

Jäsenseurojen työntekijöiden kokemukset Salibandyliiton palvelutoiminnasta

Jere Liljenbäck

Opinnäytetyö

Vierumäen yksikkö

Liikunnan ja vapaa-ajan koulutusohjelma

2014



Tekijä tai tekijät Jere Liljenbäck	Ryhmätunnus tai aloitusvuosi LOT-10
Raportin nimi Jäsenseurojen työntekijöiden kokemukset salibandyn palvelutoiminnassa	Sivu- ja liitesivumäärä 64 + 7
Opettajat tai ohjaajat Teppo Rantala	
Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia jäsenseurojen työntekijöiden kokemuksia suomen salibandyliiton (SSBL) palvelutoiminnasta. Lisäksi tutkimuksessa kerättiin mielipiteitä SSBL:n tiedottamisesta ja viestinnästä sekä palvelun laadun osatekijöistä. Työ toteutettiin kvalitatiivisena eli laadullisena tutkimuksena. Tiedonkeruumenetelmänä käytettiin teemahaastattelua. Haastatteluita tehtiin kymmenen kappaletta vuoden 2013 syys-joulukuun aikana. Kaikilta SSBL:n toimialueilta vastasi vähintään yksi haastateltava. Haastateltavat olivat salibandyseurojen työntekijöitä. Salibandy jalostui 1980-luvulla opiskelijapiireissä hyvin suositusta sählystä. Suomen Salibandyliitto perustettiin vuonna 1985. Tällä hetkellä salibandy on Suomen suosituin joukkuepalloilulaji aikuisväestön harrastuksena ja lisenssipelaajia lajilla on yli 50 000. Vuonna 2103 SSBL:n puheenjohtaja ilmoitti tavoitteeksi olla Suomen johtava urheilun palveluorganisaatio. Tutkimus tehtiin yhteistyössä SSBL:n kanssa, tukien puheenjohtajan linjausta. Tutkimuksen tulosten mukaan liiton työntekijät kuuntelevat seuroja lähes aina hyvin, mutta ymmärtäminen on pääosin heikkoa ja osittain vaihtelevaa sekä henkilöstä riippuvaista. Sarjoista tiedottamisesta koettiin yleisellä tasolla tai joiltakin osin kehitettävää kuuden vastaajan mielestä kymmenestä. Tutkimus paljasti haastateltavien kokeneen palvelun laadussa suuria eroja SSBL:n työntekijöiden välillä. Peräti seitsemän haastateltavaa koki reagointialttiuden olevan työntekijästä riippuvaa. Tästä voidaan päätellä liiton yhtenäisessä linjassa olevan vielä kehitettävää. Eniten vastaajat nostivat kysymättä esille kritiikkiä olosuhdeasioista ja toiseksi eniten valmennuskoulutuksista. Millaista palautetta olisikaan saatu jos haastattelija olisi kysynyt jokaiselta näistä asioista? Organisaatiouudistus oli haastatteluita tehdessä vasta alkamassa, jatkotutkimuksissa voitaisiinkin selvittää miten palvelu tulee muuttumaan kun uudistus saadaan valmiiksi.	
Asiasanat Asiakaspalvelu, kokemukset, salibandy, viestintä	

Degree Programme in Sports and Leisure Management

Author Jere Liljenbäck	Group or year of entry LOT-10
The title of thesis Floorball clubs workers opinions about customer service with Finnish Floorball Association	Number of pages and appendices 64+7
Supervisor(s) Teppo Rantala	
The primary purpose of this study was to clarify the experiences acquired by floorball club workers concerning the customer service offered by Finnish Floorball Federation (SSBL). In addition, the aim was to gather feedback about information and communication services and to screen the club workers' opinions on different dimensions of service quality. This thesis was carried out in cooperation with SSBL as a qualitative study and material was gathered with focused interviews. Ten interviews were made in 2013 from September to December 2013, and at least one in all regions of the Federation around Finland. Floorball developed during 1980's from a game called "Sähly" which was very popular among students. The Finnish Floorball Federation was founded 1985. At the moment floorball is the most popular team ballgame in Finland as an adult-aged people's hobby and this sport has over 50 000 registered players. In the year 2013 the president of SSBL announced a goal the Federation to become the leading sports organization in customer service. This study supports the same goal. According to this survey, workers of the Federation listened to the club workers quite well, but understanding was often poor or partly varied and depended on the person. Six out of ten of the respondents said that there was room for improvement, both generally and in some areas specifically, in the system of informing about the series. Results showed that respondents found big differences between the Federation workers in the quality of the service. Seven interviewees experienced that response from the Federation depended on the person with whom the customer was dealing with. It can be concluded that there are issues for development in making customer service more equal. Most criticism, without asking, was given for circumstantial factors and, secondly, for coaching education. It is hard to tell what other interviewees would have said if they had been asked. While this thesis was being made, SSBL was under organizational reform. It would be interesting for further study to find out how this reform will work when it is completed.	
Key words customer service, experiences, floorball, communication	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Yhdistystoiminta.....	3
2.1	Yhdistystoiminnan historia	3
2.2	Seuratoiminnan nykytila	4
2.3	Järjestöt ja organisaatiot.....	5
2.4	Organisaatiouudistus.....	6
3	Salibandytoiminta	9
3.1	Salibandyn historia	9
3.2	Salibandytoiminta nykypäivänä.....	10
3.3	Suomen Salibandyliitto	10
4	Asiakaspalvelu ja viestintä	14
4.1	Asiakkaan kohtaaminen.....	14
4.2	Asiakaspalvelu.....	14
4.3	Palvelun laadun osatekijät	16
4.4	Viestintä.....	17
4.4.1	Viestinnän suunnittelu	18
4.4.2	Sisäinen ja ulkoinen tiedottaminen.....	19
4.4.3	Sosiaalisen median hyödyntäminen viestinnässä	19
4.4.4	Salibandyliiton viestintästrategia	22
5	Tutkimuksen tarkoitus ja tutkimusongelmat	24
6	Tutkimusmenetelmät	25
6.1	Teemahaastattelu tutkimusmenetelmänä	26
6.2	Sisällönanalyysi.....	26
7	Tutkimustulokset.....	29
7.1	Positiiviset kokemukset salibandyliiton toiminnasta	29
7.2	Kokemukset salibandyliiton kehittämiskohdista	31
7.3	Kokemukset tiedottamisesta ja viestinnästä	34
7.3.1	Internet-sivut.....	35
7.3.2	Kommentit salibandyliiton Facebookista.....	36
7.3.3	Kommentit salibandyliiton Twitteristä	36

7.3.4	Kommentit salibandyliiton videomateriaalin tuottamisesta.....	37
7.3.5	Kommentit salibandyliiton viestinnästä perinteisessä mediassa.....	38
7.3.6	Sarjatoiminnasta tiedottaminen	39
7.3.7	Kommentit salibandyliiton tulospalvelusta	40
7.4	Palvelun laadun osatekijöiden arviointi	41
7.4.1	Luotettavuus.....	41
7.4.2	Reagointialttius.....	42
7.4.3	Pätevyys	43
7.4.4	Saavutettavuus.....	44
7.4.5	Kohteliaisuus.....	44
7.4.6	Viestintä ja asiakkaan kuunteleminen	46
7.4.7	Uskottavuus ja rehellisyys.....	46
7.4.8	Turvallisuus	47
7.4.9	Asiakkaan ymmärtäminen	48
7.4.10	Fyysinen ympäristö.....	49
8	Pohdinta	51
8.1	Tutkimustulosten pohdinta.....	51
8.2	Opinnäytetyön luotettavuus.....	55
	Lähteet	59
	Liitteet.....	65

1 Johdanto

Suomen Salibandyliiton (SSBL) puheenjohtajan mukaan liiton päämääränä on olla Suomen johtava urheilun palveluorganisaatio. Visiona on päästä lähemmäksi salibandyn pelaajia, harrastajia ja jäsenseuroja. Salibandyn harrastajat koostuvat pääosin nuorista ja nuorista aikuisista. Parhaiten tämän kohderyhmän tavoittaakin internetin välityksellä. Näin ollen liiton viestintää halutaan kehittää entistä proaktiivisempaan ja digitaalisempaan suuntaan, mikä mahdollistaisi paremman osallistumisen, vuorovaikutuksen ja ajantasaisen uutisoinnin. (Kaltala 3/2013, 5.)

Salibandy on tällä hetkellä suosituin joukkuepalloilulaji aikuisväestön harrastuksena. Vuoden 2013 tammikuussa salibandyssä rikottiin myös 50 000 lisenssipelaajan raja, sen saavuttamiseen kului aikaa hieman yli 27 -vuotta. Vastaavaan lukuun ovat joukkuelajeista pystyneet vain jalkapallo ja jääkiekko, eivätkä nekään näin nopeasti. Lisäksi kaiken kaikkiaan harrastajamäärä on noin 360 000, joka on vastaavalla tasolla jalkapallon kanssa. (Huoponen 2/2013, 5.) Salibandyliitolla on lähes 900 jäsenseuraa ja palveluksessa 30 työntekijää. Päätoimipiste sijaitsee Helsingissä, jonka lisäksi on seitsemän aluetoimistoa: Helsingissä (Etelä-Suomi), Turussa (Länsirannikko), Tampereella (Sisä-Suomi), Joensuussa (Savo-Karjala), Oulussa (Pohjois-Suomi), Lappeenrannassa (Kaakkois-Suomi) ja Seinäjoella (Pohjanmaa). Liiton budjetti vuodelle 2014 on yli 6 miljoonaa euroa. (SSBL 2014.)

Järjestöissä saattaa ilmetä huonohenkisyttä eri tasojen välillä. Yhdistyksissä toisinaan ihmetellään piirien ja liittojen tarpeellisuutta, vaikka kyse onkin valtakunnallisista järjestöistä. Piireissä on nähtävissä liittovastaisuutta ja seurojen suuntaan annetaan kritiikkiä liitosta niistä asioista, joista vastuu on itsellä. Liitoissa voi ilmetä epäilystä yhdistysten haluttomuudesta osallistua tiettyihin asioihin ja saatetaan ihmetellä piirien käytäntöjä asioiden hoitamiseksi. Mahdolliset heikkoudet keskinäisessä arvostuksessa liiton ja yhdistysten välillä laskevat järjestöorganisaation suorituskykyä. Parannuskeinona lienee asenteiden muuttaminen ja keskinäisen kanssakäymisen lisääminen. Kommunikaation avulla parannetaan tietoisuuden lisäämistä toisten tekemisistä ja rajoitteista toiminnassa. (Harju, 2004, 84.)

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on selvittää seuratyöntekijöiden kokemuksia Suomen Salibandyliiton palvelutoiminnasta. Lisäksi opinnäytetyössä kerätään mielipiteitä salibandyliiton tiedottamisesta ja viestinnästä sekä palvelun laadun osatekijöistä. Opinnäytetyö on tutkimustyyppinen työ. Tutkimusmenetelmänä käytettiin kvalitatiivista eli laadullista tutkimusta. Tiedonkeruumenetelmänä käytettiin teemahaastattelua. Haastateltavia oli kymmenen henkilöä eri puolilta Suomea niin, että jokaiselta salibandyliiton toimialueelta vastasi vähintään yksi henkilö. Opinnäytetyön avulla voidaan mahdollisesti kehittää SSBL:n palvelutoimintaa ja liiton sekä seurojen välistä yhteistyötä sen kaikissa muodoissa. Tutkimus tehdään yhteistyössä salibandyliiton kanssa ja pyritään tukemaan puheenjohtajan visiota.

Opinnäytetyön tärkeimpiä käsitteitä ovat asiakaspalvelu, järjestötoiminta, kokemukset, salibandy, viestintä ja media.

2 Yhdistystoiminta

2.1 Yhdistystoiminnan historia

Liikunnan ja urheilun kansalaistoiminta on paljon muuttunut siitä, kun perustettiin ensimmäinen urheiluseura vuonna 1856. Yleisseuramalli vakiintui Suomessa 1890-luvulla, sen lisäksi muutkin kansalaisjärjestöt ottivat urheilun mukaan toimintaansa. (Heikkala, Honkanen, Laine, Pullinen & Ruuskanen- Himma. 2003. 5,7.)

Vuosisadan loppuvaiheilla uusien urheiluseurojen määrät kasvoivat, jonka myötä maanlaajuisen yhteistyön ja johtavan elimen tarve lisääntyi. Näin ollen vuonna 1900 perustettiin SVUL (Suomalainen Voimistelu- ja Urheiluliitto). Siihen aikaan liitto oli urheiluseurojen yhteenliittymä ja toimi laittomana salaseurana, koska tsaari ei hyväksynyt sen sääntöjä. Virallisesti SVUL:n säännöt vahvistettiin senaatin toimesta 21.3.1906, jonka jälkeen uuden nimen omaava Suomen Voimistelu- ja Urheiluliitto toimi valtakunnan virallisena keskusliittona. Toimintaan kuului kaikki maamme urheilupiirit niin suomen- kuin ruotsinkielisetkin. Erilaisten urheilumuotojen toimintaa haluttiin pitää alusta asti mukana toiminnassa. (Hietapakka, Rantala, Siukonen, Tukiainen. 1976, 42, 45.)

Vuonna 1887 perustettu Helsingin Ponnistus oli ensimmäinen seura, jonka toiminta perustui pääosin työväestön omaehtoiseen toimintaan. Ponnistuksessa ajatus liikunta-toiminnasta oli terveyden edistäminen. Lukuisten perustamishankkeiden jälkeen vuonna 1919 pidettiin TUL (Työväen Urheiluliiton) perustava kokous. TUL:n tarkoitus oli kerätä yhteen Suomessa toimivat työväen voimistelu- ja urheiluseurat sekä muut ruumiillisen kasvatuksen järjestöt ja toimia niiden välisenä siteenä järkiperäisen ruumiinharjoituksen kehittämiseksi työväen keskuudessa. (Hietapakka ym. 1976, 77,80.)

Liikunnan ja urheilun järjestökulttuuri nostaa suosiotaan 1930-luvulla. Tästä kertoo kasvanut jäsenmäärä ja laajasti levinnyt toiminta. (Heikkala ym. 2003, 9.) Sotien jälkeiseen aikaan 1940- ja 1950-luvuilla Suomeen syntyi ennätysmäärä lapsia ja yhteiskunta muuttui maatalousvaltaisesta teollisuusyhteiskunnaksi. Lapset alkoivat päästä paremmin mukaan urheiluseuroihin, jotka olivat tuohon aikaan monen lajijaoston yleisseuroja. Perinteikkäät lajit olivat suosiossa: yleisurheilu, hiihto, nyrkkeily, paini, painonnosto

sekä jalka-, pesä- ja jääpallo. Urheiluseurojen tarkoituksena oli kasvattaa nuoremmasta sukupolvesta ”kunnon kansalaisia”. (Lämsä 2009, 18–26.)

Nykyaikaisen kansalaisyhteiskunnan rakentumisvaihe 1960-luvulta lähtien synnytti uudenlaisen julkishallinnon ja järjestökentän välisen yhteyden. Vuonna 1962 kunnista 97 prosenttia oli muodostanut urheiluasioista huolehtivan elimen. (Heikkala ym. 2003, 13.) Teollistuminen toi mukanaan muuttoliikkeen maalta kaupunkeihin. Joukkueurheilu kasvatti suosiotaan kaupunkeihin muuton myötä. (Lämsä 2009, 18–26.)

Julkisen sektorin luomat edellytykset liikuntakulttuurille auttoivat kansalaisjärjestöjä itse toteuttamaan liikuntatoimintaa ja ensimmäinen liikuntalaki astui voimaan 1980. Vaihtoehtoiset liikuntamuodot alkoivat rakentua ja opiskelijoiden mielenkiinto siirtyi politiikasta liikuntaan. Tästä joukosta puhutaankin ”sählysukupolvena” jonka suuntasi energian ja aktiivisuutensa liikuntaan. Näin uusi laji salibandykin syntyi akateemisten opiskelijajoukkojen kautta. (Heikkala ym. 2003, 14.)

2.2 Seuratoiminnan nykytila

Suomessa 19-65-vuotiaiden ikäluokissa liikunnan vapaaehtois- ja kansalaistoimintaan osallistui 536 000 ihmistä vuosina 2009-2010. Kyseisestä määrästä salibandytoimintaan osallistui 32 000 ihmistä, muista urheilulajeista vain jalkapallo, jääkiekko, yleisurheilu ja hiihto toivat lajiinsa enemmän vapaaehtoisia. (SLU 2009-2010, 6, 12.)

Vuonna 2010 valmistuneessa tutkimuksessa mainitaan liikunnan ja urheilun vapaaehtoistyössä olleen mukana yli 600 000 suomalaista. Keskimäärin vapaaehtoiset olivat toiminnassa mukana 10 tuntia kuukaudessa huoltajina, valmentajina, seurajohdossa tai muissa tehtävissä. Seurojen sekä harrastajamäärien kasvaessa on tullut tunne vapaaehtoisten määrän vähenemisestä. Lukumäärällisesti vapaaehtoisten määrä oli kuitenkin pysynyt samana. Sen sijaan palkattujen työntekijöiden määrä on ollut viime vuosina kasvussa ja muutosta ei ole näköpiirissä. Seuroihin kohdistuvien odotusten täyttämiseksi uusille valmentajille, ohjaajille ja hallintotehtävien tekijöille on todella tarvetta. Vapaaehtoistoimintaa voidaan kuitenkin pitää seuratoiminnan kivijalkana. (SLU 2010.)

SLU:n kansallisen liikuntatutkimuksen mukaan suosituin harrastus 3–18-vuotialla on edelleen urheilu vuosina 2009-2010. Suomalaisista lapsista ja nuorista 92 prosenttia harrastaa liikuntaa. Suosituimpia lajeja ovat jalkapallo, pyöräily, uinti, juoksulenkkeily, hiihto ja salibandy. Eniten suosiota ovat kasvattaneet juoksulenkkeily, kuntosaliharjoittelu, salibandy ja ratsastus. (SLU 2010.)

Urheiluseuratoiminta on yhä suosittua ja seurassa harrastaneiden osuus on lisääntynyt. Lapsista ja nuorista 43 prosenttia sanoo harrastavansa urheilua urheiluseurassa. Tämän lisäksi 258 000 seurojen ulkopuolella olevaa lasta ja nuorta olisi kiinnostuneita osallistumaan seurojen toimintaan. Urheilun aloittaminen valuu vuosi vuodelta yhä nuorempiin. Omaehtoisen urheilun harrastaminen yksin tai kavereiden kanssa on kuitenkin vähenemään päin. Tämä selittää osittain lasten ja nuorten heikkoja kuntotestituloksia. (SLU 2010.)

2.3 Järjestöt ja organisaatiot

Arkisessa kielessä järjestö koostuu organisoituneista jäsenyhdistyksistä. Näin ollen yhdistys on kansalaistoiminnan perusmuoto ja järjestö taas yhdistysten yhteenliittymä. Järjestökenttä koostuu tyypillisimmillään paikallisista yhdistyksistä, alueellisista organisaatioista kuten piirijärjestöistä sekä valtakunnallista tasoa vastaavista liitoista ja keskusjärjestöistä. Yhdistyksiä voidaan nimittää myös seuroiksi. (Heikkala 2001, 40 & Loimu 2010, 25.)

Yhdistykset voivat muodostua henkilöistä tai toisista yhdistyksistä. Liitoiksi on ollut myös tapana kutsua yhdistyksistä koostuvia yhdistyksiä. Suomen Salibandyliitto koostuu yhdistyksistä, joten se on liitto. (Halila 1993, 52) Järjestöillä viitataan siis lajiliittoihin, joiden toiminta tapahtuu tietyssä toimintaympäristössä Suomessa. Organisaatiolla tarkoitetaan muita liikunnan järjestökentän tärkeitä organisaatioita eli yrityksiä ja julkista hallintoa. Toisaalta niin ikään lajiliittojen sisäistä rakennetta selvitettäessä on luontevaa käyttää nimitystä organisaatio. (Koski & Heikkala 1998, 43.)

Valo eli Valtakunnallinen liikunta- ja urheiluorganisaatio aloitti työskentelyn vuoden 2013 huhtikuussa. Valo perustettiin Olympiakomitean ja entisten liikuntajärjestöjen

Suomen Liikunnan ja Urheilun, Nuori Suomen ja Suomen Kuntoliikuntaliiton kesken. Entiset järjestöt lakkauttivat toimintansa 2013 marraskuussa ja henkilöstö ja toiminta on siirretty Valoon. (HS 2013); (Valo 2014.)

Huippu-urheilusta vastaa Olympiakomitea ja muusta liikunnasta Valo. Valon tarkoituksena on arvostuksen ja resurssien lisääminen urheilussa, seuratoiminnan, lasten urheilun ja liikunnallisen elämäntavan edistäminen. Valo tarjoaa palveluita jäsenilleen ja tavoitteena on kaikkien liikunta- ja urheilujärjestöjen liittyminen sen toimintaan. (HS 2013.)

Uuden kattojärjestön tavoitteena on olla maailman liikkuvin urheilukansa 2020. Tavoitteen takana on halu antaa jokaiselle lapselle mahdollisuus liikunnasta ja urheilusta innostumiseen sekä tarjota arkeen elinvoimaa nuorille ja aikuisille. Toisena tähtäimenä on myös luoda osaamisesta ja innostuksesta vetovoimaa seuratoimintaan sekä tukea jäsenjärjestöjä laadukkailla palveluilla. (Valo 2013.)

SSBL:n puheenjohtaja suhtautui varauksella mahdolliseen Valoon liittymiseen. Yhteistyöhön ollaan valmiita, mutta muutosta kaivataan SLU:n vanhaan malliin. "Nyt tarkastellaan, mihin se on menossa. Kyllä laivalle pitää saada selkeä kapteeni. Nyt haluamme keskustelua, mitä muutos tarkoittaa ja miten rahaa saadaan oikeasti urheiluun", Kaltala sanoi. (HS 2013) Salibandyliiton käytössä on jäsen- joukkue ja pelaajarekisterinä Valon tuottama sporttirekisteri (SSBL 2014, 8).

2.4 Organisaatiouudistus

Vuoden 2013 alussa SSBL:n uusi hallitus käynnisti salibandyliiton, salibandyliigan ja maajoukkuetoiminnan organisaatiouudistuksen, jonka myötä toimintaan liitettiin mukaan uusia henkilöresursseja (Yle 213). Salibandyliiton organisaatiota kuvataan tarkemmin kappaleessa 3.3 Suomen Salibandyliitto.

Euroopan työolotutkimuksen mukaan 52 prosenttia suomalaisista työntekijöistä on ollut mukana kokemassa kolmen vuoden aikana suuren organisaatiouudistuksen. Osuus on suurin EU-maissa. Tamperealaisen työelämän tutkijan Anu Järvensivun mukaan

Suomen kaltaisessa pienessä maassa uudistuksista voi syntyä itseään ruokkiva jatkumo. Johdossa luodaan organisaatiouudistuksia, jotta saataisiin tunne uudistuksen kontrolloinnista. Samassa tapahtuu lisää muutosta, josta syntyy helposti uusia uudistuksia. Tutkimusten perusteella johtoporras on usein tyytyväisempi uudistuksen tuloksiin kuin työntekijät. Työelämän kehittämisprojektia Tekesissä ohjaava Tuomo Alasoini kokee, että alajohto ja tiimit joutuvat totuttelemaan uusiin kuvioihin ja ratkomaan epäselvyyksiä käytännössä, kun ylin johto saa uudistuksesta rauhan sielulleen. Alasoinin mukaan rakenteiden muutoksilla ei ratkota ongelmia, vaan aikaa tulisi käyttää enemmän arkisten ongelmien ratkaisemiseen. (Yle 2012.)

Muutoksen lähtökohtana on tyypillisesti tavoitteinen muodostettu strategia. Ydinkysymyksenä onkin, mikä on muutoksen ensimmäinen askel eteenpäin? Mikä toimii järjestön toiminnan muutoksen kärkenä, ensisijaisena kohteena ja aikaansaavana voimana? Tyypillisesti lähdetään liikkeelle olemassa olevista rakenteista, nykyisistä resursseista, tehtävistä, rooleista, sekä toimintaa, palveluita ja tuotteita aikaansaavista prosesseista. Nämä asiat jäsentävät tavoitteen ja vision luomista. Kun visio ja tavoitteet on luotu, mietitään toteutusta. Järjestöorganisaation toiminnassa on rajoitteita, jäykkyyksiä ja hitauksia, mutta muutoksen toteuttamiseksi on oltava tavoitteiden mukainen tahtotila. (Heikkala 2001, 215 -17.)

Peruskysymyksenä strategisen muutoksen johtamisessa onkin miten se, miten koko strategia saadaan näkymään organisaation arjessa, päätöksenteossa, toimeenpanossa, kulttuurissa ja toimintatavoissa? Ensimmäisenä asiana on luoda tapahtuma, jossa muodostetaan yhteistä organisaatiokulttuuria. Kun käydään läpi järjestön toiminnan saavutuksia, pohditaan yhdessä analyyseissä esiintyneitä asioita, pähkäillään strategisten valintojen ja tavoitteiden perusteluita niin osallistujat pääsevät jakamaan ajatuksiaan, odotuksiaan ja toiveitaan. Näin muodostuvat yhteisen toiminnan sävelet. Kulttuuri järjestöorganisaatiossa syntyy ja elää ihmisten kautta. Se esiintyy vuorovaikutuksessa, käyttäytymisessä ja säännönmukaisuuksissa. (Heikkala 2001, 217 -18.)

Harjun (2004, 81) mukaan järjestöt eivät elä epävarmoissa markkinatilanteissa, joissa vaaditaan nopeita muutoksia. On suositeltavaa pohtia johtopäätöksiä huolella ja keskusteluttaa niistä päättäjiä järjestön kullakin organisaatiotasolla. Näin voidaan päästä

uudistusprosessin kriittisimpään vaiheeseen eli päätösten tekemiseen ja muutosten käytännön toteutuksiin. Mikäli päätökset on tekaistu ilman jäsenkunnan aitoa hyväksymistä, eivät toivotut muutokset käytännössä toteudu.

Järjestöä suositellaan lähtemään organisaatiouudistukseen vain jos keskeiset mielipidevaikuttajat ovat siihen sitoutuneina. Muutos vaatii aikaa, tapaamisia ja puheluita. Tarve muutokselle pitää kyetä perustelemaan, mikäli siinä ei onnistuta – jää muutos toteuttamatta. Sen takia järjestön johdossa tulee analysoida hyvin järjestön organisatorinen tila ja vetää siitä toteuttamiskelpoiset johtopäätökset. Organisatorisen tilan selvittäminen on haastava tehtävä. Apuna on suositeltavaa käyttää ulkopuolista asiantuntijaa, joka poistaa epäilyjä siitä, että liiton johto ajaisi omia tarkoitusperiään. (Harju 2004, 81.)

3 Salibandytoiminta

3.1 Salibandyn historia

Sählyn vaikutteet ovat peräisin Yhdysvalloissa pelatusta streethockeysta, jääkiekon katuversiosta. Peliä pelattiin muovisilla mailoilla ja kiekolla. Salibandyn kehitys on alkuaan sählystä, jonka pelaaminen aloitettiin Ruotsissa, Göteborgin seudulla 1970-luvun alussa. (Mukkala, 1989,6); (SSBL 2014.)

Czitromin (1991, 24-26) mukaan vuonna 1968 lauma opiskelijoita toi Hollannista Amerikkalaisia muovisia mailoja ja palloja Ruotsiin kokeiltavaksi. Pelaaminen todettiin hauskaksi ja myöhemmin 1970-luvun alkupuolella kokeiltiin pelata Amerikkalaisilla golfin sisäharjoitteluun tarkoitelluilla 26-reikäisillä palloilla. Peliä kutsuttiinkin alkuun Ruotsissa nimellä ”bandygolf”.

Suomeen sähly saapui opiskelijoiden mukana ja ensimmäiset sählysarjat saatiin käyntiin Helsingin yliopistossa vuonna 1974. Hyvin pian toiminta levisi muihin opiskelijakäytöksiin, Hämeenlinnaan, Turkuun, Tampereelle, Jyväskylään ja Joensuuhun. Sähly tuli tunnetuksi opiskelijoiden liikuntamuotona, mitä se on myös edelleen. Yleisesti alettiin puhumaan ”sählysukupolvesta”. (SSBL 2014.)

Lajin nimeä ”sähly” ei kuitenkaan koettu luottamusta herättäväksi ja sen lisäksi se oli jo käytössä rekisteröitynä tavaramerkkinä. Suomalaisen salibandyn ”isänä” pidetty Pekka Mukkala oli pohtinut lajille sopivaa nimeä. Ruotsissa pelistä käytetään nimeä innebandy, josta lopulta muotoiltiin vuoden 1985 elokuussa suomenkielinen versio nimeltä salibandy. (J.Tervo, 1991, 37.)

Ruotsissa laji oli jo kehittynyt kaukalossa pelattavaksi kilpaurheiluksi ja sen haluttiin leviävän myös muihin maihin. Ruotsin salibandyliiton innoittamana Suomeen perustettiin Salibandyliitto 23.9.1985 kolmen seuran toimesta. Nuo seurat olivat Helsingin yliopiston urheiluseura, Savannan Pallo ja Ylhäs. Puheenjohtajaksi nimettiin Pekka Mukkala. (SALIBANDY 1/89; Järvinen & Sipilä, 1997, 7; Kulju & Sunqvist 2002, 37- 38.)

Sarjatoiminta saatiin alun hankaluuksien jälkeen käyntiin vuonna 1986 ja miesten SM-sarjassa mukana oli kymmenen joukkuetta. Samana vuonna perustettiin myös Kansainvälinen Salibandyliitto International Floorball Federation (IFF) (Kulju & Sunqvist 2002, 38.) Ensimmäinen salibandy-lehti, nimeltään SALIBANDY julkaistiin 9.6.1989 (Kinnunen, 2013).

Salibandyssä vapaaehtoistyöhön osallistuvien määrä 19-65-vuotiailla seuroissa tai muualla on Suomessa neljänneksi suurinta verrattuna muihin lajeihin ja on kasvanut viime vuosina. Kaudella 2001-2002 vapaaehtoisia oli 33 000, kaudella 2005-2006 määrä oli kasvanut 41 000 ja 2009-2010 mukana oli jo 46 000 vapaaehtoista. (SLU 2010.)

3.2 Salibandytoiminta nykypäivänä

Kaudella 2013–2014 pelaa salibandyliiton sarjoissa noin 2500 joukkuetta ja yli 50 000 pelaajaa. Kausi on järjestyksessään 28. sarjakausi. Joukkue- ja pelaajamäärät ovat edelleen kasvussa ja haasteena on järjestelmien kehittäminen ilmoittautumisissa, pelaajasiirroissa ja tulospalvelussa. Tarkoituksena on viedä eteenpäin asiakaspalvelua ja palvella toiminnassa mukana olevia seuroja entistä paremmin. (Vehniäinen, 2013.)

Vuonna 2011 syksyllä toteutettiin seuratoimintakysely, jonka tuloksista voidaan lyhyesti sanoa seurojen olevan elinvoimaisia ja menestyviä. Toiseksi seuratoiminnan kehittämisen mallit on omaksuttu osaksi liiton ja seurojen päivittäistä toimintaa. Kolmanneksi voidaan todeta Salibandyseurojen yhteiskunnallisen merkityksen olevan paikallisesti hyvällä tasolla. (SSBL, 2011, 4.) Nykyään salibandyä pelataan laajalti ympäri Suomea ja laji on edelleen suosittu opiskelijapiireissä. Opiskelijakaupungit ovatkin yhä lajin suurimpia keskittymiä, mutta helpon harrastettavuutensa ansiosta salibandyä harrastetaan myös pienemmissä kaupungeissa ja kunnissa. (Korsman & Mustonen, 2011, 19.)

3.3 Suomen Salibandyliitto

Suomen Salibandyliitto (SSBL) perustettiin 23.9.1985 valtakunnalliseksi urheilujärjestöksi. Perustaminen tapahtui kolmen helsinkiläisen seuran toimesta, Helsingin yliopiston urheiluseura, SaPa ja ainoana lajin erikoisseurana Ylhäs. (Mukkala 1/1989, 6.)

Suomen Salibandyliiton toimintasääntöjen mukaan toiminnan tarkoitus on edistää, valvoa ja ohjata Suomen salibandyn harrastusta ja sen kehittymistä. Lisäksi liiton tulee toimia yhdyssiteenä sen toimintaan kuuluvien salibandyä harrastavien aluejärjestöjen, urheiluseurojen ja muiden aatteellisten järjestöjen kanssa. Lähtökohtana salibandyliiton toiminnassa ovat liikunnan eettiset arvot ja urheilun reilun pelin periaatteet. Liitto pyrkii toiminnassaan kehittämään tasa-arvoa. (SSBL,1/89, 4.)

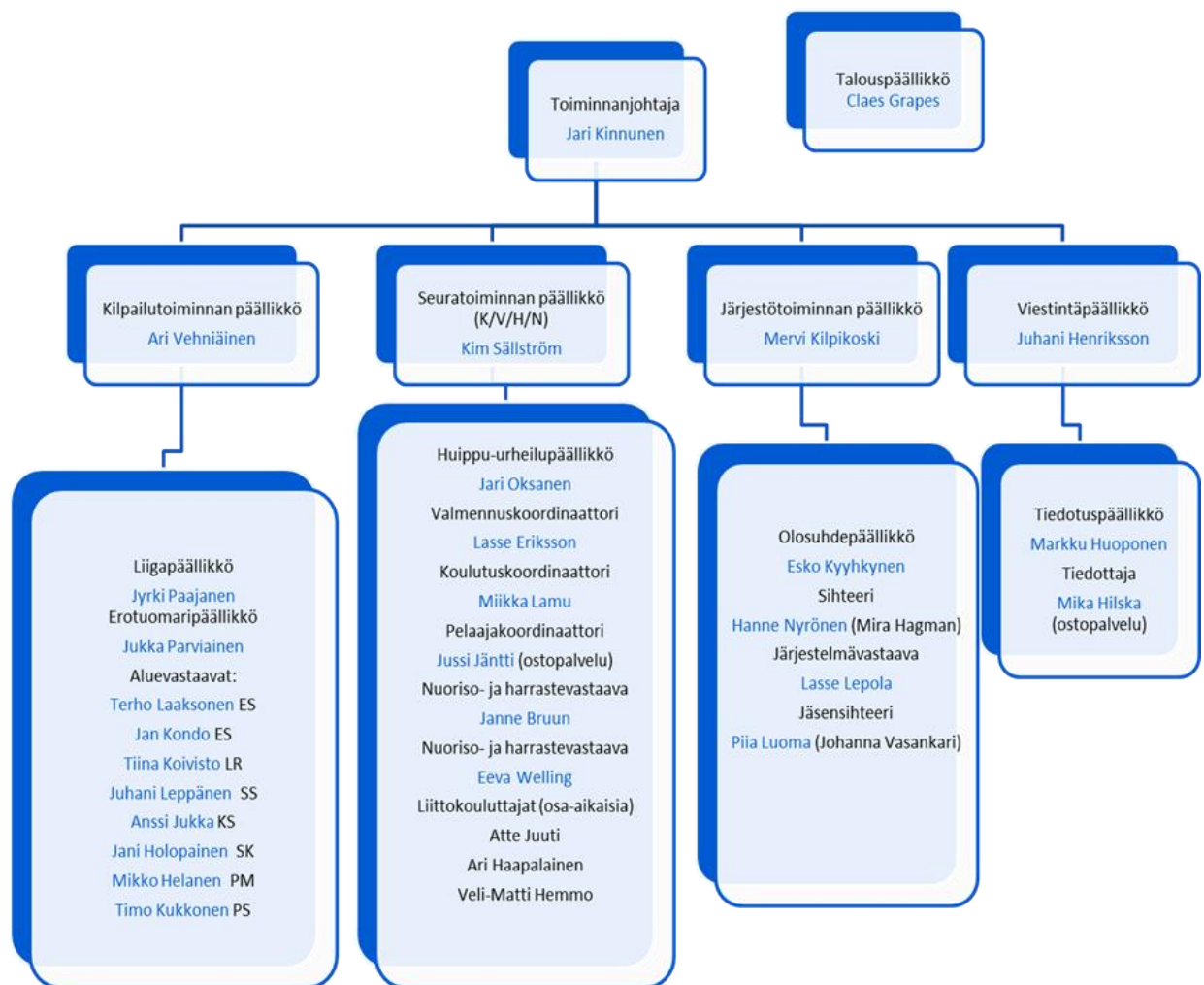
Salibandyliiton jäseniä ovat liiton hallituksen hyväksymät sählyä ja salibandyä harrastavat rekisteröidyt yhdistykset sekä näiden muodostamat rekisteröidyt piiri-aluejärjestöt. Jäsenseuroja liitolla on lähes 900. SSBL:n korkein päättävä elin on kahden vuoden välein kokoontuva liittokokous. Liittokokouksessa jokaisella jäsenmaksun maksaneella jäsenellä on yhdestä kolmeen ääntä, riippuen seuran koosta eli lisenssien määrästä. Liittokokouksessa valitaan valtuusto ja hallitus kahden vuoden toimintakaudeksi. Valtuusto käyttää korkeinta päätäntävaltaa liittokokousten välillä. Liiton asioita hoitaa liittohallitus, joka koostuu puheenjohtajasta, vähintään kuudesta ja enintään kahdeksasta jäsenestä. Nämä jäsenet valitaan syyskokouksessa ja toimikausi hallituksen jäsenillä on kaksi vuotta. Suurin osa päätösten valmistelutyöstä suoritetaan valiokunnissa, joita on seitsemän. (SSBL 2014.)

SSBL Salibandy Oy (Salibandyliiga) on täysin salibandyliiton omistama huippusalibandyn markkinointiosakeyhtiö, joka aloitti toimintansa vuoden 1999 alussa. SSBL Salibandy Oy:lle kuuluu muun muassa maajoukkueiden ja kansallisten pääsarjojen yhteistyö- ja markkinointioikeudet. Tässä osakeyhtiössä työskentelee kaksi henkilöä: toimitusjohtaja ja myyntineuvottelija. Vuoden 2014 budjetti salibandyliitolla on yli kuusi miljoonaa euroa. SSBL:n päätoimipiste sijaitsee Helsingin Myllypurossa. Sen lisäksi SSBL:lla on seitsemän aluetoimistoa, Helsingissä (Etelä-Suomi), Turussa (Länsirannikko), Tampereella (Sisä-Suomi), Joensuussa (Savo-Karjala), Oulussa (Pohjois-Suomi), Lappeenrannassa (Kaakkois-Suomi) ja Seinäjoella (Pohjanmaa). SSBL:n palveluksessa on 30 toimihenkilöä. (SSBL 2014.)

Kaikilla alueilla sarjatoiminnan organisoimisesta vastaa päätoiminen aluevastaava ja Etelä-Suomen alueella kaksi alue-vastaavaa. Sen lisäksi alueellista toimintaa pyritään kehittämään säilyttämällä ja rakentamalla uusia yhteistyöverkostoja jäsenseurojen, kun-

tien, toisten lajiliittojen ja halliyritysten sekä alueellisten erotuomariverkostojen kesken. Työryhmien määrää alueilla tullaan lisäämään, jotta seurojen rooli alueellisen toiminnan kehittäjinä korostuisi. (SALIBANDY toimintasuunnitelma, 2014, 4.)

Miesten ja naisten Salibandyliiga ja miesten Divarin kilpailutoiminta pyörii nykyään Salibandyliiton järjestämänä. Kuvioista on nähtävillä Salibandyliiton jakautuminen neljään sektoriin. Ne ovat kilpailutoiminta, seuratoiminta, järjestötoiminta ja viestintä. Kyseisten sektoreiden vastuuhenkilöt ja toiminnanjohtaja muodostavat Salibandyliiton viisi-henkisen johtoryhmän (Yle 2013.)



Kuvio 1. (Kilpikoski, M. 22.11.2013)

Vuonna 2013 SSBL:n tavoitteeksi julkistettiin olla Suomen paras urheilun palveluorganisaatio. Liiton perustehtävien lisäksi vuoden 2014 tärkeänä tavoitteena tulee olemaan kohti päämäärää vievät muutos- ja kehitystoimet. Liiton toiminnan kehittämiseen kes-

keisimmiksi tavoitteiksi mainittiin viestintä, seurakehittäminen, olosuhteet ja valmennuskoulutukset. Kyseisten osa-alueiden muutokset tuodaan käytäntöön 2014. (SSBL toimintasuunnitelma 2014, 3.)

SSBL:n uuden johtamisjärjestelmän mukaan liiton sektorikohtaisten tavoitteiden ja toimihenkilöiden henkilökohtaisten tavoitteiden määrittäminen ohjaa toimintaa kohti tavoitetta. Jokaiselle toiminnalliselle sektorille on määritelty kriittiset menestystekijät asiakkaan, prosessin, talouden ja henkilöstön näkökulmasta. Nämä tekijät varmistavat toiminnan oikean suunnan ja priorisoinnin. Toimintaan tulee läheisesti kuulua vuonna 2013 määritetyt arvot organisaatiolle: ”arvostus-luottamus-vapaus” ja asiakkaiden arvo-odotukset: ”asiantunteva-osaava-avoin-aktiivinen”. (SSBL toimintasuunnitelma 2014, 3.)

4 Asiakaspalvelu ja viestintä

4.1 Asiakkaan kohtaaminen

Asiakkaan kohtaaminen lähtee asiakkaan huomaamisesta. Yksi ihmisen perustarpeista on nähdä tulleensa. Huomaaminen tarkoittaa ihmisarvon antamista (Pitkänen 2006, 11.) Asiakasta tulee tervehtiä ja puhutella ystävällisesti ja henkilökohtaisessa kohtaamisessa on tärkeä muistaa katsekontakti (Kannisto & Kannisto 2008, 13). Yrityksen tai yhteisön ensivaikutelma syntyy usein puhelimen välityksellä. Myönteinen mielikuva luodaan iloisella, reippaalla äänellä, empaattisella kuuntelemisella ja kohteliaalla käyttäytymisellä. (Alajärvi, Herno, Koskinen & Yrttiaho 2002, 34.)

Asiakasta kohdatessa on tärkeää muistaa olla positiivisella asenteella. Sen lisäksi asiakkaan kohtaaminen tulisi olla yksilöllistä. Pääsääntöisesti asiakkaat muistavat ensimmäiset hetket, jolloin he astuvat liikkeeseen. Asiakaspalvelutilanteessa ensimmäiset hetket ovat yhtä tärkeitä kuin viimeisetkin. Ihmisten tulisi ilmaista käyttäytymisellään olevansa iloisia asiakkaan käynnistä, vaikka hän ei sillä kertaa olisi vielä tehnytkaan myönteistä ostopäätöstä. (Valvio 2010, 143-145.)

4.2 Asiakaspalvelu

Sanasta palvelu on olemassa erilaisia määritelmiä. Palvelut koetaan usein prosesseina tai toimintasarjoina. Palveluita kulutetaan ja – tai koetaan samaan aikaan kun niitä tuotetaan. Asiakas osallistuu itse palvelutapahtuman tuottamiseen käyttäessään palveluja. (Valvio 2010, 45-46.) Käsitteet asiakas ja asiakaspalvelu saattavat olla harhaanjohtavia käsitteitä. Jos ihmistä ajatellaan asiakkaana, ajatellaanko hänestä eri tavoin, koska hän saattaa olla hyödyksi? Asiakaspalvelu-sanan korvaamista voisi harkita sanalla ihmispalvelu. Ihmisiä tulisi kohdella hyvin, vaikkei heistä olisikaan taloudellista hyötyä. Näin ollen tavoitteiden toteuttamiseksi ei tarvitsisi vetää minkäänlaista roolia. ”Palvelu merkitsee sitä, että asetat juuri sillä hetkellä toisen ihmisen edun oman etusi edelle”. (Töyteri 2010, 30-31.)

Asiakasta voidaan sanoa organisaation työnantajaksi. Pärjääminen markkinoilla on mahdotonta ilman tyytyväisiä asiakkaita. Näin ollen menestyäkseen organisaation tulee

tuntea ja tietää asiakkaansa. Tietoa voidaan kerätä erilaisilla markkinatutkimuksilla ja käytännön kokemuksilla. Markkinoilla tarkoitetaan ihmisryhmää, jotka tarvitsevat tuotteita ja joilla on valtuuksia, motivaatiota ja kykyä ostaa tuotteita. (Alaja 2000, 22.) Tuote voi kuvata tavaraa tai palvelua. Asiakkaat eivät halua ainoastaan konkreettista tuotetta, vaan tarpeisiinsa ja ongelmiinsa ratkaisuja sekä hyötyä ja mielihyvää. Urheilutuotteita pidetäänkin palvelutuotteina. (Alaja 2000, 73.)

Palloilulajeissa palvelutuotteen ydinpalveluna pidetään ottelua, se on ensisijainen palvelu, jota asiakkaalle tarjotaan. Kun ydinpalvelun myyntiä halutaan kehittää, käytetään monesti lisäpalveluja. Lisäpalveluiden tehtävänä on täydentää, helpottaa ja konkretisoida ydinpalvelun käyttöä. Palloilulajeista esimerkkinä voisi olla kuulutuksilla jaettava tieto katsojille. Palvelutuotteen kolmantena osana on tarkoitus tehdä asiakkaalle palvelu mahdollisimman miellyttäväksi tarjoamalla tukipalveluita. Niillä luodaan kilpailuetua ja lisäarvoa. Tukipalveluiden tarkoituksena ei ole helpottaa ydinpalvelun käyttöä, vaan niillä pyritään lisäämään palvelun arvoa ja erottautumaan kilpailijoiden tarjonnasta. Käytännön tasolla palloilussa voidaan puhua erätauco-ohjelmasta tai jaettavasta käsiohjelmasta. (Alaja 2000, 73-74.)

Shawn ja Ivensin (2002, 11-14) mukaan loistava asiakaspalvelu koostuu seitsemästä filosofiasta. Ensimmäinen asia on pitkäaikaisen kilpailuedun lähde. Yritykset, jotka kykenevät luomaan asiakkaaseen tunnesiteen saavat asiakkaan asioimaan yrityksen kanssa uudelleen ja uudelleen. Toinen filosofia perustuu asiakkaan odotusten ymmärtämiseen ja ylittämiseen. Tutustutaan asiakkaan odotuksiin kontaktin aikana, erityisesti tunnetason odotuksiin. Pyritään tarjoamaan työkalut asiakkaan odotusten jatkuvaan ylittämiseen. Kolmannessa filosofiassa halutaan keskittyä asiakkaan tunteiden stimuloimiseen. On tärkeätä tietää minkälaisen tunteen tuotteen halutaan jättävän asiakkaan mieleen.

Neljäs filosofia kuvaa loistavan asiakaspalvelun muodostuvan asiakkaan inspiroivan johtamisen avulla, samaistumisena tämän asemaan ja tunteisiin sekä olemalla iloinen. Iloiset ihmiset saavat iloisia asiakkaita. Viidennen filosofian mukaan asiakaspalvelun ajatusmaailma tulisi suunnata enemmän ulkoa sisälle kuin sisältä ulos. Sen sijaan, että ajateltaisiin mikä on hyvä yritykselle itselleen, ajateltaisiin ensin mikä on hyvä asiakkaalle eli ”ulkoa sisälle”. Kuudes filosofia painottaa kuinka parantamalla asiakaskokemuksia

kyetään lisäämään tuottoa ja vähentämään kustannuksia tuntuvasti. Seitsemännen ja asiakaspalveluympyrän viimeisien filosofian mukaan itse asiakaskokemus on koko tuotteen brändin ruumiillistuma. (Shaw & Ivens. 2002, 11-14.)

4.3 Palvelun laadun osatekijät

Gröönroos (2003, 115) tiivistää Parasuramanin, Zeithamlin ja Berryn tutkimuksen koetun palvelun laatuun vaikuttavista osatekijöitä.

1. Luotettavuus, jolla tarkoitetaan suorituksen johdonmukaisuutta ja luotettavuutta. Ydinasiat: palvelun tekeminen oikein ensimmäisellä kerralla, laskutuksen täsmällisyys, moitteeton arkistointi ja palvelun toimitus sovittuun aikaan.
2. Reagointialttius merkitsee työntekijän halua ja valmiutta palvella asiakasta. Kriteerejä ovat: ajallaan tapahtuva palvelu, tarpeellisten asiakirjojen lähetys heti, yhteydenotto asiakkaaseen tapahtuu viivytystä ja palvelu toimii nopeasti.
3. Pätevyys kuvaa työssä tarvittavien tietojen ja taitojen osaamista. Tärkeää on kontaktihenkilöiden, sekä tukihenkilöstön tietojen ja taitojen hallinta. Lisäksi organisaation tutkimuskyky kuvaa pätevyyttä.
4. Saavutettavuus muodostuu yhteydenoton mahdollisuudesta ja helppoudesta. Palvelun tulee olla helposti saatavissa puhelimitse, odotusaika palvelussa ei ole liian pitkä, aukioloajat ovat sopivat, sijainti palvelupisteelle on sopiva.
5. Kohteliaisuus pitää sisällään kontaktihenkilön käytöstavat, kunnioittavan asenteen, huomaavaisuuden ja ystävällisyyden. Niin ikään olennaista on kunnioitus asiakkaan omaisuutta kohtaan, sekä asiakaspalvelijoiden siisti ja moitteeton ulkoinen olemus.
6. Viestintä merkitsee sitä, että asiakkaalle puhutaan ymmärrettävää kieltä ja että heitä kuunnellaan. Tärkeää on myös palvelun selostaminen, palvelun hinnasta kertominen, palvelun ja hinnan välisten suhteiden selvittäminen, sekä asiakkaan vakuuttaminen siitä, että mahdolliset ongelmat hoidetaan.

7. Uskottavuus näkyy luotettavuutena, rehellisyytenä ja asiakkaan etujen ajamisena. Uskottavuuteen vaikuttaa yrityksen nimi, yrityksen maine, kontaktihenkilöstön persoonallisuus ja myyntityön osuus vuorovaikutuksessa.

8. Turvallisuus on käytännössä sitä, että vaaroja, riskejä tai epäilyksiä ei esiinny ja luotamuksellisuus on kunnossa. On olemassa sekä fyysistä että taloudellista turvallisuutta.

9. Asiakkaan ymmärtäminen ja tunteminen on aitoa halua ymmärtää asiakkaan tarpeita. Olennaista on myös asiakkaan erityisvaatimusten selvittäminen, vakioasiakkaiden tunteminen ja että asiakkaita kohdellaan yksilöllisesti.

10. Fyysinen ympäristö pitää sisällään palvelun fyysiset tilat, henkilöstön ulkoisen olemuksen, palvelussa käytettävät apuvälineet ja koneet, palvelun fyysiset merkit (kortit tms.), sekä muut palvelutiloissa olevat asiakkaat.

4.4 Viestintä

Yleisesti viestinnällä tarkoitetaan lähettäjän ja vastaanottajan kesken tapahtuvaa sosiaalista vuorovaikutusta, joka tapahtuu viestien välityksellä. Viestintää voidaan kuvailla prosessina, jossa tiedon vaihtaminen voi tapahtua symboleilla, käyttäytymisellä tai merkeillä. Viestintään kuuluu tunteiden ilmaiseminen, tietojen vaihdanta, puhuminen, kirjoittaminen, kuunteleminen ja lukeminen. (Alajärvi ym. 2002, 50.)

Säännöllinen ja toimiva viestintä muodostaa pohjan tulokselliselle toiminnalle ja vie tietoja eri toimijoiden välillä. Viestinnän tulee kulkea yhteisössä sekä ylös ja alaspäin, että vaakasuoraan. Tarkoitus on pyrkiä todelliseen yhteistyöhön ja esteettömään tiedonkulkuun. (Alajärvi ym. 2002, 52, 53.)

Uuden ajatusmallin mukaan viestinnässä ei ole kyse pelkästään sarjasta toimintoja, vaan elimellisestä osasta kaikkea työelämässä tapahtuvista toiminnasta. Viestintää voidaan määritellä organisaation verenkierroksi ja hengitykseksi. Työyhteisöviestinnän uusi ajatusmalli haastaa vanhan viestinnän mallin lähes jokaista lähtökohtaa myöten. Uudessa

ajatusmallissa korostetaan ihmisten itse tuottamaa ja vaihtamaa tietoa sekä kokemuksia, joka tapahtuu siellä missä ihmiset ovat ja työskentelevät. Tiedonanto ei enää kulje erikseen hierarkian ja asemavallan mukaan, vaan työyhteisön jäsenet ovat tasavertaisessa asemassa. Alaisen on mahdollista kyseenalaistaa esimiehen ratkaisuja, kun esimies voi tehdä saman toisin päin. (Juholin 2009, 62.)

Peruspilareita työyhteisön sisäisessä keskustelussa ja yhteisöllisyydessä on isojen ja tärkeiden asioiden käsittely vuorovaikutteisesti ja varmistetaan ymmärrys. Toisena asiana korostuu ajantasainen tieto, joka on oltava koko ajan sitä tarvitsevien ja hyödyntävien ihmisten saatavilla. Työyhteisön tunnelman tulisi olla rento ja vapaamuotoinen, jokaisen pitäisi uskaltaa puhua ja kertoa näkemyksiään, kysyä sekä kyseenalaistaa. Tärkeää on myös tarjota osallistumisen ja vaikuttamisen mahdollisuus jokaiselle. Yksilöitä tukee niin ikään yhdessä oppiminen ja osaamisen jakaminen, se on mahdollista saumattoman viestinnän kautta, johon sisältyy monisuuntainen jatkuva palaute. Jokainen työntekijä tuottaa omalla toiminnallaan työnantajamainetta ja heijastaa sitä lähipiiriinsä. Siten organisaation maine heijastuu yksilöiden minäkuvaan. Viimeisenä edellisiä yhdistävänä tekijänä on toiminnan ja viestinnän tapahtuminen foorumeilla, jotka ovat avoimia tiedonvälityksen ja vuorovaikutuksen paikkoja. Foorumit tuovat organisaation verkostoihin ja toimintaympäristöihin. (Juholin 2009, 63.)

4.4.1 Viestinnän suunnittelu

Viestintäsuunnitelma pohjautuu toiminnan kokonaissuunnitelmaan. Näin valikoidaan ne tapahtumat ja asiat, joista halutaan esimerkiksi vuoden aikana tiedottaa. Suunnitelmaan sisältyvät myös sisäisen viestinnän toteutus. Viestintäsuunnitelmasta ilmenee kohderyhmä, jolle viestintä suunnataan, sekä ainakin lähtökohtaisesti ne välineet, joita viestinnässä käytetään. Esimerkiksi jäsenlehti, lehdistötiedote, ilmoitustaulut tai tiedotustilaisuus. Suunnitelmaan liittyy myös budjetti, joka antaa raamit toiminnalle. (Viestintäopas seuratoimijoille 2014.)

Viestintätoimenpiteistä on suositeltavaa pitää jälkiseurantaa. Miten viestintä onnistui ja missä ilmeni kehitettävää? Seurannasta on hyötyä uutisten uutisarvojen ja tiedotusväli-

neiden uutiskynnysten arvioinnissa. Sen lisäksi voidaan tehdä päätelmiä yhteisön kuvasta tiedotusvälineiden keskuudessa. (Viestintäopas seuratoimijoille 2014.)

4.4.2 Sisäinen ja ulkoinen tiedottaminen

Alajärven ym. (2002. 58- 59) mukaan sisäisen viestinnän onnistuminen tulee olla koko yhteisön yhteinen tavoite. Onnistumisen mahdollisuudet ovat parhaat, jos yhteisössä on avoin ja myönteinen työilmapiiri. Ulkoisen tiedottamisen tarkoitus on välittää uutisia ja pysyviä tietoja yhteisöstä tietyille kohderyhmälle ja usein myös yleisölle.

Yhteisön ulkoisessa tiedottamisessa voidaan pyrkiä avoimuuteen, yhteisön myönteisen maineen säilyttämiseen ja yhteisön tekemiseen tunnetuksi. Tiedottaminen ja yhteystoiminnan suunnittelu sekä henkilöstön myönteisen yhteisökuvan ylläpitäminen ovat niin ikään tärkeitä asioita.

Työyhteisöihin muodostuu sisäisiä verkostoja spontaanisti, mutta niitä on myös mahdollista rakentaa tarkoituksellisesti tuomalla yhteen saman alan työntekijöitä. Näiden henkilöiden verkostoitumisesta hyötyvät kaikki. Vielä eriytyneempää on luoda tietynlainen sisäpiiri, johon valikoidaan tai kutsutaan ryhmä ihmisiä. Piiri ei eristäydy muista, mutta toimii itsenäisenä työyhteisön sisällä. Sisäpiiriviestinnästä voi olla haittaa, mikäli piiri salaa informaatiota ja käyttää sitä oman edun tavoitteluun. (Juholin 2009, 75.)

Sisäisessä viestinnässä olisi tärkeämpää korostaa tiedon sijaan elämyksellisyyttä. Työntekijän ja työnantajan välisten suhteiden edelle menevät toimittajan ja asiakkaan väliset suhteet. Siitä syystä rajat työyhteisön sisäisen ja ulkoisen viestinnän välillä häilyvät. Viestintä nähdään perustuvan enemmän yksilön henkilökohtaisten motiivien palvelemiseen, eikä juurikaan yhteisten asioiden järjestämiseen. (Koskela, Koskinen & Lankinen 2007, 111.)

4.4.3 Sosiaalisen median hyödyntäminen viestinnässä

Sosiaalista mediaa on kuvattu prosessiksi, jossa ryhmät ja yksilöt luovat yhteisiä merkityksiä sisältöjen, yhteisöjen ja verkkoteknologioiden avulla (Erkkola 2008, 84). Kyseisen median punaisena lankana onkin käyttäjien luoma sisältö, jota kuka tahansa voi tuottaa

ja jakaa internetissä. Käyttäjien tuottama sisältö voi olla kuvia, videoita, julkaisujen kommentointia, parhaimman vaihtoehdon valitsemista tai sosiaalisten kirjanmerkkien tekemistä. (Jyväskylän yliopisto 2008.)

Verkossa erilaisia palveluita ja yhteisöjä on valtava määrä, mutta vuonna 2013 Suomessa sosiaalisen median käyttö tarkoitti pääosin kahden palvelun, Facebookin ja Twitterin käyttämistä (Vainikka, Noppari, Heinonen & Huhtamäki 2013, 14).

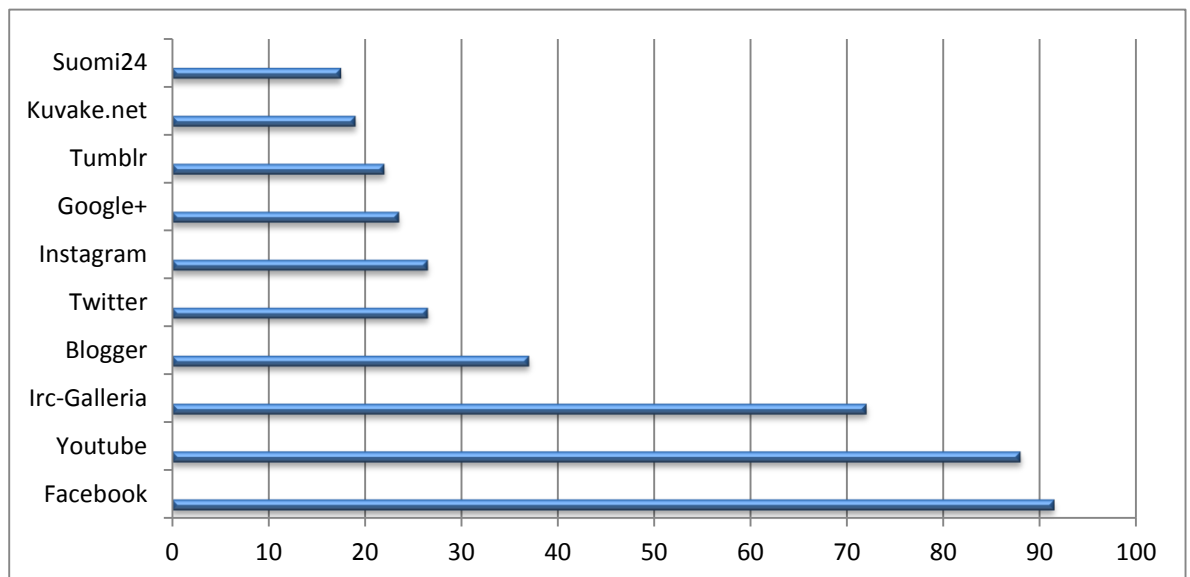
Facebook on suurin sosiaalisen median palvelu yli 550 miljoonan käyttäjämäärällään. Suosion syynä pidetään matalaa osallistumiskynnystä, koska valtaosa sen käytöstä pohjautuu olemassa olevien sosiaalisten suhteiden ylläpitoon. Analyttikoiden mielestä Facebookin menestykseen vaikuttaa käyttökokemuksen yksityisempi luonne muihin palveluihin verrattuna. Facebook tarjoaa oikein sovellettuna yritykselle lukuisia mahdollisuuksia kohdata ja ohjata asiakkaita sen tuotteiden ja palveluiden pariin. (Soininen, Wasenius & Leponiemi. 2010, 52-53.)

Twitteriä kuvataan yhteisö- ja mikroblogipalveluksi, joka tarjoaa käyttäjälleen mahdollisuuden lähettää ja lukea toisten käyttäjien julkaisemia päivityksiä. Palvelussa tapahtuvia päivityksiä kutsutaan nimellä tweet. Tweetit sisältävät maksimissaan 140 merkkiä ja ovat luonteeltaan tekstipohjaisia. Tweettien lähettäminen ja vastaanottaminen luonnistuu Twitterin sivustolla, tekstiviesteinä, RSS –syötteinä tai erityylisten sovellusten kautta. (Soininen ym. 2010, 53.) Googlen omistama Youtube on internetin suosituin suoratoistovideopalvelu. Youtube:ssa käyttäjät voivat lisätä omia videoita, katsoa sekä ladata muiden käyttäjien lisäämiä videoita. Palvelulla videoita katsotaan päivittäin yli kaksi miljardia kertaa. (Soinen ym. 2010, 58.)

Sosiaalisen median palveluiden käytön koetaan soveltuvan urheilujournalismiin. Lukuisat urheilijat twiittaavat usein ja toimittajien on helppoa olla urheilijoihin yhteydessä Twitterin kautta. Verkostojen rakentaminen urheilumaailman vaikuttajien, organisaatioiden, urheilijoiden, fanien ja toimittajien välille on mahdollista sosiaalisen median kautta. Verkostojen avulla voi saada asioista sisäpiirin tietoa, jota voisi muuten olla haastava löytää. Erityisesti Twitter koetaan hyödylliseksi pelien live-seurantaan. (Vainikka ym. 2013, 56.)

Perusnäkömyksenä toimittajilla, jotka suhtautuivat epäilevästi sosiaalisen median käyttöön oli kyseenalainen luotettavuus. Sosiaalinen media koettiin näiden ihmisten mielestä tilana, jota kuvataan tiedon ja huhun sekasoroksi. Tämänkaltaisesta ympäristöstä on haastavaa hahmottaa tietolähteiden paremmuutta. Kriitikistä huolimatta epäilijätkään eivät ole sosiaalisen median ulkopuolella, eivätkä tyrmää sosiaalisen median merkitystä toimittajan työlle. Epäilijät asettavat muut tiedon lähteet sosiaalista mediaa paremmiksi. (Vainikka ym. 2013, 57- 58.)

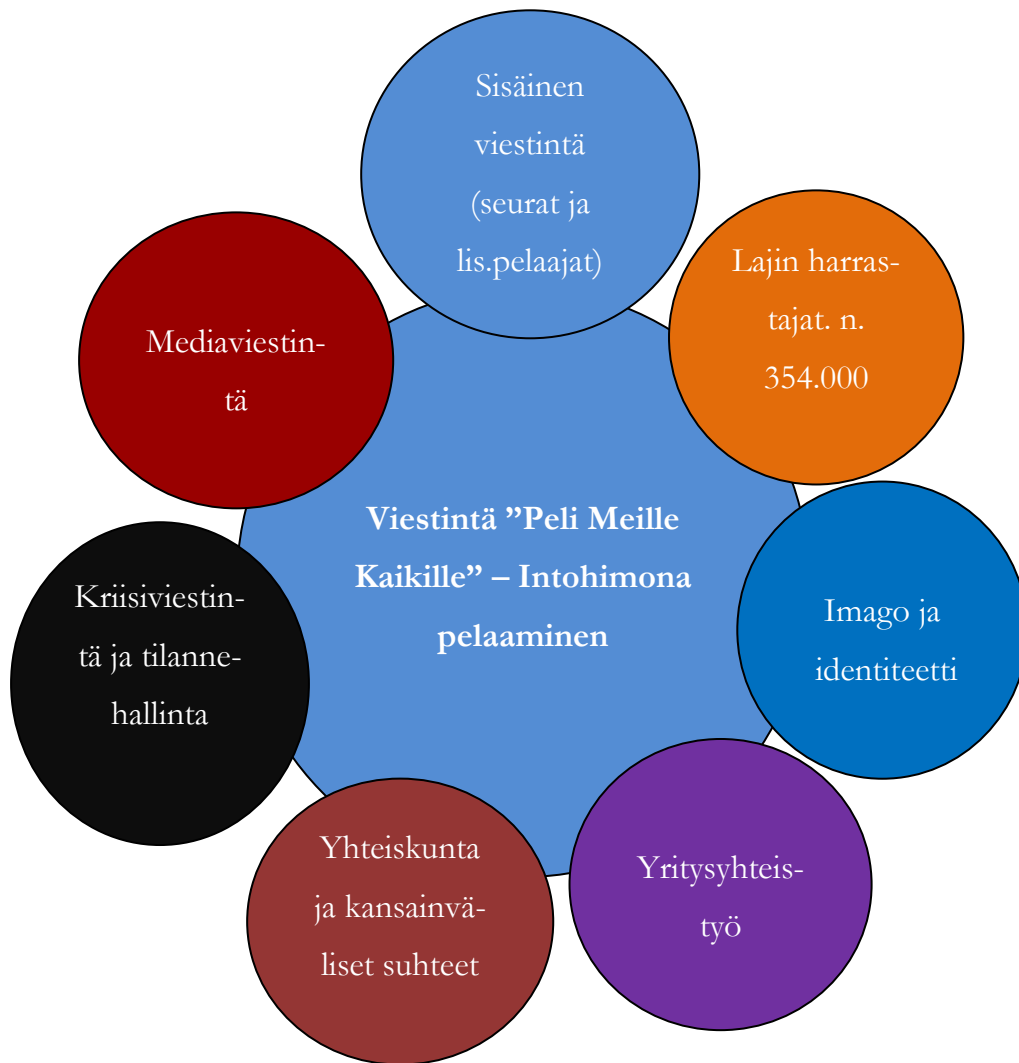
Taulukko 1. Tutkimukseen liittyvä aineisto on kerätty verkkokyselyn avulla ja tutkimukseen vastasi 3214 nuorta eri puolilta Suomea (Weissenfelt & Huovinen, 2013).



Suosituimmat sosiaalisen median palvelut prosentteina vastaajista (13-29-vuotiailla).

Taulukosta on nähtävissä, että yli 90 % vastaajista tunnusti itsensä Facebookin käyttäjäksi ja lähes 90 % käytti videopalvelu Youtubea. Nuorten keskuudessa mikroblogipalvelu Twitterin suosio oli kuitenkin vielä alle 30 %. Vuonna 2009 salibandysta kiinnostuneista kolmasosa (33 %) oli 15-29-vuotiaita. (SSBL rekisterit 2010.)

4.4.4 Salibandyliiton viestintästrategia



Kuvio 2. Suomen salibandyliiton viestintästrategia

Strategia koostuu seitsemästä osa-alueesta. Kaikkien osa-alueiden keskiönä on viestiä ihmisille pelaamisen intohimoa ja jokaiselle mahdollisuutta osallistua. Viestinnän halutaan olevan rehellistä ja avointa sekä tärkeänä osana palvelun suunnittelua ja toteuttamista. Viestintä nähdään perustuvan sidosryhmien tarpeisiin ja toiminnan sisältöön. Toiminta tulee olla hyvin johdettua ja työntekijöiden vastuualueet selkeästi määriteltynä, että jokainen on tietoinen tehtävistään. Johdetun linjan säilyttäminen, oikea-aikaisuus, ennakointi ja taitojen kehittäminen ovat niin ikään tärkeitä yleisiä periaatteita viestinnässä. (Salibandyliiton viestintästrategia 2014.)

Sisäisessä viestinnässä kohderyhminä ovat seurat, joukkueet ja pelaajat. Lajin harrastajilla viitataan nykyisiin ja potentiaalsiin harrastajiin. Sisäisen viestinnän halutaan olevan vuorovaikutteista, jossa kuunnellaan jäseniä ja tiedon saaminen ja hankkiminen onnistuu vaivattomasti. Olennaista on tiedostaa viestien vaikutus lajin yleiseen imagoon. Lajin harrastajakuntaa lisätään markkinoimalla erilaisia pelimuotoja ja lisäpalveluita. Huomioon halutaan ottaa yhteistyö yksittäisten sarjojen johtavien tahojen kanssa. (Salibandyliiton viestintästrategia 2014.)

Mediaviestinnän sisällössä huippusalibandy on pääroolissa. Lajin arvostusta halutaan kasvattaa ja tehdä näkyvyydestä säännöllistä tärkeimmissä medioissa. Liitossa halutaan pitää aktiivista ja suunnitelmallista yhteistyötä median päättäviin henkilöihin. Salibandyyn kiinnostavia ilmiöitä pyritään tuomaan mediassa näkyvillä paikallisella ja valtakunnallisella tasolla. Lisäksi mediaviestinnässä halutaan olla ennakkoluulottomia ja innovatiivisia sekä ottaa kantaa yhteiskunnallisesti tärkeisiin asioihin. (Salibandyliiton viestintästrategia 2014.)

Yritysyhteistyössä liitto hakee kumppaneiksi lajin myönteistä imagoa ja identiteettiä tukevia yrityksiä. Tahtotilana on säännöllinen, aktiivinen ja pitkäaikainen kehitysyhteistyö, jossa myös yhteistyötaho voi hyödyntää salibandyä omassa toiminnassaan ja markkinointiviestinnässään. Yritysyhteistyötä mahdollistetaan toimimaan kaikilla liiton toimialoilla. Mielikuva yrityksille välitetään myönteisestä lajista, joka tarjoaa uusia mahdollisuuksia. (Salibandyliiton viestintästrategia 2014.)

Yhteiskunnassa ja kansainvälisissä suhteissa liiton tahtotilana on olla joustava ja innovatiivinen yhteistyökumppani, joka huolehtii edunvalvontatehtävät rakentavasti sekä eettisesti. Tavoitteena on tulla tunnetuksi urheilun keskeisten vaikuttajien keskuudessa ja verkostoitua suunnitelmallisesti, tavoitteellisesti ja säännöllisesti. Kriisiviestinnässä reagoinnin halutaan olevan oikea-aikaista, nopeaa ja reilua. Tilanteenhallinnan visiona on ennakointi, suunnitelmallisuus. Kriisitilanteiden varalle on viestintäsuunnitelma, johon on määritelty vastuut ja työnjaot. (Salibandyliiton viestintästrategia 2014.)

5 Tutkimuksen tarkoitus ja tutkimusongelmat

Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää seuratyöntekijöiden kokemuksia Suomen salibandyliiton palvelutoiminnasta. Lisäksi opinnäytetyössä kerättiin mielipiteitä sali-bandynliiton tiedottamisesta ja viestinnästä sekä palvelun laadun osatekijöistä. Haastatteleamalla salibandyseurojen työntekijöitä haluttiin lisätä seurojen ja liiton välistä vuorovaikutusta ja antaa seurojen työntekijöille mahdollisuus antaa palautetta. Tavoitteena oli saada kehitysideoita, miten liiton toimintamallia voitaisiin viedä eteenpäin entistä toimivammaksi ja paremmaksi.

Tutkimusongelmat:

1. Millaisia kokemuksia salibandyseurojen työntekijöillä on salibandyliiton palvelutoiminnasta?
2. Miten seurojen työntekijät arvioivat SSBL:n tiedottamista ja viestintää?
3. Millaiseksi seurojen työntekijät ovat kokeneet palvelun laadun SSBL:n palvelutoiminnassa?

6 Tutkimusmenetelmät

Tutkimusmenetelmäksi valittiin kvalitatiivinen eli laadullisen tutkimus, koska haluttiin kuvata seurojen työntekijöiden näkökulmaa salibandyliiton toiminnasta. Tietoa päätettiin kerätä teemahaastatteluilla, sillä menetelmän koettiin antavan mahdollisuuden ymmärtää seurojen ja liiton työntekijöiden välisen yhteistyön erilaisia ulottuvuuksia. Lisäksi menetelmä tarjosi tilaisuuden aiheen syvällisempään tarkasteluun ja mahdollisesti myös uuden tiedon saamisen, jota muilla menetelmillä saattaisi olla haastava tuoda esille.

Laadullinen tutkimus tarkoittaa karkeasti määriteltynä aineiston ja analyysin muodon ei-numeraalista kuvausta ja sitä pidetään yleisesti ottaen pehmeämpänä menetelmänä. Tyypillisesti kvalitatiivisen tutkimuksen tunnusmerkkejä ovat aineistonkeruumenetelmä, tutkittavien näkökulma, harkinnanvarainen tai teoreettinen otanta, aineiston laadullis-induktiivinen analyysi, hypoteesittomuus, tutkimuksen tyyli ja tulosten esitystapa sekä tutkijan asema ja kertomuksellisuus. (Eskola & Suoranta 2001, 13, 15.)

Laadullisessa tutkimuksessa on tarkoitus kuvata jotakin ilmiötä tai tapahtumaa, antamaan teoreettisesti mielekäs tulkinta jollekin ilmiölle tai ymmärtämään tiettyä toimintaa. Olennaista laadullisessa tutkimuksessa on se, että vastaajilla on tutkittavasta ilmiöstä mahdollisimman paljon tietoa. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 85.)

Laadulliselle tutkimukselle usein toistuvaa on se, että aineistosta havaitaan mielenkiintoisia ja yllättäviäkin asioita, joita ei tutkimuksen aiemmissa vaiheissa osannut ennalta aavistaa (Tuomi & Sarajärvi 2009, 92). Tämän tyyppisessä tutkimuksessa tutkittavien tapausten määrä on pieni, mutta niitä analysoidaan mahdollisimman perusteellisesti (Eskola & Suoranta 1998, 18).

Syrjälän (1994, 12-13) mukaan laadullisessa tutkimuksessa perehdytään tapahtumien yksityiskohtaisiin rakenteisiin eikä niiden yleisluontoiseen jakaantumiseen. Tutkimuksessa ollaan kiinnostuneita luonnollisista tilanteista, joita ei voida selvittää kokeellisesti.

6.1 Teemahaastattelu tutkimusmenetelmänä

Teemahaastattelusta puhuttaessa tarkoitetaan puolistrukturoitua haastattelua, joka on lomake- ja avoimen haastattelun välimuoto. Tutkimusmenetelmälle on luonteenomaista se, että se kohdistuu tiettyihin teemoihin, joista keskustelua käydään. Siksi sitä kutsutaan teemahaastatteluksi. Haastattelun lähtökohtana on oletus, että yhteisiä jokapäiväisiä kokemuksia voidaan tutkia. Tästä menetelmästä puuttuu strukturoidulle haastattelulle tyypillinen kysymysten tarkka muoto ja järjestys, mutta haastattelun aihealueet, teemat ovat tiedossa (Hirsjärvi & Hurme, 1995, 35-36.)

Teemahaastattelu mahdollistaa tutkimuksen kohteeksi valittujen henkilöiden hyvin luontevan ja vapaamuotoisen reagoinnin vastaustilanteessa. Tämä keskustelunomainen tietojenkeruumenetelmä saa vastaajat myönteisiksi tutkimukselle, ja vapaamuotoiset, syvälliset keskustelut tuovat ilmi asioita, joita tuskin muilla keinoin saataisiin selville. (Hirsjärvi & Hurme, 1995, 8.)

Haastattelun avulla hankittu tieto on poikkeuksetta yhteydessä siihen tutkimusympäristöön, josta ollaan kiinnostuneita. Haastattelussa painottuu henkilöiden kokemukset kyseisestä aiheesta sekä halukkuus ja kyky keskustella tutkittavasta tilanteesta. (Kylmä & Juvakka, 2007, 79- 80.)

Kokemusten tulkitseminen on mahdotonta, elleivät tutkimuksessa mukana olevat kykene kertomaan kokemuksistaan jollakin tavalla. Voidaan sanoa, että kokemuksen tutkimisen ehtona onkin tutkijan kyky mieltää itsensä vastaavanlaiseksi kokevaksi ihmiseksi kuin tutkimansa henkilöt. Tutkimustyö on poikkeuksetta tutkijan tulkintaa eli subjektiivista. Kokemuksen tutkimisilla ei saada yleispätevää näkemystä tutkimuskohteestaan, vaan kyseessä on selkeästi yksittäisten tutkimukseen osallistuvien kokemukset. (Perttula 2006, 140, 143-144, 154.)

6.2 Sisällönanalyysi

Sisällönanalyysiä kuvaillaan monesti työlääksi tutkimusmenetelmäksi. Kyseessä on perusanalyysimenetelmä, jota on mahdollista käyttää kaikissa laadullisissa tutkimuksissa. Monet erinimiset laadulliset tutkimukset pohjautuvat sisällönanalyysiin, mikäli sillä tar-

koitetaan nähtyjen, kuultujen tai kirjoitettujen sisältöjen analyysia. (Tuomi & Sarajarvi. 2002, 93.)

Laadullinen analyysi muodostuu kahdesta osasta., havaintojen pelkistämisestä ja arvioituksen selvittämisestä. Tämänkaltaiseen erotteluun päästään vain analysoimalla; käytännössä ne nivoutuvat aina toisiinsa. (Alasuutari, 1999, 39.) Sisällön analyysissä on tärkeää, että tutkimusmateriaalista saadaan erotettua samankaltaisuudet ja erilaisuudet: näin materiaalia kuvaavien luokkien täytyy olla sekä toisensa poissulkevia että yksiselitteisiä (Latvala, Vanhanen & Nuutinen. 2003, 23).

Tämän työn sisällönanalyysi toteutettiin seuraavanlaisesti. Ennen varsinaisia tutkimushaastatteluita suoritin yhden koehaastattelun, jossa testasin haastattelun toimivuutta. Koehaastattelun jälkeen tein tarvittavat lisäykset haastattelurunkoon. Seuraavana vaiheena olivat tutkimushaastattelut, joita tehtiin 10 kappaletta. Haastateltaviin otettiin yhteyttä puhelimitse etukäteen ja sovittiin ajankohdasta ja paikasta, sekä kerrottiin teemoista, joita haastattelussa käsiteltäisiin.

Haastattelurunkona käytettiin tutkimukseen ennalta päätettyjä teemoja (liite 3.) Haastatteluiden kestot vaihtelivat 25:stä minuutista 70:een minuuttiin. SSBL:n kaikilta toimialueilta ympäri suomea haastateltiin vähintään yhtä seuraihmistä. Haastatteluista neljä tehtiin kasvotusten rauhallisissa paikoissa ja kuusi puhelimitse haastateltaville ennalta sovittuina ajankohtina. Syinä poikkeaviin haastattelutapoihin olivat osittain haastateltavien toiveet ja toisaalta maantieteellisen sijainnin luomat haasteet. Haastatteluiden litterointi suoritettiin hyvin pian haastattelun jälkeen, kun keskustelu oli vielä tuoreessa muistissa. Haastatteluiden nauhoittamiseen käytettiin kasettinauhuria ja matkapuhelimen äänitallenninta. Joissakin haastatteluissa oli tiettyjä epäselviä kohtia tallenteissa, mutta vastaajan sanoma tuli kuitenkin esille.

Kaikki haastattelut litteroitiin ja materiaalia kertyi yhteensä 66 sivua kun fonttikoko oli 11 ja rivivälinä 1,15. Aineiston ensimmäisen tiivistämisen jälkeen haastateltavien kuvaamista palvelutoiminnan kokemuksista kertyi 14,5 sivua, tiedottamisesta ja viestinnästä 16,5 sivua ja eniten kommentteja annettiin palvelun laadun osatekijöiden arvioinnista

yhteensä 25 sivua. Hieman yllättävää oli saada vastauksia ja kommentteja asioihin, joita ei edes kysytty.

Havaintojen pelkistäminen oli ensimmäinen vaihe, joka suoritettiin materiaalia analysoidessa. Haastatteluiden vastaukset jaoteltiin ensin teemojen ja tarkemmin vielä kysymysten perusteella, jotta saman kysymyksen vastaukset olisivat samassa kategoriassa helposti vertailtavissa. Toisena jaottelutapana käytettiin positiivisten kommenttien ja kritiikin erottelua. Tässä tyyliä mielipiteet laskettiin taulukkoon plussina ja miinuksina tai mikäli vastaaja koki asian olevan vaihtelevaa tai henkilöstä riippuvaista, merkittiin kommentti sitä parhaiten kuvaamalla sanalla esimerkiksi ”vaihteleva”. (Liite 2.)

7 Tutkimustulokset

Tässä kappaleessa esitetään haastateltavien positiivisia kokemuksia, kehittämisenäkö-kulmia, kommentteja tiedottamisesta ja viestinnästä sekä palvelun laadun osatekijöiden arviointia SSBL:n toiminnassa.

7.1 Positiiviset kokemukset salibandyliiton toiminnasta

Kolme vastaajaa koki liiton toiminnan kehittyneen, joista kaksi sanoi saaneensa asioi-
dessaan paljon positiivisia kokemuksia. Toinen mainitsi junioritoiminnan kehittyneen.
Arvostusta osoitettiin tavoitettavuudesta yhden vastaajan mukaan ja nimeltä mainittiin
nuorisotoiminnan päällikkö, järjestöpäällikkö ja liigapäällikkö ihmisinä, joilta saa vasta-
uksia.

Kahden haastateltavan toimesta hyvänä asiana nostettiin esiin organisaatiouudistus ja
toinen lisäsi liiton pysyneen mukana lajin kasvun murroksessa. Tästä osoituksena työ-
henkilökunnan lisäykset ja roolitukset. Vastaaja E:n mukaan soittaessa liittoon nykyi-
sin saadaan paremmin vastauksia kuin ennen. Vastaaja C:n mielestä ”palvelua on aina
saanu”. Muihin lajiliittoihin verrattuna salibandyliiton toiminta nähtiin hyvällä mallilla
vastaaja H:n mukaan:

”uskallan väittää et se on mainettansa parempi ja hyvin monia muita lajiliittoja parem-
pi”

Salibandyliiton sarjojen toiminnasta annettiin positiivista palautetta kolmen vastaajan
toimesta. Toinen antoi kehuja vielä tuomareiden ja otteluohjelmien hoitamisesta. Vas-
taaja E:n mukaan sarjatoiminnassa on tapahtunut huomattavaa kehitystä, erityisesti ju-
nioritoiminnassa, mutta myös kilpa- ja harrastesarjoissa on menty eteenpäin.

Kaksi vastaajaa antoi kehuja seurakehitysohjelmasta ja toinen lisää saaneensa hyvin tu-
kea palkkatukihakemukseen. Yksi vastaaja näkee, että kokemukset ovat perustuneet
tiettyihin henkilöihin kenen kanssa on asioitu. On ollut paljon ei niin hyviä kontakteja,
mutta myös onnistuneita. Salibandyliiton nykyaikaista otetta kehutaan, nähdään liitoista

edelläkävijänä sekä kahden haasteltavan kommenteissa mainitaan käytännönläheisyyden pysyvän mukana toiminnassa.

Lajiliiton sisäistä mediaa kehuuttiin. Nettisivuissa, salibandylehdessä ja liigan facebookissa on onnistuttu haasteltavan mukaan. Liiton ansiona nähdään myös pelaajien määrän kasvattaminen. Yhden vastaajan mukaan on toisaalta hyvä, että salibandyliiga Oy on saanut myytyä miljoonan euron edestä mainoksia, mutta summaa pitäisi osata jakaa myös seuroille.

Kehuja annettiin myös liiton järjestämistä tapahtumista: ”Viikonloppuna oli sinettiseurojen seminaari Tampereella tosiaan Champions cupin yhteydessä. Mut viestiä tuli just majoitusjärjestelyistä et kuka tulee, kuka yöpyy et ihan hyvin hoiti sen, ei mitään.” (Vastaja I.)

Liiton toimintamallin kehittyminen, aluetyöntekijän mukaantulo koettiin suurena apuna liitolle Pohjanmaan salibandytoiminnan kehittymiselle. Vastaja J:llä on kokemus yhteisymmärryksestä liiton kanssa: ”Jotkut ajattelee et liitto on jotenkin yläpuolella, mun näkökulmasta se on aina ollut ihan luontevaa yhteistyötä.”

”Joo, kyllä siis Salibandyliitto on kumminkin historian ajan osoittanut talouden hallinnollisesti erittäin hyvää työtä” (Vastaja J).

Salibandylehden nostasin mukaan et se on lakkautumassa vuoden vaihteessa. Sellasena ensimmäisenä asiana, että se on kuitenkin äärimmäisen laadukkaasti tehty julkaisu, joka on mun mielestä sääli et se loppuu siihen. Siinä on suomalaisen salibandyn historiikki parhaiten tavallisen salibandypelaajan saatavilla. Siitä pääsee äkkiä kärryille miten salibandy on kehittynyt. Se on hieno tuote liitolta. (Vastaja J.)

”No ite nii mä koen että tää linja mitä Kaltala on alottanu nii ihan hyvä tekemisen meininki, siinä on oikeesti sellasta meininkiä, että ainaki itelle jääny tunne et otetaan tarkka asialinja”(Vastaja J).

7.2 Kokemukset salibandyliiton kehittämiskohdista

Kehittämiskohdista kysyttäessä nostettiin kahdesti esille laskutuksissa ilmenneet ongelmat ja kerran asioiden ratkaisematta jättäminen. ”Jäsenasioista” on vastaaja A:n kokemuksen mukaan ollut vaikea saada tietoa. Kehitystä on ollut havaittavissa ongelmien ohjaamisessa eteenpäin, mutta siitä huolimatta vastausten viiveet koetaan liian pitkeiksi.

Vastaaja A kaipasi joustoa nuorimpien junioreiden sarjoihin ilmoittautumisissa: Otteluohjelmien suunniteltu järjestely ei vastaajan mielestä palvele suurseuroja. Vastaajan näkemyksen mukaan otteluohjelmat tulisi suunnitella niin, että seuran saman ikäluokan joukkueet pelaisivat eri aikaan, jotta seuran sisällä voitaisiin täydentää peliryhmiä toisista saman ikäluokan joukkueista. SSBL:n päätös eri ikäluokkien pelaamisesta eri aikaan ei ollut vastaajalle mieluinen. B-junioreiden sarjajärjestelmään kaivattiin kahta erillistä ikäluokkasarjaa vastaaja B:n mielestä:

Pari vuotta oon sanonu jo liitolle et tuo nuorempi B-ikäluokka ni se vois mahdollisesti pelata omaa sarjaa ja kun harrastajamäärä on kuitenkin kasvanu koko aika niin luulisin ja uskoisin, että ois muillakin seuroilla mihin ollaan oltu yhteydessä niin samankaltanen näkemys.

Liitolta kaivataan selkeämpää tietoa kehen ottaa yhteyttä missäkin asiassa. Vastaaja C kokee epäselvyyksiä ja päällekkäisyyksiä vastuualueista ja ettei selkeätä vastausta ole aina saatavilla. Epäselväksi on jäänyt myös kenellä on viime kädessä vastuu ja mihin työntekijän vastuu ulottuu? Esimerkkinä mainitaan pienenpien junioreiden poikkeaviin sääntöihin, kilpailusääntöihin ja kurinpidollisiin toimiin liittyvät asiat.

Kyl mä nyt sinne sääntöpuolelle kallistun, että just esimerkiks tää kasvattajarahajuttu. Kun ensimmäiseks tää asia tuli esille, ei ollu meidän seura joka huomasi sen vaan yks toinen siitä otettiin sitten liittoon yhteyttä niin ensimmäisenä vielä sai vastauksia kysymyksiin. Sit tajuttiin et tähän onkin sellanen tilanne et tulkintoja on erilaisia ja vedettiin liinat kiinni ja odotettiin et sääntövaliokunta vastaa ja nyt edelleen odotetaan niitä vastauksia.

Kaksi haastateltavaa halusi seuroille paremmin otteluiden mainosmyyntioikeuksia muun muassa mattoalustoihin ja kaukaloihin. Vastaaja D:n mukaan liiton toiminta on

ahnetta ja kustannustaso kohtuuton sekä budjettien vaatimustaso on liian korkealla lajin arvostukseen nähden. Lisäksi todettiin tulisesti: ”sarjamaksut on iha ryöstöä!”. Vastaaja mainitsee myös otteluiden mainostarrojen toimittamisen jäävän ”viime tinkaun”.

Yhteydenottoja, tapahtumia. Apuja, siis apua, me ollaan täällä pohjosessa, ne vois lobata meitä vaikka. Ei kato kun ei yrityksiä kiinnosta salibandy täällä Pohjois-Suomessa. Me tarvittais apua markkinoinnissa joka asiaan. Nyt tuntuu et ne haluu kaiken tän toiminnan sinne kultaseen kolmioon.

Kolmen vastaajan mukaan kehitettävää on valmennuskoulutuksissa. Vastaaja I kaipasi lisää pistotyypistä koulutusta.

Sellasta täydentävää koulutusta jota vois olla niinkun pala kerrallaan iltasin aina sillan tällön. Tavallaan tälläille jotka ei tee tätä ammatikseen ja käy muualla päivätöissä. Pysyis helpommin irrottautuu vaikka yhen tai kaks iltaa kerrallaan ja saada aikaa omaksua niitä asioita pala kerrallaan.

Vastaaja E koki erityisesti HVK–tutkinnon sisällön kaipaavan päivitystä. D kaipasi Pohjoisen alueelle enemmän valmennuksia ja koulutuksia. Haastateltava F oli harmissaan monista muutoksista ja näki parannettavaa koulutusten järjestämisissä sekä niiden ajankohtien suunnitteluissa. Koetun perusteella nähtiin liiton sisäisen vuorovaikutuksen olevan riittämätöntä järjestelmien välillä:

”vaik se oli koulutussektorin asia niin eikä kilpailusektorin asia niin ois toivonu et liitos- sa ois ollu sellanen kokonaisvaltanen tietämys siitä että millon se yleensä järjestää näitä, et kannattaako järjestää näitä et kun on vaikka kilpakausi käynnissä.”

Kaksi vastaajaa pitää tärkeimpänä tiedottamiseen panostamista, joista toinen kokee ettei uudistuksista ole tietoa riittävän hyvin saatavilla. Vastaaja E kaipaa olosuhdevaikuttamiseen enemmän tukea liitolta:

Kukaan ei lähteny hoitaan, se ei lähteny edes hallituksen ohjeistuksen jälkeen. Et se ois ollu todella tärkeä asia et oltais saatu säilytettyä täs hallissa kolme kenttää. Et painetta kaupungille ja joka paikkaan muualle. Et sitä keskustelua kaupungin kanssa. Ainoo joka sitä keskustelua kävi oli meidän seura et sielt ei paljoo backuppia tullu liitolta.

”Se tiedottaminen on kyl isoin juttu et sitä ei voi ikinä tehdä liikaa” (Vastaaja E.)

Seuroille pitäis enemmän kertoa, nyt aika paljon kuitenkin tänä päivänä kun on paljon ihmisiä kuintekin töissä niin uudistuksista ja pitää tällasia koulutuspäiviä ja vaikka ker-
ran vuodessa keväällä mitä asioita puuttuu ja ohan se junnuinfo mihin nyt ei ihan kaik-
kia tuu (Vastaaja F).

Vastaaja G:n mielestä liiton toiminnassa on vuosien saatossa näkynyt ”Helsinkikeskei-
syys”, tapahtumia toivottiin järjestettäväksi muuallekin kuin Helsinkiin ja Tampereelle.
Kritiikkiä annettiin vielä liiton talouspäällikön palkkauksen kannattavuudesta, mutta
toisaalta vastaaja J antoi kehuja liiton talousasioiden olleen kautta historian hyvällä ta-
solla lukuun ottamatta viimeisiä vuosia.

Vastaaja G:n kokemuksen mukaan seuroja lähestyttiin kovin sanoin eikä nähty seurojen
reaalitulannetta. Palautetta annettiin myös salibandytoiminnan kehittämisen suuntauk-
sesta. Vastaaja H:n mukaan lajia viedään eteenpäin seurojen kehittämisen kautta, eikä
liiton organisaatiota ja taloutta laajentamalla. Talouden hoitamisesta esimerkkinä mai-
nittiin maajoukkuetoimintaan menevän liikaa rahaa ja että seuroja ei huomioida tar-
peeksi mainosten myynnissä.

”Ymmärrys siitä et vain jos seurojen yleisömäärät, seurojen organisaatio, seurojen bud-
jetit, ennen kaikkea liigaseurojen. Ymmärrys siitä et ne saatais moninkertaistuun ja kas-
vamaan niin sillan tää laji menis eteenpäin.”

Vastaaja H ei myöskään kannattanut akatemia-ajattelua, jossa parhaat pelaajat kootaan
samaan paikkaan harjoittelemaan:

Isoissa kaupungeissa kootaan parhaat pelaajat samaan paikkaan harjoitteleen niin se on
täyttä utopiaa et se veis yksilöitä eteenpäin, ne pitäis seurojen itse vetää ne tehostetusti
joka seurassa niille talenteille niitä harjoituksia. Ja tässä niinkun oon täysin eri mieltä lii-
ton kanssa. Sitä viedään täysin väärään suuntaan. Koko suomalainen urheilu menee täy-
sin väärään suuntaan siinä.

Kehittämiskohteiksi mainittiin yleisesti dynaaminen päätöksentekokyky, asioita varmistellaan ja päätöksenteko kestää liian kauan. Liiton palvelukseen kaivattiin urheilun moniosaajia. Vaikeaksi koetaan oikeiden henkilöiden löytäminen yhteydenotossa:

”Johonkin kysymykseen liittyy viestintä, myynti, markkinointi, sit kun mä kysyn siltä viestinnän ihmiseltä et voidaanko tehdä näin. ’No mun pitää kysyä toltä ja toltä’. Urheiluun liittyy niin monta eri asiaa sit sitä kysellään ja pohditaan.”

Vastaaja J näki isossa harrastajamassassa paljon potentiaalia lajin kehittämisen kannalta, nimenomaan matalamman tason harrastustoimintaa tulisi lisätä.

Kun ajatellaan salibandyn asemaa niin se on kuitenkin kouluissa se ykköslaji. Et jotenkin sen hyödyntäminen vielä paremmin ja kuitenkin se kynnys päästä vielä liiton kilpasarjoihin on isohko, et se harrastepuolen potentiaalin hyödyntäminen vielä enemmän.

Kurinpäidollisten asioiden hoitamisessa koetaan yhden vastaaja J:n mukaan parantamisen varaa. Erityisesti kilpailutoiminnan saralla nähtiin vaikeuksia asioiden loppuun viemisessä ja päätösten julkistamisissa. Vastaaja koki myös, että tiettyjen sarjojen joukkueiden karsiminen on haitaksi pienten paikkakuntien joukkueille:

Kun nyt on osallistuvien joukkueiden määrää karsittu divarissa ja karsittu nuorten sarjoissa, junnusarjoissa niin mä oon siitä kyllä huolestumiseni esittänyt julkisesti. Mä pelkään sen johtavan just siihen et siinä mennään just toiseen suuntaan. Saatetaan olla pian siinä tilanteessa, että ei oo enää realistista ajatella, että pienemmät paikkakunnat vois olla mukana näissä SM-sarjoissa enää. (Vastaaja J.)

7.3 Kokemukset tiedottamisesta ja viestinnästä

Seuraavassa kappaleessa kuvataan haastateltavien kokemuksia salibandyliiton Internet-sivuista, facebookista, twitteristä, videomateriaalien tuottamisesta, perinteisestä medias-
ta, sarjatoiminnasta tiedottamista ja tulospalvelusta.

7.3.1 Internet-sivut

Haastatelluista kaksi on yleisesti sitä mieltä, että liiton ja liigan Internet-sivut ovat kehittyneet parempaan suuntaan, mutta tilastoja kaivataan paremmin esille.

Vastaaja J näki kehityksen niin, että myös seurojen nettipostaaminen on toiminut paremmin kuin ennen. Haastateltavan mukaan sarjataulukko, tuoreet ottelutulokset, seuraavat ottelut ja lähimpien pelattujen otteluiden tulokset tulisivat kuulua selkeästi pekrusnäkymään liigan sivuilla. Haastateltava toivoo paljon käytettävien palveluiden kuten pelaajasiirtojen parempaa ympärivuotista saatavuutta. Esille tuotiin toivomus liiton toimimisesta esimerkkinä seuroille päivittämällä omia Internet-sivuja tuoreemmiksi ja lisäämällä etusivuille tuoreita videoita viitaten NHL:n sivujen tyyliin.

Internet-sivuilla kaivattiin selkeitä ohjeita olosuhdeasioista, erityisesti hallien rakentamiseen liittyvistä asioista ja eri sarjatasojen hallikriteerit halutaan näkyville. Vastaaja A painotti myös tarkkaavaisuutta olosuhdekriteerien kanssa ja niiden päivittämistä.

Kaksi vastaajaa koki, että Internet-sivuista voisi tehdä vetävämmän näköiset ja toinen kuvailee sivuja värittömiksi. Molemmat kokevat silti löytävänsä liiton sivuilta tarvittavan tiedon. Kaksi muuta vastaajaa koki sivujen kaipaavan muutosta selkeämpään suuntaan, jotta käyttäjä voisi mahdollisimman vähillä klikkauksilla löytää tarvitsemansa tiedon.

Yksittäisistä mielipiteistä ensimmäisenä vastaaja C:n näkemyksen mukaan liiton puolen sivut ovat osittain sekavat ja sieltä on hakala löytää tietoa, mutta liigan sivujen kuvailtiin olevan ”ok”. Haastateltava F totesi löytävänsä sivuilta tarvitsemansa tiedon, mutta näkee niin ikään etteivät sivut ole loogiset ja käyttäjän on tiedettävä väylät tiedon saamiseksi. Vastaaja H:n kokemuksen mukaan salibandyliigan sivuille tulisi saada enemmän seurojen järjestämiä tapahtumia esille.

Se mitä sieltä ei löydy mitä joukkueelta kuuluu et se ongelma et kuka vastaa ja mistä kokonaisuudesta. Et minkä asian tiimoilta soitat ja kenelle. Et jos mä esim. koulutusta etsin ja etisinkin niin en mä välttämättä tiedä ehkä kelle mä soitan, keneltä mä sitä oikeesti tilaan.

”No sama juttu sielläkin (salibandy.netissä), kaipaa radikaalia muutosta. Et tollanen joka ei tiedä asioista niin aika vaikee on löytää haluamaansa. Onhan siellä hakutoiminto aina, mut sais olla selkeempikin.”

”salibandy.net sivut on parantunu sen jälkeen millon niit uusittiin, oliko siitä vuosi vai kaks. Et tota kyl mä sieltä oikeestaan löydän, et se koulutuspuoli on vähän...”

7.3.2 Kommentit salibandyliiton Facebookista

Vastaajista kolme ei ole käyttänyt Facebookkia, toiset kolme käyttää vain hyvin vähän, haastateltava H näkee liigan Facebook-sivujen tykkääjien määrän olevan hyvällä tasolla. Neljä haastateltavaa on käyttänyt kyseistä palvelu, joista kaksi kokee liigan Facebookin olevan aktiivinen ja yksi lisää, että liitolla on sosiaalinen media hyvin hallussa kun tulospalvelu ei ole toiminut.

Vastaaja I epäili liiton sivujen vähäisen tykkääjämäärän tavoittavan harrastajia. Haastateltava E koki, että palvelua voisi paremminkin hyödyntää tiedottamisessa ja viestinnässä. Haastateltava J:n mielestä Facebookiin kaivataan enemmän maalikoosteita ja yleisesti ottaen kyseisen palvelun koetaan olevan vielä ylivoimainen sosiaalisessa mediassa.

Mun mielestä sosiaalinen media on oikein hyvin hallussa et tiedotuskanavana toimii varmaan liitolla parhaiten. Et sitä on käytetty ja jopa edelläkävijänä tässä. Mut ehkä selasta vois olla et ois jotain pelaajien hienoja suorituksia, et nää meidän pienet pelaajat löytäs sieltä niitten esikuvia. Ne tahtoo puuttua. Et ketä sä oikeen tällä hetkellä, ne on niinku massaa, et joku juttu. (Vastaaja F.)

”Siihen Facebookkiin markkinointiinkin vois vähän niinkun kun ei mullekkään oo tullu mitään niinku et ’tykkää näistä jutuista”.

7.3.3 Kommentit salibandyliiton Twitteristä

Yksi vastaaja kokee twitterin kätevimmäksi korvaajaksi tilastopalvelun ollessa epäkunnossa. Kaksi vastaajaa ei ole lainkaan käyttänyt twitteriä. Palvelua käyttäneistä vastaajista yksi ei kaipaa liitolta roolia twitteriin, vaan kokee enemmän tärkeäksi panostaa inter-

net-sivuihin. Kaksi vastaajaa kokee liiton twitterin toimivaksi ja nopeimmaksi tulosseurannan kautta ja toinen lisää sen olevan hyvä varajärjestelmä tilastopalvelulle. Vastaja H:n näkemyksen mukaan salibandy kaipaa twitteriin näkyviä persoonia:

”Siihen liittyy sellanen juttu et sinne pitäs personoitua joku salibandyliigan Passo Peltola tai Valavuori tai että liigalta puuttuu noin yleisesti ottaen sellanen henkilö, joka personoituu salibandyks.”

”jos ne liigan twitteritunnukset on niil työntekijöillä ni tuskimpa ne siel 24/7 siel on twiittaamassa. Kaipais vähän isompaa tiedotusvastuuta.” (Vastaja E).

7.3.4 Kommentit salibandyliiton videomateriaalin tuottamisesta

Haastateltava A pitää kaikkein mielenkiintoisimpana tällä hetkellä hyviä videoklippejä ja toivoisi että maalikoosteet olisivat näkyvillä jo liigan etusivulla. Divarin ja A-junioreiden SM-sarjan määriteltyjen livelähetyssotteluiden sijaan vastaja kaipaisi enemmän apua liitolta videokuvan tuottamiseen:

”Meil tulee probleemia joihin me tarvitaan vastauksia, se ois mukava et meil ois liitto auttamassa jo ennalta ”et tehkää sitä ja tätä et täs on valmis sapluuna”

Puolet vastaajista kaipaa enemmän videokuva, yksi kokee sen olevan jo hyvällä tasolla mutta kaipaa silti lisää materiaalia. Toivelistalle päätyivät salibandyn makasiiniohjelma, huippupelaajien temppuvideot, laji- ja oheisharjoitteluvinkit ja tuoreet videopätkät halettiin paremmin näkyville

Kahden näkemyksen mukaan videokuva tulee esille riittävästi, toinen ei näe liiton roolia niinkään materiaalin tuottajana vaan enemmänkin sen jakajana eteenpäin laajempaan näkyvyyteen. Vastaja H kaipaa videoiden tuottamisen suhteen parempaa yhteistyötä liiton ja seurojen välille:

”Mun mielestä se pitäis tehdä enemmän seurojen ja liiton yhteisoperointina. Ja siihen on mun mielestä viime aikoina tullu valoa tunnelin päähän, kyl seurojen pitää aktivoitua siihen liigan avustuksella.”

7.3.5 Kommentit salibandyliiton viestinnästä perinteisessä mediassa

Kolme vastaajaa kaipasi lisää tv-näkyvyyttä. Lajin näkymistä tv:n maksuttomilla kanavilla pidettiin tärkeimpänä asiana. Neljä haastateltavaa mainitsi tulosten näkymisen tärkeiden päivittäisessä lehtimediassa, yhtenä perusteluna oli uskottavuuden lisääminen erityisesti vanhemman väestön silmissä, toisena seikkana näkyvyyden nähtiin edesauttavan pääsyä pois pelkän koululiikuntalajin maineesta ja kolmantena mainittiin sponso-reiden näkyvyyden takaaminen. Kahden vastaajan mukaan lehtimedian hoitamisen koettiin olevan parempaa kuin ennen

Kolme vastaaja koki Yle:n tv-sopimuksen tärkeäksi, joista yksi kokee tv-näkyvyyden ehdottomasti tärkeimmäksi mediaksi. Lisäksi korostettiin, että salibandytulokset ja videopätkät tv:n urheilu-uutisissa tulisi ehdottomasti saada kuulumaan vakiokalustoon, eivätkä laji-ihmiset saisi tyytyä ajoittaiseen näkyvyyteen. Vastaaja D ei nähnyt syytä panostaa mainontaan vaan koki, että lajia tulisi saada tunnetuksi muilla keinoin. Keinoiksi tarjottiin yhteistyökumppanuuksien luomista isojen yritysten kanssa, seuroja ja liiton järjestämiä tapahtumia pitäisi kehittää. Näin toimimalla esimerkiksi televisioon päästään paremmin näkyville vastaajan mielestä. Lisäksi seurakoulutukset- ja kokoukset koetaan merkityksettöminä. Vastaaja kokee toiminnan painottuvan liikaa Tampere-Turku-Helsinki-akselilla ja tuki Pohjoisen seuroille on liian pientä. Lisäksi osallistumismaksujen nähdään olevan liian kalliita.

”tää on iso juttu suomalaiselle salibandyille et miten me tätä tarinaa viedään eteenpäin et pitäskö vetää takaisin ja antaa seuroille enemmän kenttämainosoikeuksia tv-otteluissa?” Vastaaja H:n mukaan lajin medianäkyvyys televisiossa on hoidettu hyvin. H kokee lehtimedian hoidossa eroja ja mainitsee Oulun, Turun, Seinäjoen, Jyväskylän ja Tampereen alueellisen lehtimedian olevan kunnossa:

Siinä liitto on ollut huono että olen niinkun pyytänyt jo 15-vuotta sitten et liiton kanssa pääseurat yhdessä alueellisesti kontaktoi yhdessä alueen valtamedian ja alueen päättäjät. Sitä on nyt 15-vuotta odoteltu ja sitä ei oo vielääkään tapahtunu. Se on jätetty seurojen vastuulle. Seurat on hoitanu sen alueellisesti hyvin. Helsinki on tukos, pääkaupunkiseutu on tukos.

Salibandyssä vähän niinkun oma porukkin aattelee niin et hyvä kun silloin tällön päästään urheiluruutuun niin tää ajatus on niinkun se kertoo et tää ajatus on kaikista suurin ongelma. Aina pitäis olla tulokset, sit ois tää ajatus et joka sarjakierrokselta ois ainakin yks kuvapätkä. Niin kauan kun se menee niin että lajia ei näy niin ollaan siellä marginaaliosastossa. (Vastaja J.)

Tuli mieleen kun yks kommentoi että yks valtamedia yrittää saada marginaalilajia ylöspäin jota on kyllä mukava harrastaa, mutta surkeeta seurata. Ni se kertoo kaiken oleellisen siitä että kuinka huonosti ihmiset tietää, että kuinka huippulaji salibandy on seurata televisiosta kun se oikein tuodaan. Sen takia mä koen että tähän pitää satsata ylivoimaisesti eniten. (Vastaja J.)

7.3.6 Sarjatoiminnasta tiedottaminen

Hyvää palautetta annettiin salibandy-news julkaisusta ja internetin kautta tapahtuvasta sarjoihin ilmoittautumista yhden vastaaja J:n toimesta. Sarjoista tiedottamiseen kaivattiin kolmen haastateltavan mukaan selkeät alkamis- ja päättymispäivämäärät. Valtamediaan kaivattiin lisää mainostusta sarjatoiminnan alkamisesta vastaaja J:n mielestä.

Yli puolet (6/10) vastaajista näki yleisellä tasolla tai joiltakin osin kehitettävää liiton sarjoista tiedottamisessa, näistä henkilöistä yksi muistutti liiton kehittyneen aiemmista vuosista. Toinen täsmensi vanhemmissa ikäluokissa tiedottamisen olevan hyvää, mutta koki junioripuolella olevan parantamisen varaa. Vastaja G: ”Et eihän niitä muutaman viikon varoajalla. Ohan näit ollu kun tulee näit sm-karsintoja niin ne on todella myöhään tullu ne ilmoitukset.”

Tämmönen tuli joskus et jos oli vaikka henkilö lopettanu ni se tieto ei välttämättä päädy koskaan seuralle. Et miks ei, et mun mielestä pitäis tavallaan tiedottaa mielummin liikaa. Et laittais vaikka kaikkien seurojen jakeluun sen, kun niillä on kuitenkin liiton rekistereissä seurojen yhteyshenkilöt.

Kaksi vastaajaa koki sarjoista tiedottamisen selkeäksi joista vastaaja B kuitenkin täsmentää näin tapahtuvan ainakin Savo-Karjalan alueella. Länsirannikon aluevastaavan koettiin hoitaneen alueellisiin sarjoihin liittyvät ilmoitukset hyvin, mutta liiton tiedottamisessa parantamisen nähtiin parantamisen varaa vastaaja E:n mielestä.

Yleisestikkin liiton tiedottamisessa on hirveesti kehitettävää, et se on yks semmonen et siel saadaan rekisterit kuntoon ja muuta. Tiedän et senkin kans tehdään töitä. Se että oikeista asioista saatais tieto oikeille ihmisille sieltä niinku läpi, sit kun nykyään on päätoimiset ihmiset lisääntyne seuroissa. Et päätoimiset ihmisetkin ois rekisterillä liitossa, ja et tietyt asiat tiedoteittais seurojen päätoimisille ihmisille sitten.

Kaksi vastaajaa näki pelaajasiirtojen kirjallisen toteuttamisen Internetin kautta helpoksi ja toinen arvosti myös sitä, että siirroista saa verkon kautta automaattisesti lomakkeen. Vastaaja D koki siirtomaksut liian kalliiksi, lisäksi ehdotuksena on alle 16-vuotiaille jatkuva siirtoaika ympäri vuoden ajalle. Lisäksi toivottiin liiton työntekijöiden ymmärtävän myös lajiin ulkopuolelta tulleita henkilöitä.

Kun sitä apua kysyin niin ihmiset oikein turhautu siellä liitossa ja ne ei oikein halunnu neuvoa alkuun ja mä sit aloin miettimään et meijänkin seuran pitää maksaa osallistumismaksuja liittoon nii se apu ja se käyttäytymismalli mitä ne anto mulle takasin siitä mitä mä neuvoja kysyin ni ne turhaantu et mä teen tyhmiä kysymksiä.

Vastaaja J otti kantaa liiton työntekijöiden loma-aikoihin. Hänen mielestään lomailu heinä-elokuussa on huono käytännön asioiden valmistelun kannalta ja mainitsi sen aiheuttavan kiireettä ennen sarjojen alkamista.

7.3.7 Kommentit salibandyliiton tulospalvelusta

Kuusi vastaajaa näki liiton tulospalvelun hoitamisessa parantamisen varaa. Vastaaja A piti omituisena tiedotusta varasuunnitelmien olemassaolosta, kun niitä ei otettu käyttöön tulospalvelun kaatuessa. Vastaaja C olisi kaivannut parempaa tiedottamista tulospalvelun tilanteesta, jotta ihmiset olisivat välttyneet spekuloinnilta.

Kolmelta vastaajalta herui ymmärrystä tulospalveluongelmien hoitamiseen, mutta vastaaja F korostaa muiden korvaavien kanavien käyttöä tulospalvelun kaatuessa, esimerkiksi facebookkia ja twitteriä. Kaksi vastaajaa olisi kokenut vanhan järjestelmän käytön parempana vaihtoehtona kuin uuden järjestelmän käyttöönoton. Kaksi vastaajista ei halunnut lähteä kommentoimaan tulospalvelua.

Vastaaja B: ”Huonostihan tuota on hoidettu, et ratkasu on et joku on tehny omat sivut siihen. Siinähan ois voinu viedä rinnalle sitä vanhaa nyt kun se kuitenkin toimii paremmin kun se uus. Ja sit kun se on valmis niin sit ottaa vasta käyttöön.”

Vastaaja G: ”yritetty tehä halvalla hyvää. Rahalla ois saanu sen homman toimimaan hyvin paljon nopeemmin, mut tähän aikaan sitä rahaa hirveen paljoo ylimäärästä oo et tavallaan ymmärtää.”

7.4 Palvelun laadun osatekijöiden arviointi

Seuraavassa kappaleessa kuvataan haastateltavien kommentteja salibandyliiton luotettavuudesta, reagointialttiudesta, pätevyydestä, saavutettavuudesta, kohteliaisuudesta, viestinnästä ja asiakkaan kuuntelemisesta, uskottavuudesta, turvallisuudesta, asiakkaan ymmärtämisestä sekä fyysisestä ympäristöstä. Laadun osatekijöitä arvioidaan Gröönroosin (2003, 116) teoreettisen mallin mukaan.

7.4.1 Luotettavuus

Luottamuksen toteutumisesta keskustellessa vastaajista 5/10 koki haastatteluissa enemmän positiivista kuin negatiivista. Vastaajista 3/10 olivat selkeästi kokeneet luotettavuudessa kehitettäviä osa-alueita. D kaipasi enemmän tukea Pohjoisen seuroille. Liiton toimintaan kaivattiin vastaaja C:n mukaan myös johdonmukaisuutta ja selkeämpää yhteistä linjaa. Lisäksi C:n mielestä kurinpidollisten asioiden päätöksenteossa koettiin parantamisen varaa. Yhteensä kolme haastateltavaa näki kehitettävää sääntötulkinnossa:

”joku tulkitsee vähän erilailla kun toinen. Et se tietysti johtaa siihen, että johdonmukaisuus on vähän huono ja siitä tulee helposti sit vähän negatiivisiä fiiliksiä”. (vastaaja C.)

”No se on ehkä se on kaikkein haastavin osuus että tota voisin sanoa että tässä on kaikkein eniten tekemistä”(vastaaja F).

Haastateltavista kaksi ei ilmaissut selkeästi kantaansa luotettavuuden suhteen vaan sen koettiin riippuvan ihmisestä. F näki haastavana, että Arena Centerillä ja liitolla on ”turhan läheinen suhde”. A koki liiton luotettavuudessa parantamisen varaa, vaikka pitikin sitä toisaalta hyvänä selkänäojana. H:n näkemyksen mukaan luotettavuutta kuvattiin pääsääntöisesti kiitettävänä, mutta parannettavaa oli muun muassa seurojen kansainvälisten otteluiden tukirahoituksen hoitamisessa. Sen lisäksi kehitettävää koettiin liiton ja seurojen yhdessä järjestämien tapahtumien mainosmyyntiasioissa. Viimeisenä mainittiin edustusoikeuksiin ja sanktioitaviin asioihin liittyvät päätöksentekoprosessissa ilmenneet lupaukset ja vastaukset.

Haastateltava I:” Se riippuu ihmisestä, siel on hienosti asioita hoitaneita. Mut et esimerkiksi joissain koulutusjärjestelyissä on hoidettu huonosti ja se on vähän yksilöstä kiinni kenen kanssa sattuu asioimaan.”

7.4.2 Reagointialttius

Liiton toimihenkilöiden reagointialttiudesta puhuttaessa käy selkeästi ilmi, että liiton työntekijöiden välillä on suuria eroja palvelunopeudessa. Kaksi vastaajaa kymmenestä oli yleisesti kokenut palvelun riittävän nopeaksi. Seitsemän vastaajaa koki reagoinnin olevan henkilöstä riippuvaa. Positiivista palautetta annettiin kahdesta suusta järjestöpäällikön suuntaan ja yksittäisiä kehuja nostettiin esille eteläsuomen aluetoiminnasta, pelaajasiirroista, ”seurajakonopeudesta” sekä sarjavastaavien ja kilpailupuolen toiminnasta.

Kehittämiskohteita kysyttäessä mainittiin laskutusasiat kahteen kertaan, kertamaininnan saivat valmennuskoulutukset, koulutukset, Tampereen toimiston toiminta ja aluevas-
taavilta toivottiin seuroille kehitysideoita Pohjois-suomen alueella.

Vastaaja C: Sit jos on jotain lisenssi, tällasia edustusoiikeus... liittyy sääntöihin niin ne taas Tampereen toimisto hoitaa nii sieltä huomaa et jos niillä on kiireiset ajat tai pelaajasiirtoihin liittyy, niin vastaus ei tuu niin nopeesti. Et tietyt toiminnot on välillä yli-kuormittuneita et se palvelu hidastuu, ei saa vastauksia nopeesti.

Vastaaja J: Et siel on aika moni projekti jääny ihan suunnitteluasteelle. Eikä oo jatkettu sitä floorball circusta jota piti jatkaa tälle kaudelle niin sehän kariutu aivan täysin. Et näin ei saisi käydä kun seurat on valmiita panostaman. Jos tässä pitäis ykkösestä kymmeneen arvioida niin mä en pystyis ihan kakkostakaan antamaan.

7.4.3 Pätevyys

Liiton työntekijöiden pätevyyttä ja tietotaitoa tiedustellessa positiivista palautetta annettiin yksittäisinä kommentteina pelaajakoordinaattorin toiminnasta, pelaajasiirtojen hoitamisesta, koulutus- ja valmennuspuolesta, hallinto- ja lajipuolesta, seurakehitysohjelmasta, järjestöpäällikön toiminnasta, talouden huolehtimisesta. Yleisesti pätevyyden koettiin olevan hyvällä tasolla neljän vastaajan toimesta. Kolme vastaajaa koki eroja pätevyydessä ja siinä miten työntekijöiltä saa vastauksia. Olosuhdeasiat mainittiin kehitettävänä kohteina kolmen vastaajan toimesta ja kaivattiin lisää organisointia, selkeätä tavoitetilaa, kehittämistä ja halleja.

Yksittäisinä kommentteina Pohjois-Suomen aluetoiminta sai välttävän arvostelun, lisäksi kritiikin aiheita oli markkinointi, ”kaverimandaatilla” töihin ottaminen ja moniosaajien puuttuminen.

Puhutaan urheilujohtamisesta, sen haasteena on löytää persoonia jotka ymmärtää urheilusta ja samaan aikaan taloudesta, markkinoinnista, myynnistä ja täntyyppisistä jutuista ja ja se on tuntunu et se on vaikee yhtälö kautta linjan seuroissa. Niiniin tän asian ymmärtäminen yhden persoonan ympärille ikuinen haaste niin liitossa kuin seuroilla ja siihen kannattaa kiinnittää huomiota. (Vastaaja D.)

Vastaaja E: ”tiedän jonkin verran taustoja niin ihan koulutettua väkeä liikunnan puolelta, sekin sellanen vahva kasi mun mielestä ja koulutus- ja valmennuspuolellakin on mun mielestä pätevää ihmistä töissä.”

7.4.4 Saavutettavuus

Neljä vastaajista kokee saavutettavuuden olevan vaihtelevaa ja korostaa, että tutun henkilön kyllä saa kiinni, mutta tuntematonta tuskin viikonloppuisin. Savo-Karjalan, Länsirannikon ja Etelä-Suomen alueilla yksittäiset vastaajat olivat tyytyväisiä, että liiton henkilöitä on saatu kiinni viikonloppunakin. Pohjois-Suomessa koettiin aluevastaavan toiminta hyväksi ja saavutettavaksi, mutta kaivattiin enemmän liitolta seurojen kehittämistä ja tukea muun muassa tapahtumien järjestämiseen ja olosuhdeasioihin.

Pohjanmaalla pidettiin tärkeänä aluetyöntekijän saamista, sillä sitä ennen saavutettavuus koettiin vaikeaksi. Kaksi vastaajaa kokee, että arkisin virka-aikana tavoitettavuus on hyvä, mutta kolme vastaajaa kaipaasi iltaisin ja viikonloppuisin päivystystä puhelimitse myös juniorisarjoihin.

Yleisesti kolme vastaajaa kokee saavuttavansa liiton työntekijän silloin kuin tarvitsee, vastaaja kaipaava liittoa kehittämään enemmän seurojen toimintaa ja erityisesti apua tapahtumaotteluihin. D koki Sisä-Suomen aluetoiminnan kankeaksi ja vastauksessa nähtiin eroja liiton eri sektoreiden välillä:

”Kyllä kilpailupuoli vastaa aika hyvin, tiedotuspuoli hmm.. siinä on ehkä vähän parantamisen varaa, ei voi sanoa et sekään huono ois ollu. Kyllä ehkä sellanen se alueellinen ja junioripuoli on kaikista kankein.”

Niin et kyllä se akuutti tilanne siellä paikanpäällä ja sen ratkaiseminen niin sellanen olis mun mielestä hyvä, että olis joku päivystävä numero johonka vois soittaa viikonloppunakin. Et joskus jos tulee sellasia tilanteita käytännössä et jos tuomari puuttuu pelistä tai tällasista käytännön ongelmista paikan päällä niin sitten olis kanavat. (Vastaaja J)

7.4.5 Kohteliaisuus

Hyvää palautetta kohteliaisuudesta annettiin yhden vastaajan toimesta liiton pelaajakoordinaattorille, järjestöpäällikölle, koulutuskoordinaattorille, seuratoiminnan päällikölle ja huippu-urheilukoordinaattorille. A arvelee puhelimesta tulleiden töykeiden vastausten olevan peräsin työharjoittelijoilta.

Kolme vastaajaa ei koe moitteita kohteliaisuudessa, joista E kokee liiton painotuksen olevan asiakaskontaktin hoitamisessa maaliin. J:n kokemuksen mukaan kohteliaisuus toteutuu lähes aina ja on hyvällä tasolla.

Kaksi vastaaja kokee, että joillakin ihmisillä on vaikeuksia säilyttää asiakaspalvelun tasoa ja C arvelee sen johtuvan ongelmista edellisen asiakkaan kanssa. Vastaaja F arvioi liiton kohteliaisuutta seuraavilla sanoilla: ”Se on ehkä se mis on kaikkein eniten tekemistä.”

Vastaaja D:n kokemuksen perusteella arviointi koettiin vaikeaksi, koska liiton puolelta ei oltu seuraa kohtaan yhteydessä. Kohteliaisuus koettiin H:n mukaan sanoina ja ystävällisenä käytöksenä, eikä niinkään tekoina. Samaan hengenvetoon kaivattiin myös ymmärrystä, että liitto on seuroja varten eikä toisin päin. G kuvasi liiton työntekijöiden kohteliaisuutta asiakaspalvelussa vaihtelevaksi ja mainitsi liitossa pitkään työskennelleiden syyllistyvän ”urvelointiin”. Lisäksi kehitettävää koettiin Etelä-Suomen aluepuolella ja koulutuksen saralla yhden vastaajan toimesta. Kohteliaisuutta arvioitaessa annettiin seuraavanlaisia kommentteja:

”Sitä on sit liitossa niinkun joillain että ei pysty pitään sitä asiakaspalvelua sellasena mitä asiakas niinku itse toimii et metsä vastaa niinku sinne huudetaan et se on vähän tiettyjen ihmisten kans on vähän haastava toimia.” (Vastaaja C)

”No ehkä se on enemmän niinkun näitä sääntö-sarjatoiminta, missä tulee välillä haasteita eteen, missä niitä haasteita tulee ratkoa tyyliin jotain ottelusiirtoja tai otteluohjelman tekemistä..”

”mä tein jonkun virheen ni jotenkin se palaute oli niin järkyttävä et just niinku tällanen aliarvioiva. Siitä jäi sit sellanen kuva, tai siitä jäi sellanen et tietkö sä on ihmisii kelle mä en soita.” (Vastaaja F)

7.4.6 Viestintä ja asiakkaan kuunteleminen

Viestinnän ja asiakkaan kuuntelemisen koki positiivisena yli puolet haastatelluista (6/10). Vastauksissa koettiin, että liitossa ollaan tekemässä yhteistä asiaa ja kolmen vastaajan mukaan positiivinen kaiku tuli uuden puheenjohtajan myötä. Neljän vastaajan toimesta seuraseminaaria keuhuttiin, lisäksi divaripalaverit yksittäisenä nostettiin positiivisessa mielessä esille.

Kolme vastaajaa koki liiton kuuntelevan, mutta eivät nähneet siitä seuraavan tekoja. Tekoina kaivattiin muun muassa valmennuskoulutusta D:n näkemyksen mukaan. Vastaaja B:n kommenteissa nostettiin esille poikien nuoremman B-juniorisarjan puuttuminen, jossa koettiin liiton kuuntelevan, mutta toteutuksen jääneen puuttumaan. C:n kokemuksena oli, että liitto ei ole reagoinut kilpailusäännöissä ilmenneisiin ongelmiin kritiikistä huolimatta:

Sit tullaa taas näihin et jos jotain sääntökysymyksiä on ollu, muistan tiettyjä asioita vuosien varrelta, mä ymmärrän et kilpailusäännöt on sellanen et niitä pitää jatkuvasti vähän työstää, on haasteita ja vähän ongelmia ja niitä pitää korjata. Tiettyihin ongelmiin ei puututa vaikka siitä heitetään pointtia et hei tälle pitäis tehdä jotain ni sit se sama sääntö on vuodesta toiseen. Et siihen ei tehdä korjausta. Sillon tulee ehkä se fiilis kun näitä asioita puhutaan niin eiks kukaan kirjaa ylös.

Vastaaja J muistutti seurojen saamista mahdollisuuksista tulla kuulluksi seurapalvelufoorumeissa ja korosti seurojen omaa aktiivisuutta näihin tilaisuuksiin osallistumisessa. Liiton rakenteiden koettiin olevan lähtökohtaisesti kunnossa, mutta mainittiin huip-pusalibandyn kehittämisessä olevan paljon työtä, esimerkiksi salibandyliigan kehitystyöryhmästä ei ole välitetty seuroille riittävästi tietoa haastateltavan mukaan.

7.4.7 Uskottavuus ja rehellisyys

Neljä vastaajaa näki uskottavuuden hyvällä tai kohtuullisella tasolla, joista yksi muistuttaa tulospalvelun ongelmien hieman heikentäneen uskottavuutta. Hyvinä asioina mainittiin seurojen etujen ajaminen ja liiton puhdas imago. G:n mielestä uskottavuutta ovat heikentäneet muutamat ihmiset ja se heijastaa negatiivisuutta.

C:n mukaan liitolta saadut vastaukset eivät kulje samassa linjassa. Vastaaja kaipaa lisää avoimuutta kurinpitopäätöksiin myös alemmilla sarjatasoilla. D koki uskottavuuden ja rehellisyyden olevan toissijaisia asioita, jollei apua tule seurojen suuntaan. Seuraavasta kommentista on havaittavissa tietynlaista ennakkoluuloa liittoa kohtaan:

Se liittyy tähän tota siirtoihin tai pelaajaoikeuksiin niin se sano et miten mä voin sinne soittaa ku se sano että älä soita sinne kun ei ne kuiteskaan tiedä. Et oli pomo sanonu et siel on niin paljon vaihtuvaa väkeä, et se on niinku se että kun ei ne ittekkään kilpailusääntöjä osaa tulkita. (Vastaaja F.)

Uskottavuudessa on yhden näkemyksen mukaan liiton työntekijöiden välillä valtavan suuria eroja ja kokemusten perusteella valikoituvat ne ihmiset kehen ottaa yhteyttä. Tärkeänä pidetään myös seurojen ja liiton yhteisymmärryksen löytämistä:

Nyt tullaan ytimeen. Se uskottavuus eio tällä hetkellä seurojen... Siis tässähän on sellanen tilanne et liitto ei pidä seuroja uskottavana ja seurat ei pidä liittoa uskottavana. Ja tää aiheuttaa tällasen ihmeellisen tilanteen nykypäivänä et se kaikki juontaa juurensa siitä et mä taas tuun sadannen kerran siihen et se tahtotila ja se ymmärrys eio sama.

Tästä puuttuu nyt enää sellanen elementti mikä sitä uskottavuutta on syönyt et tuomarit on menny lakkoon, ne saa tahtonsa läpi, maajoukkueitoiminta on menny lakkoon, ne saa tahtonsa läpi, maajoukkuepelaajat on menny lakkoon, ne saa tahtonsa läpi. Tästä puuttuu nyt enää se seurojen lakko seuraavaks ihan oikeesti. Sit me ollaan ihan katastrofissa kohta.

Yleisesti ajatellen J koki joillakin seuroilla omien ongelmien lisäävän kritiikkiä liiton suuntaan. F näki uskottavuudessa olevan kehitettävää koulutussektorilla ja Etelä-Suomen aluetoimistolla. H:n mielipiteen mukaan seurat ovat se taho, jotka kehittyessään vievät lajia eteenpäin, eivätkä liiton organisaation- ja maajoukkueitoiminnan kasvattaminen.

7.4.8 Turvallisuus

Kehuja annettiin toiminnanjohtajan suuntaan ja todettiin että raha-asiat hoituvat jämpästä, eikä ole kyse hyvävelikerhosta. Kuusi vastaajaa kokee liiton olevan rahallisesti tur-

vallisella pohjalla. D kokee liiton olevan seuroille enemmän kulupuolella ja toivoisi sen olevan toisin päin.

Kaksi vastaajaa osoittaa huolestuneisuutensa liiton budjetista, joista toinen korostaa, että ajatellen koko toimintakautta tilanne on kuitenkin hyvä, vaikka viimeiset kaksi vuotta ovat olleet tappiollisia. E näkee uhkakuvia maajoukkueen rahankäytössä, mutta sanoo talouspuolen kehittyneen viimeisten vuosien aikana. F koki puolueettomuudessa olevan kehitettävää:

”Arena Centerillä on nää kesäleirit ja tällaset et mun mielestä liiton pitää olla erittäin tarkka et mikälaista toimintaa se tavallaan suosittelee tai sellasta yksityistä koska se on seuratoimijoilta pois.”

7.4.9 Asiakkaan ymmärtäminen

C:n näkemyksen mukaan jos kilpailusääntöihin tehdään muutoksia, niistä tulisi informoida paremmin. E sanoo ymmärtämisen olevan vaihtelevaa ja riippuvan aiheesta. F:n näkemyksen mukaan vaateet seuroja kohtaan ovat kasvaneet ja lisää, että liiton työntekijöiden olisi hyvä tulla tutustumaan seurojen toimintaan:

Seuratyö on muuttunu niin hirveesti et liitossakin pitäs jalkautua välillä seuroihin kattoon sitä arkea. Et ainahan se on et jos sä kehität jotai toimintaa niin sä et tiedä, et pitäshän sun tuntee se ja nii mennä lähemmäs sitä ja tulla ehkä vierailemaan muutamaks viikoks työhön tutustumaan.

Vastaaja H kokee, että liitolla erottuu sellaiset henkilöt, jotka ovat tehneet seuratyötä. Esimerkkinä nostetaan tv-pelien mainostaminen, kun liitto kehottaa mainostamaan muidenkin joukkueiden pelejä. Näihin mainoksiin kaivataan valmista ”tarinaa”, jonka voisi nostaa esille. Vastaajan mukaan on jo haastavaa saada oma peli näkyville riittävän hyvin.

I:n mukaan liiton toiminnassa painotetaan suuria seuroja liian paljon. Puhuttaessa seurojen ymmärtämisestä J naurahti ja sanoi siinä asiassa tulevan eniten väärinymmärryksiä, mutta mainitsi niihin vaikuttaviksi tekijöiksi lajin nopean kasvun ja uusien tekijöi-

den mukaantulon. Lisäksi haastateltava arvioi tilanteen olevan omalta kohdaltaan hyvällä tasolla. Parantamisen varaa koettiin C:n mielestä sääntöuudistusten tiedottamisessa:

Sellaseen asiaan oon laittanu kritiikkiä kun viime kauden kilpailusääntöihin tuli iso muutos. Muutti kasvattajarahaa aika merkittävästi, vaikka muutos ei tavallaan ollu tekstimuodossa kun muutama rivi, vaikutus sääntöön oli erittäin suuri ja nyt mä oon jutellu tässä aika monen ison seuran toimijan kanssa ja kukaan eio huomannu sitä, no liiton puolelta sit sanotaan et ”etteks te lue niitä sääntöjä kunnolla?

Tietyissä asioissa ilmeni kehitystä liiton ymmärryksessä seuroja kohtaan. E mainitsi tappauksen sarjajärjestelmiin liittyen, jossa isot seurat toivoivat lisää valtakunnallisuutta, kun Länsirannikon tasosarjoja ole koettu toimiviksi. ”siit piti varmaan kymmenen vuotta pitää meteliä, mut nyt onneks ollaan positiivisemmalla puolella. Muutosta on nähty.”

Kaksi vastaajaa koki seurojen ymmärtämisessä eroavaisuuksia, vastaaja G kuvaili:

”Pienemmät työntekijät ymmärtää hyvinkin, mut mitä ylemmäs mennään niin siellä ei ymmärretä tätä ruohojuuritason toimintaa. Et niinku välillä tuntuu et siellä on vieraannuttu siitä et kuinka raakaa voi olla. Etenkin tälläsinä hetkinä kun rahaa eioo.”

7.4.10 Fyysinen ympäristö

Salibandyliiton päätoimipiste nähtiin kuuden vastaajan mielestä hyvällä tai kohtalaisella tasolla ja tiloja kuvailtiin muun muassa seuraavasti: ”asialliset ja siistit tilat”, ”ihan hyvät”, ”kokoushuone on ok”, ”heillä on asianmukaiset edellytykset” ja ”eio mitään valittamista”. Kaksi haastateltavaa koki tiloissa parannettavaa. C arveli avokonttorin olevan tehokkaampi vaihtoehto toimistolle. A koki pääkonttorin tilat pieniksi, mutta antoi kehuja erityisesti puheenjohtajan järjestämille tilaisuuksille

”ne on hirmu pienet. Ensimmäisen kerran kun mä astelin sinne niin olin yllättyyny siitä kuinka pienissä tiloissa. Kun menee esimerkiksi kokoushuoneeseen niin pöydän ympärille mahtuu juuri istumaan, mut ei siinä mahu kävelemään.” (Vastaaja A.)

”Tähän mennessä niin apuvälineiden käytöstä tulee positiivisia esimerkkejä. Täähän oli huikee tää Kaltalan show mitä hän piti, et se oli selkeesti mietitty missä vaiheessa otetaan kukin esiin. Et se oli niinku hyvä, siinä on tullu paljon parannettua.” (Vastaja A.)

Savo-Karjalan aluetoimiston sijainti koettiin hyvänä, mutta välineistöä toivottiin enemmän, kuten laukaisututkaa ja koulutusmateriaalia kaivattiin lainattavaksi seuroille. Välineistöstä puhuttaessa mainittiin näkemys etäpalavereiden käyttömahdollisuudesta, sillä nykytekniikkaa hyödyntämällä ja puhelinpalavereita pitämällä voisi vähentää matkustamisista kertyviä kustannuksia I:n näkemyksen mukaan.

Länsirannikon ja Kaakkois-Suomen aluetoimistot koettiin sijainniltaan sopiviksi. Pohjanmaan aluetoimiston tilat ovat yhden vastaajan mukaan kunnossa. Haastateltava koki, että seurasiiirtojen tekeminen on tehty nykyjärjestelmällä helpoksi ja julkaisujen kehityssuunta on hyvä ja asiointi on kehittynyt koko ajan. Fyysisestä ympäristöstä annettiin lisäksi seuraavanlaisia kommentteja:

”Ongelma mun mielestä on ollu... heil eio oikeesti yhteistietoa ja et niitten järjestelmät eio ollu ihan ajan tasalla, näin mä oon ymmärtäny. Et järjestelmät ei siellä keskustele siellä keskenään.” (Vastaja F.)

8 Pohdinta

Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää seuratyöntekijöiden kokemuksia Suomen salibandyliiton palvelutoiminnasta. Lisäksi opinnäytetyössä kerättiin mielipiteitä salibandyliiton tiedottamisesta ja viestinnästä sekä palvelun laadun osatekijöistä. Tutkimustulosten avulla voidaan Suomen salibandyliiton toimintaa kehittää sillä tavalla, että palvelussa huomioitaisiin enemmän seurojen näkemyksiä ja toiminta olisi enemmän seuratoimijoiden tarpeista ja toiveista lähtevää.

8.1 Tutkimustulosten pohdinta

Tutkimuksen päälöydöksenä voidaan pitää liiton työntekijöiden toiminnassa epäkohtaa seurojen kuuntelemisen ja ymmärtämisen välillä. Kysyttäessä annetusta palautteesta eniten positiivista palautetta kerääntyi asiakkaan kuuntelemisesta, peräti yhdeksän koki liiton kuuntelevan seuroja. Asiakkaan ymmärtämisen kokemuksia kerätessä sen sijaan kuudella vastaajalla oli enemmän kielteinen kanta asian suhteen kuin positiivinen. Kolme haastateltavaa koki liiton henkilöillä asiakkaan ymmärtämisen olevan vaihtelevaa tai riippuvan ihmisestä kenen kanssa asioi. Näiden tulosten perusteella voidaan todeta, että lähes aina liiton työntekijät kuuntelevat seuroja, mutta harvat ymmärtävät ruohonjuuritason tarpeita. Toisena nostettakoon esille suuret erot liiton työntekijöiden valmiudessa palvella asiakkaita. Jopa seitsemän vastaajaa koki reagointialttiuden olevan vaihtelevaa tai työntekijästä riippuvaista. Tästä voidaan tulkita, ettei liitolla ole mahdollisesti selkeää linjaa asiakkaalle reagoinnissa tai erot voivat riippua henkilöistä.

Lisäksi tulosten tulkinnassa oli mielenkiintoista löytää niitä asioita, joita seurojen työntekijät ovat maininneet omaehtoisesti ilman konkreettista kysymystä aiheesta. Liittyen eri kysymyksiin olosuhdeasioista annettiin eniten kritiikkiä. Peräti neljä haastateltavaa oli nähnyt kehitettävää olosuhdeasioissa. Tarkennettuna kahden vastaajan mukaan kaivattiin apua olosuhdeasioihin vaikuttamiseen Länsirannikolla ja Pohjois-Suomessa paikallisella tasolla kohti kuntia ja kaupunkia. Pääkaupunkiseudulla koettiin pulaa harjoittelupaikoista ja yleisellä tasolla kaivattiin eri sarjatasojen olosuhdekriteerejä, hallin rakennusohjeita paremmin ja selkeämmin esille liiton internet-sivuille. Lisäksi toivottiin olosuhdeasioille selkeää tavoitetilaa. Valonpilkahduksia salibandyn halliongelmaan on

kuitenkin ollut havaittavissa haastatteluiden keräämisen jälkeen, esimerkiksi Keravalla ollaan muuttamassa jäähallia salibandyhalliksi. (Keski-Uusimaa 2014.)

Kysymättä annetusta kritiikistä toiseksi eniten annettiin valmennuskoulutuksista, kolme mainintaa. On arvuuttelua lähteä päättämään mitä muut vastaajat olisivat sanoneet jos olosuhdeasiat ja valmennuskoulutukset olisi otettu esille myös muiden haastatteluiden yhteydessä. Siinä olisi mielestäni mahdollisuus jatkotutkimukselle.

Oli hieman yllättävää havaita tuloksista, että liiton kahden viime vuoden aikana teke-
mästä tappiollisesta tuloksesta huolimatta 6/10 koki rahallisen turvallisuuden enemmän
positiivisena ja vain kaksi esitti olevansa huolestunut asiasta. Tämä voi kertoa joko Sali-
bandyliiton taloudellisen tilanteen tietämättömyydestä tai vankasta uskosta liiton talou-
denhoidon perusteisiin, vaikka liitto on tehnyt tappiota viimeisenä kolmena vuotena.
(SSBL 2014, 24).

Eniten kritiikkiä kysyttäessä annettiin odotetusti tulospalvelujärjestelmästä. Liiton puo-
lta kuvailtiin asiaa vaikeaksi jo ennen kauden alkua, eikä esitetty takeita järjestelmän
toimivuudesta (Siltanen 2013).

Osana liiton tulevaisuuden kehitystyötä mainittiin selkeän verkkosivukokonaisuuden
toteuttaminen ja modernin viestinnän mahdollisuuksien hyödyntäminen (Kaltala 2013,
5). Toiseksi eniten teemoista kritiikkiä saivat Internet-sivut ja videomateriaalin tuotta-
minen. Näin ollen todettakoon, että tämän tutkimuksen haastatteluiden suorittamisen
aikaan Salibandyliitto ei ollut ainakaan vielä aivan onnistunut tavoitteessaan.

Liiton sarjatoiminnan muutosprosessin kestoa saattoi kuvata vastaaja E:n kommentti
liittyen tiettyjen sarjojen järjestelmiin ja toiveisiin valtakunnallisemmasta sarjatoiminnas-
ta: ”siit piti varmaan kymmenen vuotta pitää meteliä, mut nyt onneks ollaan positiivi-
semmalla puolella. Muutosta on nähty”. Organisaatioiden tekemissä muutoksissa on
kuitenkin otettava huomioon monia eri tahoja, siksi päätöksenteko saattaa kestää. Viita-
ten Harjuun (2004, 81) järjestöissä ei kuitenkaan välttämättä vaadita nopeita muutoksia.

Kommentit liitosta kuten ”Älä soita sinne kun ei ne kuiteskaan tiedä” kuvaavat ennakkoluuloja, joita ilmeisesti esiintyy. Voidaan olettaa, että näiden ennakkoluulojen taustalla on jokin huono kokemus SSBL:n kanssa asioinnista. Kehittämällä toimintaa saadaan kielteisiä kokemuksia vähemmäksi.

Mikäli vaikeasta tilanteesta ei anneta tietoja, asiakkaat kokevat sen monesti negatiiviseksi tiedoksi, koska he kadottavat siten tilanteen hallinnan. Useasti on kannattavampaa kertoa reilusti huonot uutiset kuin olla tiedottamatta mitään. (Grönroos 2003, 368).

SSBL:n toimintasuunnitelmassa 2014 mainitaan sektorikohtaiset kehityssuunnitelmat. Asiakkaiden palvelukokemuksen parantaminen on listalla ensimmäisenä, joka herättääkin mielenkiintoa nähdä miten palvelukokemusten parannusten kanssa käy. (SSBL 2014, 8). Mielestäni siinä voisikin olla aiheitta jatkotutkimukselle tulevaisuudessa. Kun organisaatiouudistus on saatu ajettua läpi ja sen toiminta on ehtinyt vakiintua, voisi olla mielenkiintoista tarkastella sen toteutumisen onnistumista.

Markkinointiviestintää ohjeistetaan, että palvelun hyödyt tulisi tehdä selkeästi ymmärrettäviksi. Liialliset superlatiiviset ja abstraktit ilmaukset eivät välttämättä ole asiakkaisiin vetoavaa viestintää. Asiakkaan on tällöin vaikeaa saada selville sitä, mistä palvelussa on kyse ja mitä se voi hänelle tarjota. Siksi on olennaista löytää hyviä vertauskuvia, jotka kuvaavat palvelua konkreettisesti. (Grönroos 2003, 367.) Tätä selkeyttä SSBL saattaa tarvita vielä palvelun suunnitteluun, koska tulosten perusteella voidaan sanoa, että liiton toiminnan yhteisessä linjassa on kehitettävää.

Haastatteluissa keskusteltiin salibandyliiton toiminnasta sosiaalisessa mediassa, mutta ei vertailtu toiminnan tasoa muihin palloilulajeihin. Seuraavassa esitetään Suomen palloilulajien pääsarjojen tykkääjämääriä Facebookissa: 6.4.2014 eniten suosiota oli jääkiekon ”Liigalla” oli 72 507 tykkäystä, salibandyliigalla 42 473 tykkäystä, pesäpallon Superpesiksellä 6 993 tykkäystä, jalkapallon Veikkausliigalla 4 930 tykkäystä, lentopallon mestaruusliigalla 3 298 tykkäystä ja korisliigalla 1 737 tykkäystä. (Facebook 2014.)

Lajiliitoilla tykkääjien määrä oli yleisesti selvästi alhaisempi: Salibandyliitolla 4 743 tykkäystä, pesäpalloliitolla 2 458 tykkäystä, jääkiekkoliitolla 553 tykkäystä, palloliiton Foot-

ball Association of Finland sivuilla 179 tykkäystä. Koripalloliiton ja Lentopalloliiton Facebook-sivuja ei löytynyt. (Facebook 2014.)

Maajoukkueista suosituin oli jääkiekkomaajoukkueen ”Leijonat” yhteisö 386 575 tykkäyksellä, toisena koripallon ”Susijengi” 32 217 tykkäyksellä, kolmantena jalkapallon ”Huuhkajat” 29 398 tykkäyksellä, miesten lentopallomaajoukkueella 11 601 tykkäystä, salibandymaajoukkueelta löytyi vain 58 tykkääjän tukema ”Finland national floorball team”-yhteisö ja pesäpallomaajoukkueelta ei löytynyt tykättävää sivua. Salibandyn suosiota Facebookissa kuvaa varmaankin lajin nuorekkuus sekä laji-ihmisten valveutunut sosiaalisen median käyttäminen, mutta näiden tilastojen perusteella voidaan myös tulkita, että salibandymaajoukkueella ei ole vielä kovin hyvää brändiä. (Facebook 2014.)

Rantanen kertoo Jälkipelilehden (3/1996) julkaisussa monien seurojen mielipiteen liiton toiminnasta. Seurojen mukaan liiton toiminta on ollut passiivista, enemmän henkistä ja painottunut salibandylehteen. VFT:n Lars Eklundin mielestä liiton tukea kaivattaisiin erityisesti 15-16-vuoden ikäisten nuorten toimintaan.

(Rantanen, 3/1996.)

Salibandyliitto lähetti myös vuonna 1996 jäsenseuroilleen jäsenkyselyn, jossa seurat saivat antaa liitolle palautetta. Hyvää palautetta liitolle annettiin: turnausjärjestelyistä, salibandylehdestä, alueellistamisesta, parantuneesta tiedottamisesta, sarjaohjelmien ajoissa tulemisesta, rahastuksesta, kähminnästä, kv-asioista, kaikesta, puhelinpalvelusta, kyselyistä, siitä että toimintaa yritetään kehittää, luotettavuudesta, selkeästä toiminnasta, hyvästä palvelusta, henkilökunnan lisäämisestä, positiivisuudesta, koulutuksesta, nykyisestä suuntauksesta. (Kinnunen 1996.)

Asioita, joissa koettiin olevan parantamisen varaa olivat: tiedotteiden kulun hitaus, jäsentiedotus, tilastoinnit, seurojen tukeminen, palveluasenteet, asiakaspalvelu, tuomareiden vastuuntunto, tuomaritoiminta, postin kuljetus, turnausaikataulujen saaminen riittävän ajoissa, kiireen välttyminen huonona palveluna, lohkojaot, liiton tulisi painostaa kunnan päättäjiä salijaoissa, halventakaa maksuja, aikataulut eivät pidä, aluetoimintaa parannettava, salibandylehti useammin. (Kinnunen 1996.)

(Kinnunen, J.1996) Kyselystä voidaan jo huomata, että palvelusta on nähty sekä positiivisena että kehitettävänä asiana liitossa. Hyväksi toiminnaksi oli katsottu ”puhelinpalvelu” ja ”hyvä palvelu” kun taas parannettavaa nähtiin ”palveluasenteissa, asiakaspalvelussa, kiire ei saa välittyä huonona palveluna”.

Kun vuonna 1996 tehdyn kyselyn tuloksia verrataan tämän tutkimuksen tuloksiin, on syytä muistaa, että ajat ovat muuttuneet paljon. Sosiaalisen median mukaantulo on tehnyt viestinnästä interaktiivisempaa ja lajin suosion nousu on kasvattanut salibandytoiminnan laajuutta valtavasti. Vuosien muutoksista huolimatta todettakoon kuitenkin, että muun muassa yhden keskeisen teeman eli palvelun laadun osatekijöiden osalta tutkimuksissa on paljon samaa. Palvelun laadun osatekijöiden +/- vastausten (liite 2) keskiarvon perustella (+1.1) palvelun laatua voidaan pitää hieman enemmän positiivisena kuin negatiivisena. Lisäksi kustannuksista annettiin edelleen kritiikkiä ja salibandylehti sai taas yhä kehuja. Luotettavuus liiton toiminnassa (+2) on niin ikään edelleen positiivisella puolella.

8.2 Opinnäytetyön luotettavuus

Tutkimuksen luotettavuutta arvioimalla pyritään välttämään mahdollisia virheitä tutkimuksen toiminnassa (Hirsjärvi, Remes, Sarjavaara 2007, 226; Tuomi & Sarajärvi 2003, 131). Laadullisessa tutkimuksessa tekijä voi parantaa luotettavuutta kuvailemalla sanatarkasti miten on suorittanut tutkimuksensa kaikki vaiheet. Tutkijan täytyy kuvata selvästi ja totuudenmukaisesti olosuhteet ja paikat, joissa tutkimusaineisto on kerätty. Lisäksi tutkijan tulee mainita haastatteluiden kesto, haastattelutilanteissa ilmenneet mahdolliset häiriötekijät, virhetulkinnat ja tutkijan oma arvio haastattelutilanteesta. (Hirsjärvi ym. 2007, 226-227.)

Luotettavuuteen haastattelututkimuksessa vaikuttaa haastatteluaineiston laatu. Laatuun vaikuttavia tekijöitä ovat muun muassa haastatteluiden nauhoitusten onnistuminen eli puheen kuuluvuus, tallenteiden litterointi eli puhtaaksikirjoitus sanatarkasti sekä tarkkuus luokittelussa.

Tutkijan on osattava selvittää tekstissä, miten hän on päätenyt näkemykseensä luokittelusta ja kuvannut tutkittavien kokemuksia heidän näkemällään tavallaan. Tutkijan täytyy lisäksi perustella uskottavasti toimintatapansa. Laadullista aineistoa tulkitessa tutkimuksen tekijän vaikuttaa omalla panoksellaan luotettavuuteen, kuinka luotettavasti hän on analysoinut materiaalia, onko aineiston koko laajuus hyödynnetty ja otettu huomioon sekä onko materiaalin litteroitu oikein. Tutkimuksen tulosten on oltava mahdollisimman paljon sidoksissa haastateltavien ajatusmaailman kanssa. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 185, 189.)

Luotettavuutta heikentää haastattelutilanteessa haastateltavan alttius vastata kysymyksiin sosiaalisesti hyväksyttävällä tavalla. Virheelliset lähteet voivat olla peräisin haastattelijasta, haastateltavasta ja haastattelutilanteesta, mikäli haastateltava kokee haastattelutilanteen itselleen jollakin tapaa uhkaavaksi. Haastattelututkimuksena kasattu materiaali on aina heijastuksessa tilanteeseen ja tekstiyhteyteen, minkä takia vastaajat mahdollisesti puhuvat haastattelutilanteessa normaalista poikkeavalla tavalla. Tutkimustuloksia tulkittaessa tämä tulisi ottaa huomioon. (Hirsjärvi ym. 2007, 201-202.)

Tämän tutkimuksen uskottavuutta saattaa heikentää haastattelijan kokemus haastatteluiden tekemisestä. Tein haastatteluja ensimmäistä kertaa. Uskottavuuteen vaikuttavina tekijöinä oli myös osa haastatteluiden toteuttamistavoista. Jouduin suorittamaan kuusi haastattelua puhelimitse. Osittain tähän oli syynä vastaajien toivomukset haastattelun suorittamisesta ja joissakin tapauksissa pitkien välimatkojen aiheuttamat haasteet haastatteluiden toteuttamisessa. Haastattelut toteutettiin rauhallisissa paikoissa tai puhelinhaastatteluiden tapauksissa haastateltaville sopivina ajankohtina. Nähdäkseni tilanteet eivät olleet uhkaavia tai painostaneet vastaamaan sosiaalisesti hyväksyttävällä tavalla.

Huomiolle pantavaa kvalitatiivisessa tutkimuksessa on luokitteluiden tekeminen analyysissä, joiden tekemisestä olisi kuvailtava perusteet ja millä tavoin luokittelut rakentuvat. Tutkimuksen tuloksia tulkitessa on tärkeää perustella tutkijan päätelmät ja tulkinnat tarkasti. Tätä tarkkuutta kuvaavat tutkimustuloksissa käytetyt suorat lainaukset haastatteluista. (Hirsjärvi ym. 2007, 227-228.)

Merkittävää kvalitatiivisessa tutkimuksessa on luokitteluiden tekeminen analyysissä, jonka tekemiseen tutkijalle olisi kerrottava luokitteluiden perusteet ja miten luokittelut muodostuvat. Tutkimustuloksia tulkitessa tutkijan tulee kertoa tarkasti, mihin tutkijan päätelmät perustuvat ja millä perustein hän tulkintoja esittää. Tätä tarkkuuden vaatimusta edesauttavat tutkimustuloksissa käytetyt suorat haastatteluiden alkuperäisilmaisut. (Hirsjärvi ym. 2007, 227-228.)

Tässä tutkimuksessa materiaalin luokittelu tehtiin ensisijaisesti valittujen teemojen perusteella, toisekseen positiivisten kommenttien ja kehittämiskohtien erottelulla. Perusteluna tällä tavalla oli saman teeman vastausten vertailun helpottaminen. Kolmantena luokittelutapana oli vielä +/- tilasto, jossa laskettiin yhteen positiiviset ja kehittämistä kuvaavat kommentit ja merkittiin taulukkoon (liite 2). Mikäli aiheesta ei ollut selkeää mielipidettä positiiviseen tai negatiiviseen suuntaan – ei merkintää taulukkoon tehty. Jos mainittu tema nähtiin riippuvan henkilöstä tai olevan erinäisistä syistä riippuen vaihtelevaa niin kommenttia kuvattiin sanalla ”vaihteleva”. Kyseisellä taulukolla haluttiin osoittaa selkeästi eri osa-alueille kohdistuneiden kommenttien tyyli ja ensisijainen näkemys. Kun pohditaan kommenttien yleistettävyyttä, on vaikea sanoa minkä verran puolesta tai vastaan kommentteja tarvitaan, jotta tietoa voitaisiin yleistää. Vastaukset kuitenkin kuvaavat haastateltavien henkilökohtaisia näkemyksiä. Tässä tutkimuksessa haastatteluiden määrää suurempaan arvoon nousevatkin haastateltavien vastausten sisällöt, joissakin tapauksissa sisältö voi itsessään kertoa tapauksen yleistettävyydestä.

Jo tässä vaiheessa tietyistä merkeistä salibandyliiton toiminnassa on havaittavissa muutosta positiivisempaan suuntaan. SSBL julkaisi 7.4.2014 uusista Internet-sivuista beta-version (SSBL 2014). Sivut näyttävät selkeästi entisiä kiinnostavammilta, selkeämmiltä ja ennen kaikkea nykyaikaisemmilta vanhoihin verrattuna. Salibandyliiton toteuttamien medialähetysten määrä on viime aikoina lisääntynyt ja viestinnässä on ollut havaittavissa positiivista räväkkyyttä, jota on tuotu näkyvästi esille viestintäpäällikön johdolla. On mielenkiintoista nähdä miten käynnissä oleva organisaatiouudistus tuo tullessaan kun se saadaan päätökseen. Tärkeää kuitenkin on SSBL:n tekemisestä kumpuava halu kehittää toimintaa ja kerätä palautetta. Tässä opinnäytetyössä palautetta tuotiin ilmi seurojen näkökulmasta. Lopuksi nostettakoon esille vielä kaksi kehitysehdotusta opinnäytetyön tekijän näkökulmasta: Ensimmäisenä olisi maajoukkueen brändin parantaminen. Maa-

joukkueen vetovoimassa salibandy on muita palloilulajeja jäljessä vedoten muun muassa suosioon Facebookissa. Toisena ehdotuksena olisi selkeämmän yhteisen linjan muodostaminen asiakkaalle reagointiin. Viitaten tutkimuksessa saatuihin tuloksiin, tällä saralla olisi vielä parantamisen varaa. Toivottavasti työn avulla voidaan kehittää salibandytoimintaa eteenpäin.

Lähteet

Alaja, E. 2000. Arpapelä? Urheilumarkkinoinnin käsikirja. Gummerus. Jyväskylä.

Alajärvi, K. Herno, L. Koskinen, H. & Yrttiaho, L. 2002. Työelämän viestintä. WSOY. Helsinki.

Alasuutari, P. 1999. Laadullinen tutkimus. 3. uudistettu painos. Gummerus. Jyväskylä.

Czitrom, A. 1991. Floorball. Innebandy. Ideströmmen AB. Unkari

Erkkola, J. 2008. Sosiaalisen median käsiteanalyysi. Pro gradu. Taideteollinen korkeakoulu, Medialaboratorio.

Eskola, J. & Suoranta J. 2001. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. 5. painos. Tampere: Osuuskunta Vastapaino.

Facebook. 2014. Liiga. Salibandyliiga. Superpesis. Veikkausliiga. Korisliiga. Suomen Jääkiekkoliitto. Football Association of Finland. Pesäpalloliitto. Leijonat. Susijengi – Basketball Team Finland. Huuhkajat. Suomen miesten lentopallomaajoukkue – Finnish Mens Volleyball National Team. Finland national floorball team. Luettu 6.4.2014

Grönroos, C. 2003. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. WSOY. Porvoo. Teoksessa: Parasuraman, A., Zeithaml, V.A & Berry, L.L. 1985. A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. Journal of Marketing. s.47. American Marketing Association, Fall.

Halila, A. 1959. Suomen voimistelu- ja urheiluseurat. Forssa.

Halila, H 1993. Toimivaltajako yhdistyksissä. Suomalaisen lakimiesyhdistyksen julkaisuja. A- sarja. n:o 196. Helsinki.

Harju, A. 2004. Järjestön kehittäminen. Sivistysliitto Kansalaisfoorumi SKAF ry. Kokemäki

Heikkala, J. 2001. Järjestön strategia. Cityoffset Oy. Tampere

Heikkala, J. Honkanen, P., Laine, L. Pullinen, M., Ruuskanen- Himma, E.

2003.Liikunnan ja urheilun tarina. Liikunnan ja Urheilun Maailma 17/2003. s. 5,7,9.

Helsingin Sanomat. 2013.

<http://www.hs.fi/urheilu/Osa+liitoista+saattaa+hyl%C3%A4t%C3%A4+urheilun+kattoj%C3%A4rjest%C3%B6n+Valon/a1364418797591>. Luettu 16.3.2014

Hietapakka, O., Rantala, R., Siukonen, M. & Tukiainen, S. 1976. Urheilumme kasvot 1. Neljäs painos. Kustannusosakeyhtiö Otavan painolaitos. Keuruu

Hirsjärvi, S. Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. Tammi. Helsinki.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 1995. Teemahaastattelu. Yliopistopaino. Helsinki.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2000. Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Yliopistopaino. Helsinki.

Juholin, E. 2009. Viestinnän Vallankumous. Löydä uusi työyhteisöviestintä. Toinen painos. WSOYpro. Helsinki.

Jyväskylän yliopisto. 2008.

http://kans.jyu.fi/tutkimuksia/copy_of_aineistot/esitysaineistoja/JY-Sosiaalinen-media-2008-loppuraportti.pdf/view, s. 7

Järvinen, J. & Sipilä, A. 1997. Sählystä salibandyyn. Puijo. Kuopio.

Keski-Uusimaa. 2014. <http://www.keski-uusimaa.fi/artikkeli/285115-jaahalli-muuttuu-keravalla-salibandyhalliksi>. Luettu 9.4.2014

Kilpikoski, M. 22.11.2013. Järjestötoiminnan päällikkö. SSBL. S-postiviesti.

Kinnunen, J.6/1996.SALIBANDY. Helsinki. s. 6

Kinnunen, J 2013. http://4.bp.blogspot.com/-dwPzpB26f6I/UnpqeZitfxI/AAAAAAAAADtI/HwLNthFPeN8/s1600/1989_1.jpg.
Luettu 22.3.2014

Korsman, J & Mustonen, J. 2011.Salibandyn käsikirja. EU

Koski, P & Heikkala, J 1998. Suomalaisen urheiluorganisaatioiden muutos: lajiliitot professionaalisoitumisen kourissa. Jyväskylän yliopisto. Jyväskylä. s. 43

Kulju, M & Sunqvist, K. 2002. Salibandykirja. Gummerus. Jyväskylä

Kylmä, J. & Juvakka, T. 2007. Laadullinen terveystutkimus. Helsinki. Edita Prima Oy.

Loimu. K 2010. Yhdistystoiminnan käsikirja. WSOY pro Oy. Juva

Lundberg, T & Töytäri, J. 2010. Asiakaspalvelun Pikku-jättiläinen: Taitoa, tunnetta, intoa & intohimoa. Osaajan asenne ratkaisee. Aina. Markpoint Oy. Lahti

Lämsä, J. 2009. Lasten ja nuorten urheilu yhteiskunnassa. Teoksessa: Hakkarainen, H., Jaakkola, T., Kalaja, S., Lämsä, J., Nikander, A & Riski, J. Lasten ja nuorten urheiluvalmennuksen perusteet. s. 18–26. VK-Kustannus Oy. Lahti.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A & Berry, L.L. 1985. A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. Journal of Marketing. s. 47 (American Marketing Association, Fall)

Perttula, J. 2006. Kokemus ja kokemuksellinen tutkimus: Fenomenologisen erityistieteen tieteenteoria. Teoksessa Perttula, Juha & Latomaa, Timo (toim.) 2006. Kokemuksellinen tutkimus: Merkitys – tulkinta – ymmärtäminen. Helsinki. Dialogia Oy.

Pitkänen, R. 2006. Parasta palvelua. Miten onnistut asiakkaan kohtaamisessa WSOY-pro. Helsinki

Rantanen, V.3/1996. JälkiPeli. s. 3.

Shaw & Ivens. 2002. Building great customer experiences. Revised edition.

Siltanen, J. 2013. <http://paakallo.fi/2013/09/uuden-tulospalvelun-kanssa-isoja-ongelmia-ei-kovin-ruusuiselta-vaikuta/> Luettu 10.3.2014.

SLU. 2009- 2010.

http://www.slu.fi/@Bin/3251156/Liikuntatutkimus_kansalaistoiminta+ja+huippu-urheilu.pdf. Luettu 2.7.2013. s. 6, 12

SLU. 2009- 2010.

http://slu-fi-bin.directo.fi/@Bin/a74af426eb535e5d219f659af787c846/1372754634/application/pdf/3244699/Liikuntatutkimus_vapaaehtoisty_2009_2010.pdf. Luettu 2.7.2013.

SLU. 2010. <http://www.sport.fi/tyoyhteisot/hyvät-kaytannot/tutkittua-tietoa/kansallinen-liikuntatutkimus>. Luettu 10.4.2014

Soininen, J. 2010. Yhteisöllinen media osana yrityksen arkea. Kariston Kirjapaino Oy. Hämeenlinna.

SSBL.1989/1. SALIBANDY. Hyvinkää. s. 4,6

SSBL 1990/1. SALIBANDY. Hyvinkää. s. 22

SSBL:n rekisterit. SSBL.2010

<http://salibandy.net/sites/salibandyliitto.fi/files/material/Salibandy%20t%C3%A4n%C3%A4%C3%A4n%202010.pdf>. Luettu 20.2.2014

SSBL. 2011. Salibandyseuran hyvä hallinto. s.4

SSBL. 2014. <http://beta.salibandy.net/>

SSBL. 2014. Toimintasuunnitelma

http://issuu.com/salibandyliitto/docs/toimintasuunnitelma_2014. Luettu 16.3.2014

SSBL. 2014. <http://salibandy.net/laji-info/salibandyliiton-esittely>. Luettu 11.3.2014.

SSBL. 2014. <http://salibandy.net/artikkeli/lajitieto>. Luettu 21.3.2014

SSBL. 2014 <http://salibandy.net/asioi-verkossa/materiaalisalkku/jarjestotoiminta/liittokokous>. Luettu 22.3.2014

Suomen seuratanssiliitto.2014. Viestintäopas seuratoimijoille.

http://www.susel.fi/pdf/viestintaopas_seuratoimijoille.pdf

Syrjälä, L., Ahonen, S. Syrjäläinen, E. & Saari, S. 1994. Laadullisen tutkimuksen työtapoja. Kirjapaino Oy Westpoint. Rauma.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2002. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Jyväskylä. Tammi.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2003. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.

Vainikka, E, Noppari, E, Heinonen, A & Huhtamäki, J. 2013. Twiiteryhmiä ja uutispäivittelyä – Toimittajana sosiaalisessa mediassa. Tampere. KopioNiini.

Valo. 2014. <http://www.sport.fi/valo/keita-olemme/hallinnon-tunnuslukuja>. Luettu 16.3.2014.

Valo. 2013. Toiminta- ja taloussuunnitelma 2014. <http://www.sport.fi/>. Luettu 16.3.2014

Valvio, T. 2010. Palvelutapahtuma ja asiakkaan kohtaaminen. Helsingin seudun kauppakamari / Helsingin Kamari Oy ja Timo Valvio

Vehniäinen, A. 2013. Salibandy news 2013 – 2014.
http://salibandy.net/sites/salibandyliitto.fi/files/article/salibandy_news_13-14_pdf.pdf Luettu 23.7.2013

Weissenfelt, J & Huovinen, J. 2013. Some.
<http://www.ebrand.fi/somejanuoret2013/tiivistelma/> Luettu 21.3.2014

Yle. 2013. http://yle.fi/urheilu/salibandyssa_laitettiin_tuulemaan_-_organisaatio_uusiksi_maajoukkueille_gm/6517801. Luettu 7.4.2014

Yle. 2012.
http://yle.fi/uutiset/suomi_organisaatiouudistusten_ykkonen_eussa/6107306. Luettu 7.4. 2014

.

Liitteet

Liite 1.

Haastateltavat salibandyseurojen työntekijät

Haastateltavien tittelit ja haastatteluiden ajankohdat:

1. Toiminnanjohtaja 24.9.2013
2. Puheenjohtaja 25.9.2013
3. Toiminnanjohtaja 8.10.2013
4. Puheenjohtaja 10.10.2013
5. Urheilutoimenjohtaja 15.10.2013
6. Lajipäällikkö 5.11.2013
7. Toiminnanjohtaja 12.11.2013
8. Toiminnanjohtaja 19.11.2013
9. Entinen Toiminnanjohtaja 28.11.2013
10. Junioritoimintavastaava 11.12.2013

Liite 2.

Taulukkoon on listattuna haastateltavien positiiviset ja negatiiviset kommentit +/- merkintöinä sekä muut vaihtelevat näkemykset.

Haastateltavien antamat kommentit	+/- Yhteenlaskettuna	Vaihteleva
Palvelu	+1	
Sarjatoiminta	+2	
Maine	+1	
Junioritoiminta	+1	
Seurakehitysohjelma	+2	
Nykyaikainen ote	+1	
Liiton sisäinen media	+1	
Salibandylehti	+2	
Salibandyliiga Oy:n mainosmyynti	-1	
Liiton tapahtumat	+/- 0	
Toimintamallien kehittyminen	+1	
Yhteistyö seuroihin	+1	
Taloudenhallinto	+1	
Puheenjohtajan linjaus	+1	
Laskutus	-1	
Jäsenpalvelut	-1	
Sarjoihin ilmoittautuminen	-1	
Otteluohjelmien suunnittelu	-1	
Sarjojen joukkumäärien karsiminen	-1	

Seurojen tapahtumien mainosmyynti	-1	
Edustusoikeudet	-1	
Sanktioitavat asiat	-2	
Internet-sivut	-4	
Olosuhdeasiat	-4	
Salibandyliigan Facebook	+2	
Salibandyliiton Facebook	-2	
Twitter	+1	
Videomateriaalin tuottaminen	-4	
Perinteinen media	-1	
Tv-näkyvyys	-1	
Päivittäinen lehtimedia	-4	
Sarjoista tiedottaminen	-3	
Salibandy news	+1	
Pelaajasiirrot	+3	
Tulospalvelu	-6	
Liiton työntekijöiden loma-ajat	-1	
Ymmärrys lajin ulkopuolisiin	-1	
Luotettavuus	+2	
Reagointialttius	+2	7x vaihteleva
Pätevyys	+1	3x vaihteleva
Saavutettavuus	+3	4x vaihteleva
Kohteliaisuus	-1	3x vaihteleva
Viestintä ja asiakkaan kuunteleminen	+6	3x kuuntelu -> ei seurausta.
Uskottavuus ja rehellisyys	+1	1x vaihteleva

syys		
Turvallisuus	+3	
Asiakkaan ymmärtäminen	-6	3x vaihteleva
Fyysinen ympäristö	+/-0	
Yhteydenotto	-2	
Sääntöpuoli	-1	
Kasvattajarahat	-1	
Kustannukset	-1	
Budjettien korkea vaatimustaso	-1	
Apu markkinoinnissa seuroille	-1	
Valmennuskoulutukset	-3	
Tiedottaminen	-2	
Helsinkikeskeisyys	-1	
Talouspäällikön palkkaus	-1	
Ymmärrys lajin kehittämisestä	-1	
Akatemia-ajattelu	-1	
Dynaaminen päätöksentekokyky	-1	
Harrastajamassan hyödyntäminen	-1	
Maajoukkue toiminnan liiallinen rahoittaminen	-1	
Käytännönläheisyys	+3	
Nuorisotoiminnan päällikkö	+1	
Järjestöpäällikkö	+1	
Liigapäällikkö	+1	

Kehityssuunta	+1	
Organisaatiouudistus	+2	
Apu palkkatukihakemukseen	+2	
Junioreiden karsintajärjestelmät	+1	
Luottoihmiset	+1	
SSBL verrattuna muihin lajiliittoihin	+1	
Kehityschdotukset seuroille	+1	
Vastuualueiden epäselvyys	-1	
Toiminta on myöhäistä	-1	
Apu seuroille	-1	
Osallistuvien joukkuemäärien karsiminen (Juniorit/Divari)	-1	

Liite 3.

Teemahaastattelun runko.

Teemahaastattelu

Tausta

- Ikä?
- Työvuodet seurassa?
- Koulutustausta?
- Miten päädyit nykyiseen työtehtävään?

Kokemukset

- Kokemukset Salibandyliiton kanssa asioinnista?
- Asiat joissa liitto on onnistunut?
- Osa-alueet, joissa liitolla on eniten kehitettävää?

Tiedotus & Viestintä

- Mielipiteet liiton internet sivuista? (Salibandyliiga.fi, salibandy.net)
- Facebook?
- Twitter?
- Youtube?
- Miten mahdollisia ongelmia olisi mahdollista ratkaista?
➔ palveluiden kehittäminen?
- Perinteisen median tärkeys viestinnässä? (Televisio, radio, lehti)
➔ Pitäisikö sitä kehittää? Miten?
- Miten liitossa on hoidettu sarjoista tiedottaminen?
➔ Voisiko sitä kehittää? Miten?
- Mielipiteet tulospalvelusta?

Palvelu

- Arvioi näiden osatekijöiden onnistumista liiton palvelutoiminnassa ja pohdi mitä kehitettävää näillä osa-alueilla on.
- Luotettavuus (johdonmukaisuus, toteutus sovitusti, laskutuksen ja arkistoinnin täsmällisyys)

- Reagointialttius (halu ja valmius palvella, tapahtuuko palvelu ajallaan ja nopeasti?)
- Pätevyys (tietotaito)
- Saavutettavuus (odotusajat, aukioloajat, tavoitettavuus puhelimitse, palvelupisteen sijainnin sopivuus?)
- Kohteliaisuus (ystävällisyys, kunnioittava asenne, huomavaisuus, ulkoinen olemus)
- Viestintä (puheviestintä ja asiakkaan kuuntelu)
- Uskottavuus (rehellisyys, asiakkaan etujen ajaminen, kontaktihenkilön persoonallisuus)
- Turvallisuus (fyysinen ja rahallinen turvallisuus)
- Asiakkaan ymmärtäminen
- Fyysinen ympäristö (tilat, henkilöstön ulkoinen olemus, palvelussa käytettävät koneet ja apuvälineet)

Palvelukokemuksen kuvaus

- Valitse jokin kokemasi palvelukontakti liiton kanssa ja kuvaile sen alkamista, etenemistä ja ratkaisua, mikäli sellaiseen on päästy.
- Olisiko asian voinut hoitaa jotenkin paremmin? Miten?
- Onko vielä jotakin mitä haluisitte kertoa?