan yhä enemmän vastinetta rahoilleen. Yhteistyökumppanit ovat huomanneet beach volleyssä

uuden markkinointimahdollisuuden.

8 KEHITTÄMISEHDOTUKSIA JA POHDINTAA

8.1 Kehittämisehdotuksia

1) Yhteistyö:

Beach volleyn tulevaisuus vaatii Lentopalloliiton, pelaajien, seurojen ja yhteistyökumppaneiden kiinteää yhteistyötä kehittyäkseen. Jokainen osapuoli voi parantaa ja kehittää toimintatapojaan vaikuttaen samalla beach volleyn laatuun.

2) Valmennus- ja koulutusjärjestelmä:

Lentopalloliiton ja beach volleyn erikoisseurojen tulisi yhdessä kehittää valmennus-/koulutusjärjestelmä, jossa Lentopalloliitto tarjoaisi tulevien valmentajien koulutuksen. Seurat sitoutuisivat etsimään sopivat henkilöt yhdyshenkilö- ja valmentajakoulutukseen ja sitä kautta myöhemmin järjestämään varsinaista lajivalmennustoimintaa.

3) Biitsikoulut:

Biitsikouluissa seurojen valmennuskoulutuksen käyneet ihmiset jakaisivat beach-tietoutta eteenpäin. *“Useinhan se on sillai, ett miten on harjoteltu, ett on menty kahdestaan ja pelattu kaksi kahta vastaan peliä eikä mitään harjoitteita ole tehty.”* *“Treenata se pitää tätäkin lajia aivan kuin kaikkea muutakin, eikä vaan koko ajan pelata.”* (Ryhmähaastattelu 7.4.2001.)

4) Rantakoulu:

Kaupunkien ja kuntien kesäisin järjestämien uimakoulujen ohjelmaan voitaisiin lisätä rantakouluosio, jossa tutustuttaisiin beach volleyn alkeisiin. Avustavana ohjaajana voisi tällöin toimia paikkakunnan Lentopalloliiton kouluttama beach-yhdyshenkilö. Tälläkin kehitysehdotuksella saattaisi olla positiivista vaikutusta beach volleyn harrastajamäärien kasvuun myös tulevaisuudessa. Tason

laajenemisen edellytyksenä on valmennustoiminnan kehittäminen.

5) Tiedotustoiminta:

Beach volleyn tiedotus - ja julkaisutoimintaa tulisi edelleen tehostaa valtakunnallisiin tiedotusvälineisiin ja mainostapahtumiin. Lentopalloliigan seurajoukkueita tulisi hyödyntää tehokkaammin beach volleyn mainonnassa. Viimeisillä kevään pelikierroksilla olisi hyvä mainostaa jo tulevan kesän beach volley -tapahtumia. Vastaavasti lentopalloseurat voisivat mainostaa tulevaa kauttaan beach -yleisölle beach -turnausten yhteydessä. Tällä markkinointikeinolla saataisiin hyvin katettua lentopalloilijoiden kohdejoukko. Internet-sivujen päivitystä tulisi edelleen nopeuttaa. Ilmoittautumis- ja tulospalvelun määrää tulisi edelleen lisätä. Enemmistö beach -ihmisistä on nuoria ja käynti mielenkiintoisilla internet-sivuilla kuuluu heidän arkipäiväänsä. Mielestäni beach volleytä -voisi linkittää huomattavasti nykyistä enemmän. Tiedotusta ja julkaisutoimintaa tulisi keskittää nuoriin. Kouluille ja oppilaitoksille tehtävä beach -paketti kertoisi mm. lajin valtakunnalliset ja paikalliset harrastusmahdollisuudet sekä yhteyshenkilöt. Paikallislehtien ja erityisesti ilmaisjakelulehtien hyödyntämistä tulisi tehostaa. Lentopalloliiton tulisi painattaa ohje- ja toimintakirjasia ja näin osaltaan helpottaa turnausjärjestäjien markkinointityötä. Turnaustapahtumien yksittäiset markkinointikeinot eivät itsestään ole riittäviä vaan niiden tulee tukea kokonaisuutena toisiaan. Suhonen (1999) toteaa, että kaikki mahdolliset tilanteet, joissa kuluttaja voi kohdata tuotteen/yrityksen on käytettävä hyväksi. Pelkästään perinteiseen mainontaan turvautuva markkinointi ei enää ole riittävä. (Suhonen 1999, 17.)

8.2 Pohjoismainen yhteistyö

Beach volleyn pelaajatason suomalainen huippu on kapea. Kärki ei ole kuitenkaan paljon jäljessä kansainvälisestä tasosta. "Hyvänä päivänä" suomalainen pari voi voittaa jo tällä hetkellä otteluita ulkomaisissa turnauksissa. (Ryhmähaastattelu 7.4.) Pohjoismaista

yhteistyötä beach volleyssä tulisi lisätä voimakkaasti. Lentopalloliittojen välisiä suhteita voitaisiin kehittää esimerkiksi yhteisin beach -projektein. Tiedon ja osaamisen vapaampi liikkuminen pohjoismaisella liittotasolla beach volleyssä vähentäisi kansallisia lajitoiminnan epäkohtia. Norjassa ja Ruotsissa on monia pelaajapareja, jotka pelaavat aivan maailman huipulla. Lentopalloliiton tulisi tarkastella ja tunnustella yhteispohjoismaisen kutsuturnaustietueen mahdollisuutta, jossa kaikissa Pohjoismaissa pelattaisiin yksi osakilpailuturnaus. Turnaustietueella voisi osallistua yhdestä kolmeen huippuparia maata kohti. Tällaisella turnaustietuemallilla mahdollistettaisiin huippupelaajille entistä enemmän kansainvälisiä otteluita. Eräänä vaihtoehtona olisi selvittää mahdollisuuksia toteuttaa yhteinen tietue Länsi-Suomen (Turku, Vaasa) ja Itä-Ruotsin välillä (Tukholma, Uumaja). Edellä olevien tietuemallien lisäksi maaottelu - ja yksittäisten kansainvälisten turnausten lukumäärää tulisi edelleen lisätä.

8.3 Turnauskaupungit

Turnauskaupunkien valinta vaikuttaa yleisömäärään. Pieksämäki on esimerkki pienen kaupungin suuresta beach volley -tapahtumapaikasta. Kaupungin kesä ei ole kesä ilman jokavuotista beach volley -turnausta. Koko kaupunki mieltää sen yhteiseksi tapahtumaksi eikä pelkästään urheilutapahtumaksi. Kaupunki painaa jo turistioppaita tehdessään kesäohjelmiin turnausajankohdan. Tulevaisuudessa tietueiden turnausten pääpaino tulee olemaan kuitenkin suurissa kaupungeissa (esimerkiksi Helsinki, Turku, Tampere, Oulu). Mielestäni tällaisilla kaupunkivalinnoilla saataisiin ehkä eniten näkyvyyttä lajille, mutta tämän jälkeen ei voitaisi puhua enää beach volley -toiminnan vaikutuksesta koko Suomessa. Monta erittäin hyvin tällä hetkellä organisoitua ja järjestettyä pienturnausta saattaisi jäädä isompien turnausten varjoon.

8.4 Olutta ja paljasta pintaa?

Beach volleyyn turnaustapahtumat hakevat vielä muotoaan. Kokemus opettaa tulevaisuudessa välttämään virheitä järjestelyissä. Beach volleyyn turnausviikonlopun tulisi löytää muoto, jossa sitä voitaisiin kaupata ja markkinoida selkeänä helposti

identifioitavissa olevana pakettina. Tämän beach paketin sisällöstä olisi ehdottomasti löydyttävä katsojille erikseen suunnattua toimintaa. Itse pelisuoritusten seuraaminen ei pelkästään riitä. Yleisöä voi olla paikalla pelkästään virkistäytymässä. (Alaja 2000, 156-159.)

„että turnauksessa pitää niin kuin olla olutta ja makkaraa siellä tarjolla kansalle, ett sitten se viihtyy. Ett se on semmoinen peruselintarvike...ja sit keskari vetää aina lämpimänä kesäpäivänä. Tulla siihen ottamaan se tuopponen ja kattoo peliä.” (Ryhmähaastattelu 7.4.2001.) Yleisölle tulisi antaa sitä mitä he haluavat; hikipintaisia trimmattuja vartaloita, auringon paistetta, olutta ja makkaraa. Yleisö viihtyy turnaustapahtumassa jos tapahtuman puitteet ovat kunnossa. Hyvä urheilutapahtuma on pienten osatekijöiden yhdessä muodostama kiinteä kokonaisuus. (Smith & Steward 1999, 250-260.)

Beach volley -turnaustapahtumien talous Suomessa pohjaa pitkälti tapahtuman sponsorisopimukseen ja oheispalveluista saataviin tuloihin. Yleisön merkitys korostuu entisestään, koska normaaleista urheilutapahtuman lippituloista ei voida puhua. Yleisö on saatava viihtymään ja kuluttamaan oheispalveluissa. Yhteistyökumppaneiden tukimarkoilleen saama vastine on lähes suoraan verrannollinen yleisömäärään. Mielestäni myös Suomessa siirrytään lähitulevaisuudessa ainakin osittain myymään turnaustapahtumiin sisäänpääsylippuja. Lisääntyvän mediakiinnostuksen myötä turnausten yhteistyökumppanit tulevat saamaan enemmän vastinetta rahoilleen kuin aiemmin.

8.5 Pelaajan tulevaisuus

Pelaajien odotukset sponsoritoiminnan lisääntymisestä tulevaisuudessa perustuvat heidän omiin arvailuihinsa ja tuntemuksiinsa. Uusien yhteistyökumppaneiden etsiminen ja vanhoihin yhteyden ottaminen tulee tulevaisuudessa tapahtumaan entistä aikaisemmin. Kesäkiertueiden kulujen peittämiseksi tullaan tekemään yhä enemmän töitä. Kilpailun koventuessa yhä useammin tullaan kääntymään uusien yhteistyökumppaneiden puoleen ilman aikaisempaa yhteistyö- tai suhdetaustaa.

Tulevaisuudessa seuratoiminnassa mukanaolon merkitys tulee korostumaan. Peli- ja harjoittelupaikkoihin pääsy vaikeutuu ilman seuraedustusta. Kanssapelaajien ja lajiharrastajien tavoitettavuus nousee ehkä nykyistä tärkeämmäksi tekijäksi. Se millaisessa seuratoimintamallissa pelaajat ovat mukana tulevaisuudessa riippuu mallien ja itse lajin kehityksestä. Pelaajat tulevat varmasti myös jatkossa etsimään seuratoimintamalleista hyvät puolet ja yhdistämään niitä.

Kuten ymmärrettävää, pelaajien ajatukset pyörivät heihin läheisesti liittyvissä turnausasioissa. Harva pelaajista oli joutunut miettimään beach volleyn kokonaisuutta. Kaikki ovat odottavalla kannalla. Pelaajista oli aistittavissa yhteistyöhalukkuutta ja halua auttaa lajia kehittymään kukin omien resurssiensa rajoissa. Lajimyönteisyys tuli vastaan kaikkialla.

Beach volleyn turnauskiertuemalli on pyörinyt jo neljä kesää. Kasvu -ja kehityskivut tulisi olla voitettuja. Toiminnan pitäisi olla jo laadukasta. Lentopalloliitolta odotetaan selkeitä lajia kehittäviä päätöksiä.

Beach volleytoiminnalta odotetaan vuosi vuodelta enemmän. Pelikauden pituus tulee varmasti pitenemään kun beach volley -hallien määrä kasvaa. Lajikehitystä tapahtuu koko ajan, mutta mihin suuntaan? Suunta on myös pelaajien määrättävissä. „..pelaajat itsekin voivat vaikuttaa asiaan suhtautumalla pelaamiseen ammattimaisesti.” (Henkilökohtainen tiedonanto 1. 6.4.)

8.6 Tutkimuksen arviointia

Tutkimuksessa onnistuttiin mielestäni kokoamaan pelaajien ajatuksia erityisesti ammattimaistumiseen ja turnaustapahtumien toimivuuteen liittyvistä kysymyksistä. Tutkimus onnistui vastaamaan sille asetettuihin ongelmiin kohtalaisen hyvin. Tutkimuksen perusteella voi muodostaa kokonaiskäsityksen Suomen beach volleyn tilasta tällä hetkellä. Tuloksista näkee kehityssuunnat ja selkeät toiminnalliset

ongelmakohdat. Sen sijaan eri beach volleyn seuraorganisaatioiden kokonaisvaltainen vertailu jäi puutteelliseksi. Syynä tähän pitäisin kysymysten teknistä rakennetta eli kysymysten suunnitteluprosessia, joka vaikeutti tilastollisten vertailumenetelmien käyttöä tutkimusta tehtäessä.

Tutkimusmenetelmänä postikyselyn heikkoutena oli pelaajien ajantasalla olevien osoitteiden löytäminen. Tutkimuksen haastatteluosalla, jossa käytettiin avointa haastattelua, yritettiin syventää lomakekyselyn perusteella esille nousseita ongelmakohtia. Avoimen haastattelun vaikeutena on sen analysointi. Ryhmähaastattelu oli toimivampi kuin henkilökohtainen haastattelu, koska tällöin pelaajilla oli enemmän aikaa valmistautua vastauksiin. Lisäksi ryhmähaastattelu tuntui mielestäni vastaavan joukkueurheilun yhteistoimintatilannetta paremmin kuin yksittäiset haastattelut. Beach -pari toimi joukueena myös haastattelussa ollen näin vahvempi kuin yksilö. Beach volley -pelaajia haastatellessa tätä olisi voinut hyödyntää enemmänkin, koska molempien pelaajien näkökulma muodostaa joukkueen näkökulman. Beach volleyn tilasta Suomessa ei ole olemassa aikaisempaa tutkimustietoa, joten aineiston vertailua on mahdotonta suorittaa.

Jos ajatellaan uuden urheilulajin kehittymistä ja siihen liittyviä osatekijöitä, voidaan sanoa, että tutkimustuloksia ei voi yleistää koskemaan muita urheilulajeja. Vaikka kulttuurillisesta kehitystaustasta löytyykin yhtäläisyyksiä esimerkiksi lumilautailuun, on beach volleyssä lajille ominaisia erityispiirteitä niin paljon, että tulosten yleistäminen ei ole järkevää. Beach volley -turnauksien järjestely - ja toteutus on toimintamalleiltaan suurilta osin yleistettävissä yleisesti urheilutapahtuman toteutukseen ja järjestelyihin.

Mielenkiintoisia jatkotutkimusaiheita voisi olla henkilökuvan muodostaminen, jostain Suomen huippupelaajaparista. Yksi tutkimusaihealue voisi olla myös beach volley -sponsoreiden lähempi tarkastelu. Keitä nämä sponsorit ovat? Miksi yhteistyökumppanit kiinnostuivat juuri beach volleystä ja miten he kokevat lajin auttaneen yritysten omaa kiinnostuksen kohdetta? Mitä beach -sponsoreilta odotetaan ja mitä toisaalta sponsorit odottavat saavansa vastineeksi beach volleyltä? Eräs kehittämisidea saattaisi olla myös

beach volleyyn lajivertailu muihin kesäurheilulajeihin. Beach volleyyn näkökulmaa voisi valottaa tavallisen yleisön suunnasta. Mikä beach volleyssä kiinnostaa ja miksi he ovat valmiita seuraamaan turnaustapahtumia?

LÄHTEET

- Adams, P. (1997) Managing the Main Events. *SportBusiness* 5/1997, 28.
- Alaja, E. (2000) Arpapelää? Urheilumarkkinoinnin käsikirja. Suomen Urheilumuseosäätiön julkaisuja n:o 22. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä, 156-161.
- Brandel. C. (1988) *Volleyball Weltgeschichte*. Copress Verlag München. Druckhaus München GmbH, 184-185.
- Caruona, A, Leyland, P. (1997) INTQUAL - an internal measure of service quality and the link between service quality and business performance. *European Journal of Marketing* 1997, No. 8, 605-606.
- Coupat, A. (1996) *The Road to The Olympics*. Federation Internationale de Volleyball. Arti grafische done. Milano - Italia, 4-5.
- D`Astous, A, Bitz, P. (1995) Consumer evaluations of sponsorship programmes. *European Journal of Marketing* 1995, No. 12, 6-20.
- Hasanen, E. (2001). Lumilautailun kulttuurillinen merkityksenanto. Liikunnan sosiaalitieteiden laitos. Liikuntasosiologian pro gradu -tutkielma 2001, 2,31-32,36-37.
- Heinilä, K. (1986) Liikuntaseura sosiaalisena organisaationa. Liikuntasuunnittelun laitos. Jyväskylän yliopisto 1986, 3-4,12.
- Heinilä, K., Koski, P.(1991) *Suomalainen liikuntaseura*. Liikuntatieteellisen seuran julkaisu nro: 125. Hakapaino Oy. Helsinki 1991, 9, 94.
- Heinonen, R., Pulkkinen, S. (1992) *Lentopallo - perusteita pidemmälle*. Saarijärven Offset Ky. Saarijärvi, 265-269.
- Hirsjärvi, S, Remes, P, Sajavaara, P. (2000). *Tutki ja Kirjoita*. Tummavuoren kirjapaino Oy. Vantaa 2000, 182, 196-197.
- Humphreys, D. (1997). `Shredheads go mainstream`? *Snowboarding and alternative youth*. *International Review for the Sociology of Sport* 32 (4), 148-149.
- Iiskola, H. (1997) Ensimmäinen askel otettu. *Kiila - Lentopallon erikoislehti* 5/97, 16.
- Iiskola, H. (1999) Kuuma beach -kesä takana. *Kiila - Lentopallon erikoislehti* 4/99, 12-13.

- Juuti, P. (1989) Organisaatiokäyttäytyminen. Johtamisen ja organisaation toiminnan perusteet. Aavaranta-sarja n:o 18. Otavan kirjapaino. Helsinki, 213.
- Kauppinen, E. (2000) Naisten liigasta voi nyt ponnistaa myös ulkomaille. Kiila - Lentopallon erikoislehti 4/00, 6-7.
- Kiila - Lentopalloilun erikoislehti (1/97). Finnish Beach Volley GP 1997. Suomen Lentopalloliitto, 20-21.
- Kiila - Lentopalloilun erikoislehti (4/97). Mikä beach kesä! Suomen Lentopalloliitto, 17.
- Kiila - Lentopalloilun erikoislehti (4/00). Beach Volleyn SM-ranking. Suomen Lentopalloliitto, 13.
- Kiila - Lentopalloilun erikoislehti (5/00). Beach Volley Pro Tourin, Beach Volley Challenger Tourin, Aikuisten SM-finaalin sekä A-, B- ja C-junioreiden SM-kisojen järjestelyoikeudet. Suomen lentopalloliitto, 22.
- Kiraly, K., Shewman, B. (1999) Beach volleyball. Human Kinetics Publishers. United Graphics. The United States of America,
- Koski, P. (1994) Liikuntaseura toimintaympäristössään. Studies in Sport, Physical Education and Health. Jyväskylän yliopisto 1994, 26-27, 60-61,115.
- Koski, P, Heikkala, J. (1998) Suomalaisen urheiluorganisaation muutos - lajiliitot professionaalistumisen prosessissa. Liikunnan sosiaalitieteiden laitos. Jyväskylän yliopisto 1998, 24-25,35-38.
- Leskinen, J. (2000) Urheilukilpailuun osallistuminen ja sopimus. Opetusministeriö - Kulttuuripolitiikan osaston julkaisusarja nro 3/2000. Oy edita Ab 2000, 8-9.
- Miller, Lori K. (1997) Sport business management. Aspen Publishers, Inc. Gaithersburg, Maryland 1997, 51.
- Mintzberg, H. (1979) The Structuring of Organisations : A Synthesis of the Research. Englewood Cliffs (NJ): Prentice-Hall, 230-231.
- Oksanen, M. (2000) Laatu on klisee. Markkinointi & Mainonta 18/2000, 33.
- Puronaho, K, Matilainen, P. (1997) Hyvinvointi, vaikeudet, tasapaino? Jyväskylän yliopisto. Liikunnan kehittämiskeskus. Julkaisu 2/97, 2,8,10-12,16.
- Rines, S. (2001). Measuring up in the Marketing Mix. SportBusiness 2/2001, 28-29.
- Rizzo, P. (1996) 100 Volleyball collection 1895-1995, 210-213. Federation Internationale de Volleyball. Staroffset Cernusco. Milano- Italia,

- Räsänen, P. (1996) Seura 2001 - Seurojen verotus, 4-5, 9-10. Pohjois-Pohjanmaan Liikunta ry.
- Salo, H, Niskanen, I, Oittinen, A, Puronaho, K, Laihia, K, Meriläinen, J.J, Suomi, K. (1997) The Neste 1000 Lakes Rally, Finland. Environmental, Economic and Social Impacts, 11-12. Institute for Environmental Research, Department of Social Sciences of Sport. University of Jyväskylä 1997.
- Sarhimaa, J. (2000) Joukkueurheilun yhtiöitymisestä - syitä, seurauksia ja ongelmia. Opetusministeriö - Kulttuuri-, liikunta- ja nuorisopolitiikan osaston julkaisusarja nro 10/2000. Oy edita Ab 2000, 39.
- Schreiber, A. (1994) Lifestyle & event marketing: building the new partnership. Mcgraw -Hill book company, USA 1994, 69-70.
- Slack, T, Hinings, C.R. (1987) Planning and organizational change: A conceptual framework for the analysis of amateur sport organizations. Canadian Journal of Applied Sport Sciences, 188-189.
- Slack, T. (1997) Understanding sport organizations: the application of organization theory. Human Kinetics 1997, 59,121-123.
- Smith, A, Steward, B. (1999) Sports management: a guide to professional practice. Allen & Unwin Pty Ltd. St. Leonards 1999, 3-5,250-260.
- Suhonen, K. (1999) Miksi mainostaa? Markkinointi & Mainonta 8/99, 17.
- Suolanen, K. (1998) VIP- tapaamisia ja mediamuutosta? Markkinointi & Mainonta 2/1998, 14.
- Suomen Lentopalloliitto. (1998) Lentopallokirja 1998-1999. Suomen lentopalloliitto. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä, 65-68.
- Suomen Lentopalloliitto. (2000a) Lentopallokirja 2000-2001. Suomen Lentopalloliitto. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä, 5.
- Suomen Lentopalloliitto. (2000b) Beach volleyyn SM-osakilpailut 2000. Suomen Lentopalloliitto, 1-4.
- Suomen Lentopalloliitto. (2000c) Beach Volley Pro Tour 2000 Sopimus. Suomen Lentopalloliitto, 1-2.
- Suomen Lentopalloliitto. Valmennus X-press 3/2000. Suomen Lentopalloliitto. Multiprint Tampere, 13-15.
- Tynan, K. (1994) Multi-channel marketing - maximizing market share with an

integrated marketing strategy, 159.

Tollet, J. (2001). America`s biggest day boosts Super Bowl cities. SportBusiness 1/2001, 16-17.

Wilkinson, D. (1998) The event marketing process. The event management and marketing institute, 4-6.

Vähäperko, A. (2000) Italia ja Ruotsi Turun Citybeachin ykköset. Kiila 4/2000, 11.

CityBeachVolley:

www.citybeachvolley.net 14.1.2001

Kansainvälinen Lentopalloliitto:

1. www.fivb.org/Beach/ 21.3.2001

2. www.fivb.org/PressArea/Press%20Releases/PR%202001.01.18.html

3. www.fivb.org/Beach/PlayersBio 21.3.2001

4. www.fivb.org/Beach/Calendars/2000/men 21.3.2001

Suomen Lentopalloliitto:

www.lentopalloliitto.fi/beachvolley/beachonline 3.3.2001

Haastattelut

Henkilökohtaiset haastattelut:

1. Timo Vilokkinen 6.4.2001, Jyväskylä

2. Annika Haapala 6.4.2001, Pieksämäki

3. Anu Laakso 23.5.2001, Helsinki

Ryhmähaastattelu:

1. Tero Leikas ja Kai Liukkonen 7.4.2001, Helsinki

KUVIOT

Kuvio 1. Beach volleyyn toimintakokonaisuus	33
Kuvio 2. Pro -ja Challenger Tour -pelaajien beach volley -ja lentopallopelivuodet	45
Kuvio 3. Pelattujen beach volley -turnauksien määrä kaudella 2000	46
Kuvio 4. Beach volley -tulot ja -menot kaudella 2000	49
Kuvio 5. beach volley -pelaajien sponsoreiden lukumäärä kaudella 2000	50
Kuvio 6. arviointi suomen Lentopalloliiton beach volley -toiminnasta kaudella 2000	54
Kuvio 7. Seuratoimintamalli - beach volley ja lentopallo samassa seuraorganisaatiossa	58
Kuvio 8. Seuratoimintamalli - parimuotoinen sponsorinimellä toimiva seuraorganisaatio	59
Kuvio 9. Beach volleyyn pelaamisen esteet	61

TAULUKOT

Taulukko 1. Beach volleyyn historian tapahtumavuodet	10
Taulukko 2. Beach volley -joukkueiden osallistujamäärät SM-turnauksiin kausina 1997-2000	13
Taulukko 3. Tutkimuksen perusjoukko, otos ja kato	36
Taulukko 4. Perusjoukon, otoksen ja vastausten vertailu - alueellisuus	37
Taulukko 5. Pro- ja Challenger Tourin pelaajien ikä	40
Taulukko 6. Beach volleyyn pelaajien tämänhetkinen työtilanne	41
Taulukko 7. Beach volleyyn pelaajien ammatillinen tausta	42
Taulukko 8. Beach volleyyn pelaajien kuukausiansiot (veroja vähentämättä)	43
Taulukko 9. Beach volleyyn kansainvälinen kutsuturnausidea	52
Taulukko10. Beach volley -kentän sääntöuudistus	53
Taulukko11. Beach volleyyn tulevaisuus Suomessa	63

Tervehdys beach volleyn Pro/Challenger-tourin pelaaja

Suomalaisessa beach volleyssä ollaan murroksen kynnyksellä. Beach volleyn harrastajamäärät ja kesäiset turnausviikonloput ovat lisääntyneet joka kesä. Kysymys kuuluukin kuinka vastata kasvaviin haasteisiin ja kehittää lajiamme eteenpäin niin toiminnallisesti kuin rakenteellisestikin? Beach volleyn uutuudesta johtuen käytettävissämme on tällä hetkellä vain rajattu määrä tietoa, joka voisi edistää lajiamme ja kehittää turnaustapahtumiemme sisältöä entistä tasokkaammaksi.

Tutkimustieto ei voi korvata käytännön kokemusta, mutta se saattaa auttaa hahmottamaan beach volleyväen yhteisiä toivomuksia lajin kehittämisestä. Laaja-alaisesti kootuista tiedoista on mahdollista etsiä yhteisiä piirteitä, ajatuksia ja kehitysehdotuksia beach volley toimintamme eteenpäin viemiseksi.

Toivomme, että täytät oheisen kyselylomakkeen huolellisesti annettujen ohjeiden mukaan. Kaikkien pelaajien vastaukset ovat välttämättömiä oikean kokonaiskuvan saamiseksi. Tuloksia analysoidaan tilastollisesti, joten yksittäiset vastaukset eivät tule näkyviin. Kaikki vastaukset ovat luottamuksellisia. Tutkimuksen eräänä tavoitteena on luoda perustaa Lentopalloliiton ja erityisesti beach volleyn toiminnan kehittämislle.

Sinulla on nyt pallo kädessäsi - mahdollisuus kehittää yhdessä lajiamme. Sinut on valittu tutkimukseen mukaan, koska edustat kokemuksellasi ja tiedoillasi maamme beach volleyn kärkijoukkoa. Vastaamalla tutkimukseemme syötät juuri tulevan kesän ensimmäisen beach- "aloituksen".

Ohessa on valmiina osoitetiedollinen kirjekuori, jolla voit palauttaa vastauksesi. Pyydämme palauttamaan lomakkeet viimeistään perjantaihin 23.2.2001 mennessä. Lisätietoja tutkimuksesta saa allekirjoittaneilta.

Kaikkien vastanneiden kesken arvotaan kaksi beach volley palloa. Yhteistyöterveisin ja aurinkoisia kesäviikonloppuja odotellen,

Kai Roiha
Liik. Kand - tutkija
Puh: (t) 0400 839752
Sähköposti: kai.roiha@ray.fi

Anu Laakso
Beach volley -kehittäjä
Puh: (t) 09 3481 3158
Sähköposti: anu.laakso@lentis.slu.fi

PS. Tulemme esittelemään sivuillamme tutkimuksen antia sen valmistuttua.

KYSELY BEACHVOLLEYN PRO/challenger TOURIN PELAAJILLE

Vastaa ympyröimällä sopivin vaihtoehto tai kirjoittamalla vastaus sille varattuun tilaan.

1. Ikä: _____ vuotta

2. Sukupuoli 1 nainen 2 mies

3. Mikä on asuinpaikkakuntasi: _____

4. Mikä on nykyinen työtilanteesi?

- 1 opiskelija
- 2 työssä toisen palveluksessa
- 3 työtön
- 4 eläkeläinen
- 5 yrittäjä
- 6 muu, mikä: _____

5. Mikä on ammatillinen koulutuksesi?

- 1 ei ammatillista koulutusta
- 2 ammattikoulu; linja _____
- 3 ammatillinen opisto/ammattikorkeakoulu; linja _____
- 4 korkeakoulututkinto; pääaine/koulutusohjelma _____
- 5 muu, mikä: _____
- 6 jos opiskelet, tämän hetken opintoala: _____

6. Mihin seuraavista tuloluokista sijoitat kuukausiansiosi? (kaikki ansiot veroja vähentämättä)

- | | |
|--------------------|---------------------|
| 1 alle 3000 mk/kk | 5 11001-15000 mk/kk |
| 2 3000-6500 mk/kk | 6 15001-20000 mk/kk |
| 3 6501-8500 mk/kk | 7 20001-25000 mk/kk |
| 4 8501-11000 mk/kk | 8 yli 25000 mk/kk |

7. Mikä on pituutesi : _____

8. Kumpi on lyöntikätesi 1 oikea 2 vasen 3 molemmat

9. Pääasiallinen pelipaikkasi lentopallossa 1 hakkuri 2 passari 3 keskitorjuja 4 libero
5 yleispelaaja

10. a) Edustamasi lentopalloseura kaudella 2000: _____

b) Edustamasi beach volley seura kaudella 2000: _____

c) En edustanut mitään seuraa kaudella 2000

11. Montako vuotta olet pelannut lentopalloa ja/tai beach volleytä?

- | lentopalloa: | beach volleytä: |
|-----------------|-----------------|
| 1 alle 4 vuotta | 1 alle 2 vuotta |
| 2 4-8 vuotta | 2 2-4 vuotta |
| 3 8-12 vuotta | 3 4-6 vuotta |
| 4 12-16 vuotta | 4 6-8 vuotta |
| 5 yli 16 vuotta | 5 8-10 vuotta |
| | 6 yli 10 vuotta |

12. Kuinka monta beach volley turnausta pelasit kaudella 2000?

- 1 1-3 turnausta
- 2 4-6 turnausta
- 3 7-9 turnausta
- 4 yli 9 turnausta

13. Kuopiko pelimuodoista beach volley vai lentopallo on sinulle päälaji?

- 1 lentopallo
- 2 beach volley
- 3 yhtä tärkeitä
- 4 en osaa sanoa

14. Minkälaisia harjoittelupaikkoja sinulla on mahdollisuus käyttää?

- 1 liikuntahalli, jossa on rakennettu tila lentopalloa varten
- 2 liikuntahalli, jossa on rakennettu tila beach volleytä varten
- 3 liikuntapaikka (esim. uimaranta), jossa on rakennettu tila beach volleytä varten
- 4 muu, mikä: _____

15. Kuinka monta tuntia keskimäärin harjoittelet beach volleytä tai sen osaharjoitteita viikossa? (talvikausi ja kesäkausi yhdessä)

- 1 0-5 h/vko 2 6-10h/vko 3 11-15 h/vko 4 yli 15 h/vko

16. Kuinka paljon tuloksi laskettavia etuisuuksia esim. palkka, rahallinen sponsorituki, turnauspalkintorahat, työsuhdeauto, pelivarusteet yms. sait beach volley kaudella 2000? (vain beach volley tulot)

- | | |
|---|------------------|
| 1 en lainkaan | 5 9001-12000 mk |
| 2 alle 3000 mk | 6 12001-15000 mk |
| 3 3001-6000 mk | 7 15001-18000 mk |
| 4 6001-9000 mk | 8 18001-21000 mk |
| | 9 yli 21000 mk |
| 10 jos sait yli 21000 mk em. etuisuuksia, kuinka paljon sait: _____ | |

17. Paljonko arvioisit käyttäneesi rahaa vuoden 2000 beach volley kauteen? (matka- ja majoituskustannukset, ilmoittautumismaksut, lisenssit, harjoittelupaikkamaksut tms.)

- | | |
|--|------------------|
| 1 alle 3000 mk | 5 12001-15000 mk |
| 2 3001-6000 mk | 6 15001-18000 mk |
| 3 6001-9000 mk | 7 18001-21000 mk |
| 4 9001-12000 mk | 8 yli 21000 mk |
| 9 jos käytit yli 21000 mk em. kuluihin, kuinka paljon kulutit: _____ | |

18. Oliko sinulla sponsoreita tukenasi beach kaudella 2000? (yrityksiä, kuntia, seuroja tms.)

- 1 ei
- 2 kyllä kuinka monta sponsoria: _____

19. Valitse seuraavista väittämistä enintään kaksi vaihtoehtoa siten, että numeroit vaihtoehdot seuraavasti: 1= tärkein vaihtoehto, 2 = seuraavaksi tärkein vaihtoehto.

- ___ sponsorit ovat tärkeitä minulle beach volleyssä
- ___ sponsorit eivät ole tärkeitä minulle beach volleyssä
- ___ pelaan beach volleytä, koska pidän siitä urheilulajina
- ___ molemmat sekä sponsorit että beach volley lajina ovat tärkeitä minulle
- ___ en osaa sanoa

20. Mitä mieltä olet beach volleyn kansainvälisestä kutsuturnausideasta kotimaassa? Valitse seuraavista väittämistä enintään kaksi vaihtoehtoa siten, että numeroit vaihtoehdot seuraavasti: 1=tärkein vaihtoehto, 2= seuraavaksi tärkein vaihtoehto.

- ___ tarjoaa mahdollisuuden kansainvälisiin otteluihin
- ___ rajattu liian pienelle osanottajajoukolle
- ___ taloudellisesti kannattamaton
- ___ liian vähän turnauksia vuodessa
- ___ liian paljon turnauksia vuodessa
- ___ osallistuminen ulkomailla vastaavaan turnaukseen sen sijaan
- ___ muuta, mitä: _____

21. Mitä mieltä olet beach volleyn sääntöuudistuksesta? (pelikenttä 8 m x16 m) Valitse seuraavista väittämistä enintään kaksi vaihtoehtoa siten, että numeroit vaihtoehdot seuraavasti: 1= tärkein vaihtoehto, 2 = seuraavaksi tärkein vaihtoehto.

- ___ kehittää beach volleytä näyttävämmäksi
- ___ rajaa erilaisten roolipelaajien mahdollisuuksia
- ___ ei vaikuta beach volleyn kehitykseen urheilulajina
- ___ kehittää lajia huonompaan suuntaan
- ___ muuta, mitä: _____
- ___ en osaa sanoa

22. Mikä beach volleyssä miellyttää?

23. Mitä mieltä olet Lentopalloliiton beach volleyn toiminnasta kaudella 2000? Rengasta mielipidettäsi vastaava vaihtoehto, vaihtoehdot ovat: 1= täysin samaa mieltä, 2= jokseenkin samaa mieltä, 3= en osaa sanoa, 4= jokseenkin eri mieltä, 5= täysin eri mieltä

	TÄYSIN SAMAA MIELTÄ	JOKSEENKIN SAMAA MIELTÄ	EN OSAA SANOA	JOKSEENKIN ERI MIELTÄ	TÄYSIN ERI MIELTÄ
1. tehokasta	1	2	3	4	5
2. beach volleytä kehittävä	1	2	3	4	5
3. kehityksestä jäljessä	1	2	3	4	5
4. uusiin haasteisiin vastaava	1	2	3	4	5
5. pelaajaa kannustavaa	1	2	3	4	5
6. nopeaa	1	2	3	4	5
7. määrätietoista	1	2	3	4	5
8. monipuolista	1	2	3	4	5
9. kansainvälistä	1	2	3	4	5
10. ammattimaista	1	2	3	4	5

24. Millaisena pidät seuratoimintamallia, jossa beach volley ja lentopallo ovat samassa seuraorganisaatiossa? (esim. beach volley lentopalloseuran alajaostona) Rengasta mielipidettäsi vastaava vaihtoehto, vaihtoehdot ovat: 1= täysin samaa mieltä, 2= jokseenkin samaa mieltä, 3= en osaa sanoa, 4= jokseenkin eri mieltä, 5= täysin eri mieltä

	TÄYSIN SAMAA MIELTÄ	JOKSEENKIN SAMAA MIELTÄ	EN OSAA SANOA	JOKSEENKIN ERI MIELTÄ	TÄYSIN ERI MIELTÄ
1. tehokas	1	2	3	4	5
2. yhteistoiminta hyödyntää molempia	1	2	3	4	5
3. Beach volley jää lentopallon jalkoihin	1	2	3	4	5
4. liian hajautettu toimintamalli	1	2	3	4	5
5. toimiva	1	2	3	4	5
6. taloudellisesti kannattava	1	2	3	4	5
7. tarkoituksenmukainen	1	2	3	4	5
8. monipuolinen	1	2	3	4	5

25. Millaisena koet seuratoimintamallin, jossa seuran nimenä on sponsorinimi ja se muodostuu kahdesta pelaajasta? Rengasta mielipidettäsi vastaava vaihtoehto, vaihtoehdot ovat: 1= täysin samaa mieltä, 2= jokseenkin samaa mieltä, 3= en osaa sanoa, 4= jokseenkin eri mieltä, 5= täysin eri mieltä

	TÄYSIN SAMAA MIELTÄ	JOKSEENKIN SAMAA MIELTÄ	EN OSAA SANOA	JOKSEENKIN ERI MIELTÄ	TÄYSIN ERI MIELTÄ
1. tehokas	1	2	3	4	5
2. toimiva	1	2	3	4	5
3. liian pelkistetty	1	2	3	4	5
4. kilpailukykyinen	1	2	3	4	5
5. taloudellisesti kannattava	1	2	3	4	5
6. dynaaminen	1	2	3	4	5
7. tarkoituksenmukainen	1	2	3	4	5
8. monipuolinen	1	2	3	4	5

26. Beach volleyssä toimii jo muutamia erikoisseuroja, joiden toiminta keskittyy vain beach volleyyn. Mitä hyviä ja huonoja puolia näet näissä erikoisseuroissa? (esim. Hietsu Beach Volley)

a) hyviä puolia

b) huonoja puolia

27. Mitä mieltä olet beach volleyn Pro/Challenger Tourin osakilpailujen toimivuudesta tapahtumana. Puuttuuko tapahtumista mielestäsi mitään oleellista ja sinulle tärkeää? Kuinka haluaisit edelleen kehittää turnaustapahtumia?

28. Mitkä seuraavista syistä ovat suurimpia esteitä omalle beach volleyn pelaamiselle? Rengasta mielipidettäsi vastaava vaihtoehto, vaihtoehdot ovat: 1= täysin samaa mieltä, 2= jokseenkin samaa mieltä, 3= en osaa sanoa, 4= jokseenkin eri mieltä, 5= täysin eri mieltä

	TÄYSIN SAMAA MIELTÄ	JOKSEENKIN SAMAA MIELTÄ	EN OSAA SANOA	JOKSEENKIN ERI MIELTÄ	TÄYSIN ERI MIELTÄ
1. ajan puute	1	2	3	4	5
2. pelaajatoverin puute	1	2	3	4	5
3. pelaamisen kalleus	1	2	3	4	5
4. oma "saamattomuus"	1	2	3	4	5
5. perhe-elämän vaatimukset	1	2	3	4	5
6. pelipaikkojen puute	1	2	3	4	5
7. varusteiden puute	1	2	3	4	5
8. loukkaantumisen pelko	1	2	3	4	5
9. kilpaurheilukeskeisyys	1	2	3	4	5
10. ohjatun toiminnan puute	1	2	3	4	5

29. Millaisena näet beach volleyn tulevaisuuden kehityksen? Millainen olisi sinun beach volleyn "toivotulevaisuus"?

Voit jatkaa sivun taakse ja kirjoittaa lopuksi muitakin kommentteja jos haluat. Kiitos vastauksistasi!