

Laura Heikkonen

URHEILUSEURAN JA SIDOSRYHMIEN YHTEISTYÖN
VAHVISTAMINEN JA KEHITTÄMINEN – CASE LP-VAMPULA
HUITTINEN

Liiketalouden koulutusohjelma

2016

URHEILUSEURAN JA SIDOSRYHMIEN YHTEISTYÖN VAHVISTAMINEN JA KEHITTÄMINEN – CASE LP-VAMPULA HUITTINEN

Heikkonen, Laura
Satakunnan ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma
Marraskuu 2016
Ohjaaja: Lehtinen, Hannele
Sivumäärä: 50
Liitteitä: 2

Asiasanat: sidosryhmä, yhteistyökumppani, sponsorointi, urheiluseurat

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia LP-Vampula Huittisten sidosryhmäyhteistyötä. LP-Vampula Huittinen on huittislainen lentopalloseura, jonka edustusjoukkue pelaa Suomen korkeimmalla sarjatasolla naisten Lentopallon mestaruusliigassa. Tutkimuksella haluttiin selvittää lentopalloseuran sidosryhmien käsityksiä niiden yhteistyöstä seuran kanssa, siitä miten se on tähän mennessä toteutunut ja miten sitä voitaisiin tulevaisuudessa vahvistaa ja kehittää.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa käsiteltiin teoriaa sidosryhmistä ja sidosryhmäyhteistyöstä. Sidoryhmistä käytettiin myös käsitteitä yhteistyökumppanit tai sponsorit. Työn teoriaosuus perustui sekä kirjallisiin lähteisiin, että LP-Vampula Huittisten managerin henkilökohtaiseen tiedonantoon. Tiedonannon avulla teoriaosuudessa tuotiin esiin lentopalloseuran käsityksiä siitä, mitä sidoryhmiä LP-Vampula Huittisilla on ja mitä sidoryhmäyhteistyö sille merkitsee. Lisäksi tiedonannon avulla saatiin tietoa seuran sidoryhmien tavoitteista yhteistyön eri osa-alueilla.

Opinnäytetyön empiirinen aineisto saatiin e-lomakekyselyn avulla, joka lähetettiin LP-Vampula Huittisten sidoryhmille. Kyselyllä selvitettiin sidoryhmien tyytyväisyyttä yhteistyöhön, ja sitä, miten tähänastinen yhteistyö on onnistunut ja mitä kehitettävää yhteistyössä olisi. Kyselyllä haluttiin selvittää myös sidoryhmien mielipiteitä LP-Vampula Huittisten alueellisesta merkityksestä.

Opinnäytetyön tuloksina selvisi, että sidoryhmät ovat tyytyväisiä yhteistyöhönsä LP-Vampula Huittisten kanssa. Vaikka sidoryhmät kokivatkin saaneensa yhteistyöstä jo tähän mennessä näkyvyyttä, niin ne haluaisivat kehittää sitä tulevaisuudessa edelleen. Lisäksi sidoryhmät haluaisivat kehittää tulevaisuudessa myös verkostoitumismahdollisuuksia. LP-Vampula Huittinen koetaan merkittävänä vaikuttajana Huittisten kaupungille, jota paikallisten toimijoiden tulisi osata entistä enemmän hyödyntää. Tulokset osoittivat kaiken kaikkiaan, että LP-Vampula Huittisten sidoryhmäyhteistyön tämän hetkinen tilanne on hyvä, jolle on ansiokasta ja toivottavaa jatkaa sidoryhmäyhteistyön kehittämistä ja vahvistamista.

STRENGTHENING AND DEVELOPING THE COOPERATION OF A SPORTS CLUB AND STAKEHOLDER GROUPS – CASE LP-VAMPULA HUITTINEN

Heikkonen, Laura

Satakunnan ammattikorkeakoulu, Satakunta University of Applied Sciences

Degree Programme in Business Administration

November 2016

Supervisor: Lehtinen, Hannele

Number of pages: 50

Appendices: 2

Keywords: stakeholder group, cooperation partner, sponsorship, sports clubs

The purpose of this thesis was to go through and clarify the cooperation between the volleyball club LP-Vampula Huittinen and its stakeholders. The LP-Vampula Huittinen plays at the highest series level in Finland in the championship league of the women's volleyball. With this dissertation was aim to have clarified the insights of the stakeholder groups about their cooperation with the LP-Vampula Huittinen volleyball club. The most important findings were carried out of what kind of the situation of the cooperation is in this moment, and what it is in the future, and which are the ways to develop and strengthen the cooperation with the stakeholder groups.

The thesis was carried out by using qualitative research methods. In the theory of this thesis was concerned cooperation of the stakeholder groups, which were used also terms like partners in cooperation or sponsors. In addition, the theory was based on the personal notice of the manager of LP-Vampula Huittinen. He was given insights of the cooperation between the volleyball club and its stakeholders. Through these notices was also found out information about the objectives of the stakeholder groups in different sectors of the cooperation.

In the empirical part of the thesis was gathered by the e-form inquiry to the stakeholder groups of LP-Vampula Huittinen. By the inquiry were clarified the satisfaction of stakeholder groups of the cooperation, and how the cooperation this far has succeeded and what would be the things to develop in the cooperation. By the inquiry was aim to clarify also the opinions of the stakeholder groups about the regional significance of LP-Vampula Huittinen.

As a conclusion of this thesis it can be stated that the stakeholder groups are satisfied with their cooperation with LP Vampula Huittinen. Even though the stakeholder groups experienced that they have got a enough good visibility by the cooperation, it is also clear to develop this more in the future. In addition, the stakeholder groups would like to develop networking with the other stakeholder groups of LP Vampula Huittinen. In the results of this inquiry was also found the position of the volley club as a significant publicity for the town Huittinen. It would be important matter to utilize it by the local companies and the other actors of the town Huittinen.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	TUTKIMUSASETELMA	6
2.1	Opinnäytetyön tavoite ja tutkimuskysymykset.....	6
2.2	Tutkimusmenetelmä ja aineiston keruu	7
3	URHEILUSEURA LP-VAMPULA HUITTINEN	8
4	SIDOSRYHMÄT	11
4.1	Sidosryhmien tunnistaminen.....	12
4.1.1	Sidosryhmäanalyysi.....	12
4.2	LP-Vampula Huittisten sidosryhmät.....	14
4.2.1	Omistajat, asiakkaat, henkilöstö	15
4.2.2	Yhteistyökumppanit	15
4.2.3	Rahoittajat	17
5	SIDOSRYHMÄYHTEISTYÖ	18
5.1	Yhteistyön kesto ja laajuudet	22
5.2	Toimiva yhteistyö	23
5.3	Näkyvyys	25
5.3.1	Ottelutapahtumat	25
5.3.2	Oheistapahtumat	27
5.3.3	Sosiaalinen media	28
5.3.4	LP-Vampula Huittisten Internet-sivut	29
5.4	Alueellinen merkitys	30
5.4.1	Fyysinen naapurusto	30
5.4.2	Huittisten kaupunki	31
5.4.3	Muut urheiluseurat.....	32
5.5	Seuraaminen ja kehittäminen	33
6	TUTKIMUSTULOKSET	34
6.1	Taustatiedot.....	34
6.2	Seuraaminen ja kehittäminen.....	35
6.3	Yhteistyötyytyväisyys.....	38
6.4	LP-Vampula Huittisten tuoma lisäarvo	38
6.5	Yhteistyön näkyvyys.....	40
6.6	Alueellinen merkitys	41
6.7	Sidosryhmien analysointi.....	44
7	YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET	45
	LÄHTEET.....	49
	LIITTEET	

1 JOHDANTO

Sidosryhmäyhteistyö on urheilujoukkueille elintärkeä yhteistyömuoto. Yhteistyöllä saavutetaan näkyvyyttä ja sillä parannetaan seurojen taloudellista tilannetta. Sidosryhmäyhteistyöllä pyritään saamaan seuralle myös jatkuvuutta ja siksi sidosryhmien toivotaankin jatkavan yhteistyötä seuran kanssa pitkään, sitä seuran kanssa yhdessä kehittäen ja vahvistaen. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää sidosryhmäyhteistyötä urheiluseuran ja sen eri sidosryhmien välillä. Opinnäytetyössä tarkastellaan huittislaisen lentopalloseura LP-Vampula Huittisten sidosryhmien näkemyksiä yhteistyöstä seuran kanssa. LP-Vampula Huittinen on urheiluseura, jonka edustusjoukkue pelaa lentopalloa naisten Suomen lentopallon mestaruusliigassa. Tämä liiga on Suomen ylimmällä sarjatasolla lajissaan.

Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys muodostuu sidosryhmiä ja sidosryhmäyhteistyötä käsittelevistä teorioista. Näiden teorioiden avulla työssä pyrittiin löytämään sidosryhmien erilaisia merkityksiä urheiluseuralle, ja samalla näiden teorioiden avulla etsittiin keinoja urheiluseuran sidosryhmäyhteistyön vahvistamiseksi ja kehittämiseksi. Sidosryhmiä käsitellään teoriassa myös yhteistyökumppaneina ja sponsoreina. Edellä esitetyt teoriat kohdentuvat LP-Vampula Huittisten urheiluseuraan ja siksi tässä työssä esitellään sen taustaa, organisaatiota ja toimintaa. Teoriaosuudessa käytettiin myös LP-Vampula Huittisten managerin henkilökohtaisia tiedonantoja, joiden avulla esitellään LP-Vampula Huittisten sidosryhmiä ja niiden kanssa solmittuja yhteistyömalleja, sekä sitä, mitä sidosryhmäyhteistyö seuralle merkitsee. Teoriaosuudessa hyödynnettiin myös opinnäytetyön kirjoittajan henkilökohtaista kokemusta LP-Vampula Huittisten historiasta ja toiminnasta, sillä laatija on ollut mukana seuran toiminnassa sen perustamisesta lähtien.

Opinnäytetyön empiriaosassa analysoidaan LP-Vampula Huittisten sidosryhmille laadittua kyselyä sidosryhmäyhteistyöhön liittyen. Vastausten perusteella pyritään selvittämään, millaisin edellytyksin ja miten sidosryhmät olisivat valmiita kehittämään ja vahvistamaan yhteistyötään LP-Vampula Huittisten kanssa. Kyselyn vastausten avulla

voidaan myös verrata eri sidosryhmien näkemyksiä LP-Vampula Huittisten näkemyksiin sidosryhmäyhteistyön tämän hetkisestä toimivuudesta, yhteistyön tavoitteista, kehittamisestä ja sidosryhmien edellytyksistä ja halusta pitkäjänteiseen sidosryhmäyhteistyöhön LP-Vampula Huittisten kanssa.

2 TUTKIMUSASETELMA

2.1 Opinnäytetyön tavoite ja tutkimuskysymykset

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää naisten Suomen mestaruusliigassa pelaavan lentopalloseuran, LP-Vampula Huittisten sidosryhmien yhteistyötyytyväisyyttä. Opinnäytetyön tavoitteena on löytää keinoja, joiden avulla LP-Vampula Huittinen voisi vahvistaa ja kehittää sidosryhmäyhteistyötään niin olemassa olevien kuin myös mahdollisten uusien sidosryhmien kanssa.

LP-Vampula Huittinen on tehnyt monien eri sidosryhmien kanssa yhteistyötä jo seuran perustamisesta lähtien, joten on asianmukaista kartoittaa sidosryhmien näkemystä tähänastisesta sekä tulevasta sidosryhmäyhteistyöstä.

Huittisten urheilutoiminta on suuren muutoksen, mutta etenkin mahdollisuuden edessä. Huittisten kaupunki on päättänyt rakennuttaa kaupungille uuden urheiluhallin seuraavien parin vuoden aikana. LP-Vampula Huittinen on omalta osaltaan ollut uudessa hallihankkeessa mukana alusta asti. Jotta uuden urheiluhallin hyötyä pystyttäisiin maksimoimaan myös LP-Vampula Huittisten sidosryhmien näkökulmasta, huomioidaan hallihanke siksi myös tämän opinnäytetyön kyselyssä.

Tämän opinnäytetyön tavoitteisiin pyritään seuraavien tutkimuskysymysten avulla:

- 1) *Miten yhteistyö LP-Vampulan Huittisten ja sidosryhmän kanssa on alkanut?*
- 2) *Miten sidosryhmät ovat seuranneet LP-Vampula Huittisten toimintaa?*
- 3) *Millaisia kehitysehdotuksia sidosryhmillä on LP-Vampula Huittisten, yhteistyöhön liittyen?*

- 4) *Miten sidosryhmät kokevat tähänastisen yhteistyön onnistuneen LP-Vampula Huittisten kanssa?*
- 5) *Miten ja missä asioissa sidosryhmät haluaisivat kehittää ja kohdentaa näkyvyyttään LP-Vampulan Huittisten kanssa?*
- 6) *Millaisena LP-Vampula Huittisten sidosryhmät kokevat liiga-tason lentopalloilun alueellisen merkityksen nyt ja tulevaisuudessa?*

2.2 Tutkimusmenetelmä ja aineiston keruu

Tämä opinnäytetyö perustuu laadulliseen eli kvalitatiiviseen tutkimusmenetelmään. Kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä on kokonaisvaltaista tiedon hankintaa, jonka keskiössä on ihminen. Laadullista tutkimusta tehtäessä on tärkeää valita kohdejoukko tarkoituksenmukaisesti miettien, mitä halutaan tutkia. Tutkimuksella ei pyritä mittaamaan tiettyä teoriaa tai olettaa, vaan keräämään monipuolista ja mielellään odottamatonta aineistoa yksityiskohtien tarkastelua varten. Kvalitatiivisilla kysymyksillä haastateltavat voivat tuoda näkemyksensä esille haastattelijan rajaamatta niitä liikoja. Erilaiset haastattelut, kyselylomakkeet ja testit ovat keinoja kerätä tarvittavaa aineistoa. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 164.)

Tässä opinnäytetyössä tutkimusmetodina käytetään teemahaastattelua. Teemahaastatteluna on puolistrukturoitu haastattelu, jossa osa kysymyksistä on tarkkaan muotoiltuja siten, että vastaukset ovat sidottuja vastausvaihtoehtoihin. Osa kysymyksistä puolestaan jättää vastaajalle mahdollisuuden vastata omin sanoin ja tuomaan jopa esiin asioita, joita haastattelijalla ei ole ehkä osannut kysyä. Haastatteluun vastaajilla yhtenäisenä nimittäjänä on kokemusperä haastattelun aihepiiristä. Teemahaastattelussa esitettävillä kysymyksillä haetaan jokaisen haastateltavan omakohtaista kokemusta aiheesta etenemällä aiheensa mukaisesti teemoittain. Tuloksissa oleellista on haastateltavien omat tulkinnat asioista ja se, miten he kokevat kysytyjen asioiden merkityksen. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 47–48.)

Tämän opinnäytetyön aineiston keruu suoritettiin siis teemahaastattelun avulla. Haastattelut toteutettiin sähköpostitse lähetettävällä e-lomakekyselyllä. Kyselyt lähetettiin 10.11.2016 LP-Vampula Huittisten 36 sidosryhmän edustajalle.

Kyselyyn vastaamisen aktivoimiseksi sidosryhmän edustajille luvattiin vastaamisesta kaksi ilmaislippua LP-Vampula Huittisten runkosarjan kotiotteluun.

Kyselystä saadun aineiston tukena käytetään teoriaa, henkilökohtaista tiedonantoa ja opinnäytetyön kirjoittajan omaa kokemusta LP-Vampula Huittisista. Teoria käsittelee sidosryhmien vuorovaikutusta, yhteistyön kehittämistä ja näkyvyyden ylläpitämistä, jota täydennetään LP-Vampula Huittisten manageri Timo Talvitien henkilökohtaisella tiedonannolla. Kyselystä saatua aineistoa tulkitaan tässä opinnäytetyössä jo osittain luvussa 5 Sidosryhmäyhteistyö. Varsinainen tulosten tulkinta toteutetaan kuitenkin vasta luvussa 6 Tutkimustulokset.

Tämän opinnäytetyön teoriaosuudessa käsitellään sidosryhmäyhteistyötä useimmiten termeillä sponsorointi tai sponsorointiyhteistyö, koska aihetta käsittelevä kirjallisuus perustuu tähän termistöön.

Kyselyn tulosten tulkintaa on tulosten analysoinnin lisäksi suoritettu pääsääntöisesti Tutkimustulokset-luvussa. Kuitenkin tulkintaa on esitetty myös työn niissä teoriakohdissa, joissa sen esiintuominen on tuntunut luontevalta ja teoriaan sopivalta.

3 URHEILUSEURA LP-VAMPULA HUITTINEN

LP-Vampula Huittinen on vuonna 2014 rekisteröity yhdistys, jonka virallinen nimi on LP-Vampula ry. (Yritys- ja yhteisötietojärjestelmän www-sivut 2016). Yhdistyslaki ja yhdistysrekisteriasetus luovat pohjan yhdistyksen juridiselle toiminnalle sen eri vaiheissa perustamisesta lakkauttamiseen. (Patentti- ja rekisterihallituksen www-sivut 2016.) Yhdistys syntyy jäsenten keskinäisellä sopimuksella, joka käytännössä tarkoittaa yhdistyksen sääntöjen laatimista sekä rekisteröintiä. Yhdistyksen säännöt ovat toiminnan perusta, jotka syntyvät, kun sovitaan yhdistyksen tarkoituksesta, toimintalavasta ja -tavasta. Rekisteröimällä yhdistyksen siitä tulee itsenäinen oikeushenkilö. Tällöin rekisteröidyn yhdistyksen jäsenet eivät ole henkilökohtaisessa vastuussa yh-

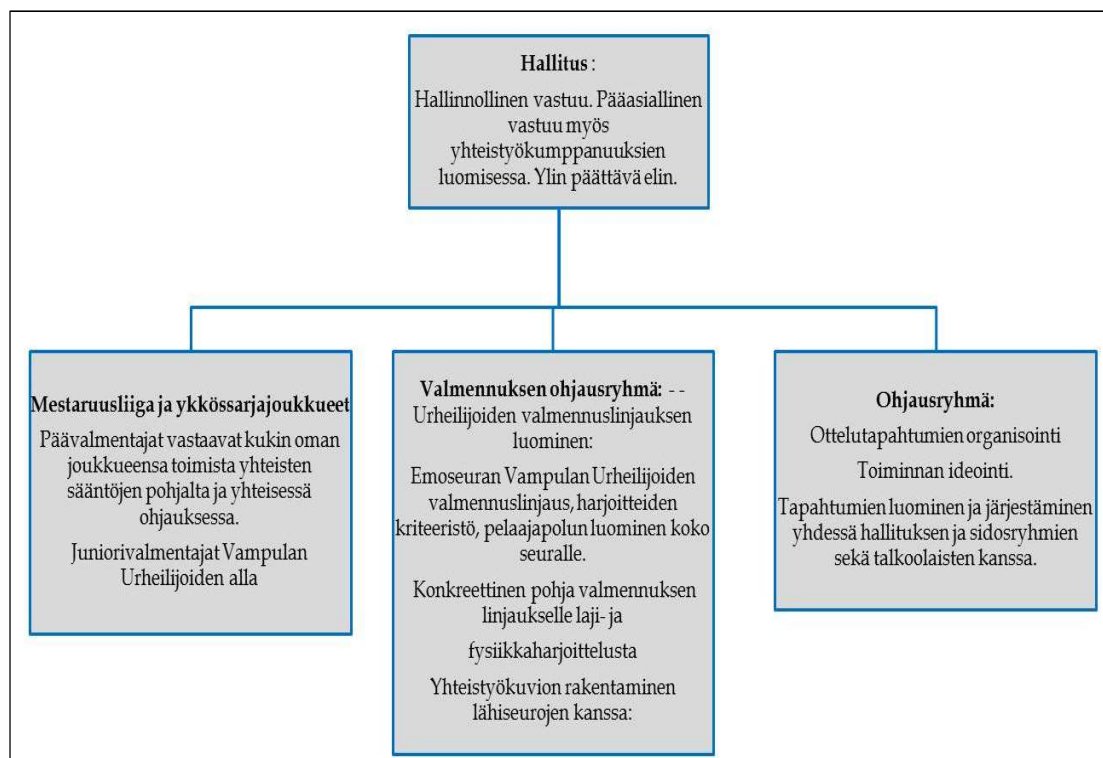
distyksen velvoitteista. Rekisteröimällä yhdistyksen aatteelliseksi, toiminnalla ei tavoitella taloudellista etua siihen osallistuville. Yhdistyksessä korkeinta päätösvaltaa käyttää yhdistyksen jäsenistä koostuva yhdistyksen kokous. Yhdistyksen lainmukainen edustaja on puolestaan hallitus, jonka tehtävä on toimia yhdistyksen lakimääräisenä edustajana yhdistyslain, yhdistyksen sääntöjen sekä yhdistyksen kokouksen ohjeiden mukaisesti. (Anttila & Koivujoki 2016, 5–12.) Yhdistyksellä voi olla myös työsuhteessa olevia työntekijöitä. Tällöin urheiluseurankin kohdalla tulevat kyseeseen sekä työnantajan että työntekijän velvollisuudet. Velvoitteista sovitaan keskinäisellä työ sopimuksella. Lisäksi yhdistyksellä voi olla ja käytännössä onkin talkootyöläisiä, jotka tekevät korvauksetonta työtä yhdistyksen hyväksi. (Anttila & Koivujoki 2016, 24, 76.)

LP-Vampula Huittisten perustajajäsenistö koostuu emoseuransa Vampulan Urheilijat ry:n lentopallotoiminnassa mukana olevista aktiivisista henkilöistä ja yritysten edustajista. Kaikki nämä seitsemän perustajajäsentä muodostavat myös LP-Vampula Huittisten urheiluseuran hallituksen ja vastaavat käytännössä seuran toiminnasta. (Vampulan Urheilijat ry:n www-sivut 2016.) Vampulan urheilijat ry:llä on perinteet naislentopalloilusta 2003 lähtien, jolloin se pelasi Suomen lentopalloliiton naisten 2-sarjatasolla. 2010-luvun alussa Vampulan urheilijat ry asetti tavoitteeksi lentopallotoiminnan kehittämisen. Tavoitteen asettaminen tuotti tulosta sarjakaudella 2012–2013, jonka päätteeksi Vampulan urheilijat ry:n naislentopallojoukkue nousi sarjatasoa ylemmäksi 1-sarjaan. Tähän ei kuitenkaan tyydytty, vaan Vampulan urheilijat ry halusi edelleen kehittää naislentopallotoimintaansa. Vampulan urheilijat ry:n historian ensimmäinen 1-sarjakausi täytti odotukset, sillä kausi päättyi toistamiseen peräkkäin nousuun sarjapykälää ylemmäksi. Keväällä 2014 seura sai mahdollisuuden anoa paikkaa Suomen korkeimmalla sarjatasolla pelaamiseen Mestaruusliigassa kaudelle 2014–2015.

Koska viimeistään Suomen mestaruusliigassa harjoittelun, pelaamisen ja seuran toiminnan on oltava jo ammattimaisella tasolla, vaati muutos myös entistä suurempaa taloudellisesti panostusta. Tästä syystä sekä naisten mestaruusliigajoukkue, että jatkava naisten 1-sarjajoukkue haluttiin eriyttää Vampulan urheilijat ry:stä. Emoseura Vampulan urheilijat ry jatkoi edelleen juniorilentopallotoimintaan panostaen Suomen lentopalloliiton sarjoissa, mutta sen rinnalle perustettiin taloudellisesti erillinen LP-Vampula ry. Koska Vampula paikkakuntana on osa Huittisten kaupunkia, haluttiin

kaupungin nimi tuoda markkinoinnillisesti uuden seuran nimeen mukaan. Tuloksena syntyi uusi lentopalloseura LP-Vampula Huittinen.

Tätä opinnäytetyötä tehdessä LP-Vampula Huittisilla on meneillään kolmas Suomen mestaruusliigakausi. Samanaikaisesti LP-Vampula Huittisten nimellä pelataan myös naisten 1-sarjalentopalloa tavoitteena pelaajien kehittymisen ja etenemisen mahdollistaminen mestaruusliigatasolle. LP-Vampula Huittinen on onnistunut vakiinnuttamaan paikkansa liigatasolla sekä mikä tärkeintä, kokoamaan aktiivista, innostunutta ja omis- tautuvaa taustavoimaa toimintaansa hallituksen jäsenistä talkoolaisiin. LP-Vampula Huittinen tekee myös edelleen tiivistä yhteistyötä emoseuransa Vampulan urheilijat ry:n kanssa, jonka tehtävänä on juniorilentopallotoiminnan kehittäminen.



Kuvio 1. LP-Vampula Huittisten organisaatiokaavio (Talvitie henkilökohtainen tiedonanto 20.11.2016)

LP-Vampula Huittisten seitsenhenkinen hallitus koostuu mm. entisistä ja nykyisistä ammattilaispelaajista sekä lentopallon parissa jo pitkään työskennelleistä seura-aktiiveista. Hallitushenkilöiden valinnassa on huomioitu myös alueen yritys- ja sidosryhmätuntemusta. LP-Vampula Huittisten toisena toimintavuotena hallituksen rinnalle

perustettiin lähinnä markkinoinnilliset tarpeet huomioiden ohjausryhmä. Ohjausryhmän jäseneksi kutsuttujen henkilöiden ei tarvinnut omata aiempaa kiinnekohtaan lentopalloiluun, vaan kokoonpanolla pyrittiin nimenomaan laajentamaan paikallistuntemusta ja yhteyksiä sidosryhmiin. Ohjausryhmä onkin onnistunut lisäämään LP-Vampula Huittisten tunnettuutta mm. erilaisia tapahtumia järjestämällä. Hallituksen ja ohjausryhmän aktiivisilla tausta- ja oheistoimilla on luotu joukkueelle valmentajineen ja huoltajineen mahdollisuus keskittyä olennaiseen, itse pelaamiseen.

4 SIDOSRYHMÄT

Sidosryhmällä tarkoitetaan tahoja, johon yritys toiminnallaan vaikuttaa tai sen on mahdollista vaikuttaa. Sidosryhmäajattelu toimii myös toisin päin, eli sidosryhmän mahdollista vaikuttamista yritykseen päin. (Juutinen 2016) Sidosryhmän ja yrityksen välinen sopimussuhde ei ole pelkästään juridinen, vaan sidosryhmillä on oikeutetut odotukset yhteistyöyritykseen (Kujala & Kuvaja 2002, 84). Eri sidosryhmien odotuksiin vastaaminen ei ole yrityksenkään ainoa tavoite. Yritykset pyrkivät ottamaan vastuuta sekä vaikuttamaan sidosryhmiensä kautta yhteiskunnalliseen päätöksentekoon. Yhteiskunnalliseen ja sosiaaliseen vaikuttamiseen pyritään monin eri keinoin, jotta yritys voi nostaa julkiseen keskusteluun tärkeäksi katsomiaan asioita. (Juholin 2009, 200.) Kaiken kaikkiaan, jotta liiketoiminta on onnistunutta, tarvitaan siihen useita eri sidosryhmiä pelkästään riskienhallinnallisessa mielessä (Juutinen 2016).

Sidosryhmiä voidaan kutsua myös nimellä *stakeholders*. Sidosryhmäajattelu perustuu siihen, että organisaatiolla on siitä itsestään riippuvaisia tai organisaation toimintaan vaikuttamishaluisia sidosryhmiä ja -henkilöitä ja joista vastaavasti organisaatio on riippuvainen. Sidosryhmät ovat laaja käsite, joita ilman organisaatio ei voi toimia. Se sisältää enemmän, kuin pelkästään tunnetuimmat sidosryhmät eli henkilöstön, asiakkaat, jäsenet, omistajat, rahoittajat ja sijoittajat. Sidosryhmiin kuuluvat mm. yhteistyökumppanit, viranomaiset, järjestöt, poliittiset päättäjät sekä media. Näistä ryhmistä muodostuvat verkostoja, joiden avulla organisaatio voi ansaita, vahvistaa tai heikentää olemassaoloaan. Sidosryhmiä kuvataan mm. yhteisöjen ”avainkomponenteiksi”, jotka tarjoavat yhteisölle osaamista, tietoa, näkemystä tai rahaa. Vastikkeena yhteisöltä on

lupa odottaa sidosryhmien tarpeisiin ja odotuksiin vastaamista. (Juholin 2009, 199.) Voidaan olettaa, että organisaatio menestyy vain, kun se on ansainnut hyväksynnän ja luottamuksen vähintään tärkeimmiltä sidosryhmiltään. Tälle luottamuksen tasolle ylttäminen edellyttää omien sidosryhmien tunnistamista ja sitä, että näiden tunnistettujen sidosryhmien kanssa pyritään vuorovaikutussuhteeseen. (Juholin 2009, 88.)

4.1 Sidosryhmien tunnistaminen

On tärkeää, että todelliset ja potentiaaliset sidosryhmät tunnistetaan ja huomioidaan yrityksessä niin positiivisessa, kuin myös negatiivisessa mielessä. Sidosryhmillä on myös erilaiset ja toisiinsa verraten ristiriitaisia odotuksia yrityksen tai yhdistyksen suhteen. Siksi sidosryhmiä ja niiden merkitystä on syytä analysoida. (Juutinen 2016.) Sidosryhmäanalyysiä käsitellään tarkemmin luvussa 6, Tutkimustulokset.

Sidosryhmiä voidaan määritellä ja luokitella eri tavoin, mutta yleisesti jako tehdään *primääreihin, sekundääreihin ja marginaalisiin* ryhmiin ja tästä vielä syvemmin *nykyisiin* sekä *potentiaalisiin* sidosryhmiin. (Juholin 2009, 88.) Näiden kaikkien erilaisten sidosryhmien motiivit ja odotukset vaihtelevat. Toisten sidosryhmien tarpeet täyttyvät tiedon saamisesta, toiset sidosryhmät taas haluavat päästä aidosti osallistumaan ja vaikuttamaan. Etenkin ne sidosryhmät tulee tunnistaa ja ottaa osaksi toimintaa, jotka näkevät yhteisön toiminnassa muutostarvetta ja haluavat siinä muutostyössä olla mukana. (Juholin 2009, 200.)

4.1.1 Sidosryhmäanalyysi

Sidosryhmäanalyysiä käytetään, jotta saadaan tietoa siitä, millaisia vaatimuksia, tarpeita ja odotuksia sidosryhmillä on. Sidosryhmäanalyysillä selvitetään myös yhteisön itsensä tavoitteet sidosryhmiinsä nähden. Analyysi on tärkeä osatekijä sidosryhmäsuhteita suunniteltaessa. Sen avulla tiedetään ensinnäkin, kenelle tai mille ryhmälle riittää välitetty tieto ja ketkä taas haluavat suoraa vuorovaikutusta olemalla mukana osallistumassa ja vaikuttamassa yhteisön toimintaan ja sen kehittämiseen. (Juholin 2009, 2002.)

Sidosryhmäanalyysi voidaan tehdä matriisimallia käyttäen. Siinä arvioidaan, kuinka kiinnostuneita sidosryhmät ovat yhteistyöstä ja mikä on sidosryhmien mahdollisuus vaikuttaa yritykseen. Avainsidosryhmillä on sekä suuri kiinnostus, että suuri vaikutusmahdollisuus. Analyysin perusteella voidaan päätellä, mitkä tahot ovat yrityksen avainsidosryhmiä ja joiden odotuksiin vastaamiseen yrityksen kannattaa panostaa. Tärkeää on huomata myös ne sidosryhmät, joilla on suuri mahdollisuus vaikuttaa, mutta jotka jostain syystä eivät nykyisellään mahdollisuuttaan hyödynnä. Näiden sidosryhmien piilevistä odotuksista kannattaa ottaa selvää, jotta voidaan ennakoida tulevia muutoksia ja muuttuvia haasteita. (Juutinen 2016.)

Suuri	Matala vaikutus, suuri kiinnostus	Keskitasoinen vaikutus, suuri kiinnostus	Suuri vaikutus, suuri kiinnostus
	Matala vaikutus, keskitasoinen kiinnostus	Keskitasoinen vaikutus, keskitasoinen kiinnostus	Suuri vaikutus, keskitasoinen kiinnostus
	Matala vaikutus, vähäinen kiinnostus	Keskitasoinen vaikutus, vähäinen kiinnostus	Suuri vaikutus, vähäinen kiinnostus
	Matala	Keskitasoinen	Suuri

Kuvio 2. Sidosryhmien nykyinen sekä potentiaalinen vaikutusmahdollisuus (Juutinen 2016)

Yleisimpiä sidosryhmäanalyysillä selvitettäviä asioita ovat:

- sidosryhmien tiedot ja tietämys yhteisöstä,
- sidosryhmän asenteet ja mielipiteet yhteisön toiminnasta,
- sidosryhmän arviot yhteisön tulevaisuudesta,
- sidosryhmien sitoutuminen ja uskollisuus,
- sidosryhmien odotukset yhteisön toiminnasta ja kehittämisestä,

- sidosryhmien toiveet omasta osallistumisesta tai vaikuttamisesta yhteisön toimintaan, ja
- millaisia vuorovaikuttamisen ja viestinnän keinoja ja käytäntöjä sidosryhmät toivovat. (Juholin 2009, 89.)

Mikäli yhteisö kokee jonkin yksittäisen kysymyksen ajankohtaiseksi, voidaan niitä nostaa esiin analyysissa. Toisinaan sidosryhmäanalyysi tehdäänkin, jotta saadaan tietää ainakin keskeisten sidosryhmien näkemyksiä akuuttiin asiaan. (Juholin 2009, 89.)

Haasteena sidosryhmätyöskentelyssä on, että sidosryhmiltä kerättyä tietoa ei hyödynnetä ja käytetä toimintojen kehittämiseen. Saatua tietoa tulisi tulkita tarpeellisina kokonaisuuksina ja sitä kautta yhdistää osaksi liiketoimintaa. Sovelletun ja jalostetun tiedon tulee myös tavoittaa sille kuuluva ja riittävä kohderyhmä yrityksessä, jotta kaikki olennaiset tahot tietävät mahdollisista jo käynnissä olevista tai tulevista muutoksista. (Juutinen 2016.)

4.2 LP-Vampula Huittisten sidosryhmät

LP-Vampula Huittisten manageri Timo Talvitien mukaan (henkilökohtainen tiedonanto 20.11.2016) LP-Vampula Huittinen haluaa olla sidosryhmiensä avulla alueellinen kehittäjä ja mahdollistaja. Seuran tarkoitus on edistää liikunnan harrastamista ja mahdollistaa kilpaurheileminen lentopallon parissa myös Suomen huipulla. LP-Vampula Huittisten tarkoituksena on motivoida nuoria hyvän harrastuksen pariin, ja muutoinkin olla edistämässä ja kehittämässä urheilullista elämäntapaa ja lentopallokulttuuria. LP-Vampula Huittisilla on aito halu kehittää yhteistyötä sen toimintaa tukevien organisaatioiden kanssa ja sitä kautta mahdollistaa LP-Vampula Huittisten toiminnalla elämyksiä sekä edesauttaa yhteisöllisyyttä ja yhteistyökumppaneidensa verkostoitumista.

LP-Vampula Huittisilla on useita eri sidosryhmätyyppejä. Yleisesti sidosryhmät ja yhteistyö niiden kanssa mielletään sponsoritoiminnaksi, mutta sidosryhmiä ovat myös omistajat, asiakkaat, henkilöstä, yhteistyökumppanit ja rahoittajat. Seuraavissa kohdissa esitellään LP-Vampula Huittisten näkökulmasta sen tärkeimpiä sidosryhmiä.

4.2.1 Omistajat, asiakkaat, henkilöstö

Yritysmaailmassa avainsidosryhmiä ovat omistajat, asiakkaat sekä henkilöstö. Näiden tahojen vaikutusta yrityksen liiketoimintaan voidaan pitää välittömänä, sillä muuttuvat tilanteet avainsidosryhmissä heijastuvat nopeasti koko yritystoimintaan ja vaikuttaen siten sen menestysmahdollisuuksiin. (Juutinen 2016.) Urheiluseurassa ei kuitenkaan ole varsinaisia omistajia, asiakkaita eikä kuluttajia. (Anttila & Koivujoki 2016, 12). Urheiluseuran toiminta perustuu kuitenkin ihmisten työpanokseen ja on yritysmaailman tavoin riippuvainen tästä panostuksesta, vaikka varsinaisia omistajia, asiakkaita ja kuluttajia sillä ei olekaan.

LP-Vampula Huittisten toiminnan taustalla ovat jo aiemmin tässä opinnäytetyössä mainitut yhdistyksen hallitus, ohjausryhmä, valmentajat, huoltajat, pelaajat, talkoolaiset sekä muut seura-aktiivit. Nämä tahot ovat LP-Vampula Huittisten osalta verrattavissa henkilöstöön. Jotta voidaan toimia tavoitteiden mukaisesti, vaaditaan jokaiselta osatekijältä sitoutumista ja vähintäänkin omien sovittujen tehtävien hoitamista. Mikäli avainhenkilöiden asemassa LP-Vampula Huittisiin nähden tapahtuu muutoksia, vaikuttaa se välittömästi myös LP-Vampula Huittisten toimintaan.

Asiakkaita onkin vaikeampi määritellä urheiluseuran näkökulmasta. Asiakkaan roolissa eivät ole pelkästään maksava yleisö ottelutapahtumissa, vaan myös muut lajia seuraavat henkilöt, sponsorit sekä yhteistyökumppanit. LP-Vampula Huittinen harjoittaa toimintaansa, jotta kaikki siitä kiinnostuneet saisivat hyödyn tai elämyksen kokemastaan. Yhtä lailla urheilu ei ole ainoastaan kaikesta muusta irrallaan olevaa urheilua, vaan enenevässä määrin myös viihdettä, ja viihde puolestaan on bisnestä (Alaja 2000, 27.)

4.2.2 Yhteistyökumppanit

Yritysten yhteistyökumppaneita ovat mm. alihankkijat ja toimittajat. Jotta liiketoiminnassa onnistutaan, on löydyttävä sekä eettisesti että vastuullisesti sopivat yhteiset toimintatavat. Muutoin on riskinä menettää kumppanuuksia markkinoilla toimiville kil-

pailijoille. (Juutinen 2016.) Yhteistyökumppanuus, joka yleisesti mielletään sponsoroinniksi, toimii sekä strategisesti että tavoitteellisesti. Aiemmin *sponsori* merkitsi selkeämmin kohteena toimivan yksilön, yhteisön tai toiminnan rahoittajaa tai taloudellista tukijaa. Nykyään taas sponsorointi toimintana on monipuolinen markkinointiviestinnän keino. Tästä syystä käytetäänkin nimitystä yhteistyökumppanuus, joka yhdistää sponsorin sekä sen kohteen. Nimestä ilmenee myös yhteistyön luonne kumppanuutena ja että työtä tehdään yhdessä. (Valanko 2009, 24, 51–52.) Urheiluseurassa on yritysmailman kanssa vähintäänkin yhtäläiset riskit menettää yhteistyökumppani. Mikään ei velvoita yritystä tai yhteisöä kumppanuuteen urheiluseuran kanssa. Urheiluseuran on osoitettava kumppanuutensa sovitun mukaisesti sponsorilta saatua suoritetta vastaan.

LP-Vampula Huittisten yhteistyökumppanit ovat pääosin paikallisia yrityksiä ja yhteisöjä. Yhteistyökumppaneina ovat myös muutama kansallinen yritys, oppilaitos sekä julkisyhteisöistä Huittisten kaupunki. Suomen lentopallon mestaruusliiga on organisaatio, joka ylläpitää Suomen korkeimman tason lentopalloilua, ja joka antaa mestaruusliigatason sarjapeleille mm. sarjamääräykset, joita mukana olevien joukkueiden tulee noudattaa. (Lentopallon mestaruusliigan www-sivut 2016). LP-Vampula Huittinen tekee yhteistyötä myös alueen muiden lentopalloseurojen, kuten Loimaan Jankko ry:n sekä Vammalan Lentopallo ry:n kanssa, unohtamatta LP-Vampula Huittisten emoseuraa Vampulan urheilijat ry:tä.

Yhteistyökumppanuuksien myötä myös yhteistyökumppanit tekevät yhteistyötä LP-Vampula Huittisten rinnalla. Tästä hyvänä esimerkkinä on Huittisten kaksi suurinta autoliikettä, Huittisten Laatuauto Oy sekä Autotalo Peltari, jotka markkinoivat LP-Vampula Huittisten yhteistyökumppaneina yhdessä seuran kanssa. (LP-Vampula Huittisten www-sivut 2016a). Markkinointia edistetään paikallisuudella perustuen Autotie-verkkopalvelun keräämään myyjäpalautteeseen asiakkailta, jonka mukaan Huittisissa on Suomen paras autokauppapalvelu. (Autotien www-sivut 2016).

4.2.3 Rahoittajat

Yritysmaailmassa rahoittajat arvioivat rahoitettavan kohteen yritys vastuun tasoa. Tähän liittyy olennaisesti riskien huomioiminen. Mitä matalampi kohteen toiminnan vastuun taso on, sitä suurempi on riski, joka puolestaan saattaa huolestuttaa rahoittajia. (Juutinen 2016). LP-Vampula Huittinen rahoittaa lentopallotoimintaansa yhteistyökumppaneiltaan saamallaan sponsorirahoilla, joten luonnollisesti suhteet yhteistyökumppaneihin ovat avainasemassa koko seuran toiminnan kannalta.

Kohteella saattaa olla pääsponsor, jolla on sponsorijohtajan asema. Tällöin sponsoroiva yritys on tärkein strateginen yhteistyökumppani kohteelle ja sen on tarkoitus nauttia erityiskohtelusta sekä sopimuksellisesti että varsinaisessa yhteistyössä. Pääsponsor maksaa saamastaan asemasta suurimman suoritteiden kohteelle. Vaikka kohteella ei olisi pääsponsoria, saattaa sillä olla useita virallisia pääyhteistyökumppaneita. Suoritteiden ja vastasuoritteiden erilaisuus suhteessa muihin pääyhteistyökumppaneihin on tällöin ratkaisevassa asemassa. Kohteella voi olla myös sivusponsoreita eli virallisia yhteistyökumppaneita, jotka ovat sponsoreita muiden joukossa. (Valanko 2009, 66–67.)

LP-Vampula Huittisilla on oma mukautettu sponsorimallinsa. LP-Vampula Huittisilla on monta eri pääsponsoria, sekä myös useita virallisia pääyhteistyökumppaneita että virallisia yhteistyökumppaneita. LP-Vampula Huittisten 13 pääsponsoria ovat:

- 1) alastarolainen moottoriurheilurata Alastaro Circuit
- 2) huittislainen autoliike Autotalo Pelttari
- 3) huittislainen pub-ravintola Brewer's pub
- 4) Huittisten Sanomalehti Oy -konserniin kuuluva mainostoimisto Huima
- 5) Huittisten kaupunki
- 6) huittislainen autoliike Huittisten Laatuauto Oy
- 7) paikallinen hotelliravintola sekä yökerho Huittisten Seurahuone
- 8) huittislainen urheilutarvikeliike Kesport Huittinen
- 9) Auto- ja maataloushuolto sekä varaosa-, työkalu- ja konemyyntiliike Kiviniitty
- 10) kone- ja metallipaja Konepaja Survonon
- 11) vakuutuslaitos LähiTapiola

12) paikalliset osuuspankit OP Satakunta ja 13) OP Vampula. (LP-Vampula Huittisten www-sivut 2016b.)

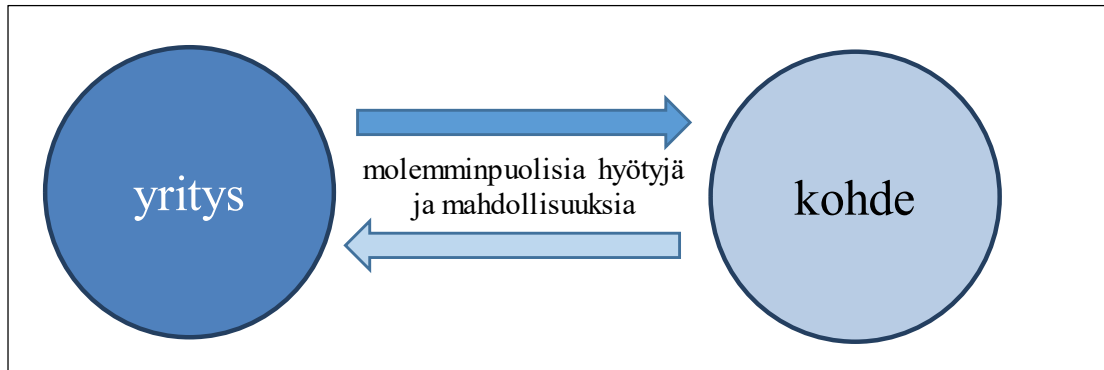
LP-Vampula Huittisten virallisia pääyhteistyökumppaneita ovat ABC-liikennemyymälä, paikallislehti Alueviesti, puutyötarvikkeita valmistava Arolan Höyläämö Oy, sähkönjakelujärjestelmiä kehittävä, valmistava ja markkinoiva Elkamo, suomalaisia erikoispapereita tuottava Euran Erikoispaperit Oy, optiikkaliike Huittisten Näkökeskus Oy, rakentamisliike Huittisten Ryhmärakentajat Oy, muoti- ja kodinsustusliike Huittisten Satulinna, K-Supermarket Lautturi, keittiökäkalusteliike Keittiö-Jätti, kuljetusliike Kuljetus Perkola, Kuorma-autokorjaamo Mäkelä Oy, elintarvikelogistiikkaan keskittynyt LPT Logistics Oy, mainostoimisto Markkinointiapu Ideatasku, urheiluvaatemerkki Panzeri, Piharakennus J. Suomela Oy, Saarioinen Oy, sähköyhtiö Sallila Energia Oy, S-Market, erityislasivalmistaja Seloy Oy, elintarvike- ja päivittäistavarakauppa Säästömarket, urheiluvarusteita ja mainosvaatteita toimittava ja painattava Tiimipaita.fi, lounasruokala ja lähiruokamyymälä Toripuoti sekä henkilöstöpalveluita tuottava Vmp. (LP-Vampula Huittisten www-sivut 2016b).

Näiden lisäksi LP-Vampula Huittisilla on useita kokoluokaltaan pienempiä virallisia yhteistyökumppanuuksia, kuten vaatetus- ja lahjatavaraliike Artemiia, parturi-kampaamo Han Hair, Huittisten Kirjakauppa, liikenneasema Härkäpakari, kasseja ja yrityslahjoja suunnitteleva ja valmistava Kassimatti, maanrakennusliike Läänin Kuljetus, Sairaala Neo, kukkasidonnan erikoisliike Desapi, lounaskahvila Piparminttu, Sastamalan koulutuskuntayhtymä Sasky, Satakunnan ammattikorkeakoulu SAMK, Sähköliike E.J. Lehto sekä Vampulan Kauppakeskus. (LP-Vampula Huittisten www-sivut 2016b).

5 SIDOSRYHMÄYHTEISTYÖ

Sidosryhmäyhteistyö on parhaimmillaan enemmän kuin osiensa summa. Erkki Alaja ja Christina Forssell ovat luoneet käsitteen sponsorointiyhteistyö, joka kuvaa kohteen ja sen sidosryhmien yhteistyötä. Sponsorointiyhteistyö on aina molemminpuolista vas-

tikkeellista yhteistyötä. Kun yhteistyö on hioutunut tiiviisti yhteen, ovat osapuolet toistensa yhteistyökumppaneita, jotka voivat saavuttaa omia tavoitteitaan tarjoamalla toisilleen hyötyjä ja mahdollisuuksia. (Alaja & Forssell 2004, 21).



Kuvio 3. Sponsorointiyhteistyön peruslähtökohta (Alaja & Forssell 2004, 21)

Sponsoroinnissa ei ole kyse hyväntekeväisyydestä tai mainonnasta. Sponsoroiija etsii julkista näkyvyyttä, kun taas hyväntekijä ei, ja sponsoroinnilla vaikutetaan epäsuorasti, toisin kuin mainonnalla. Sponsorointi on imagon lainaamista ja hyödyntämistä markkinointiviestinnällisiin tarkoituksiin. Sponsorointikohteen valintaan vaikuttavatkin kohteen tunnettuus ja sen saama arvostus, kohteen julkisuus, tarjolla oleva näkyvyys ja myyninedistämismahdollisuudet, sekä se, minkä verran ja millaista yleisöä kohde saa osakseen. Sponsorointia pidetään tehokkaampana vaikuttamiskeinona, kuin mainontaa. (Juholin 2009, 224–225.)

Alaja ja Forssell (2004, 37–39) tiivistävät sponsorointiyhteistyön pääperiaatteet kahdeksitoista kohdaksi:

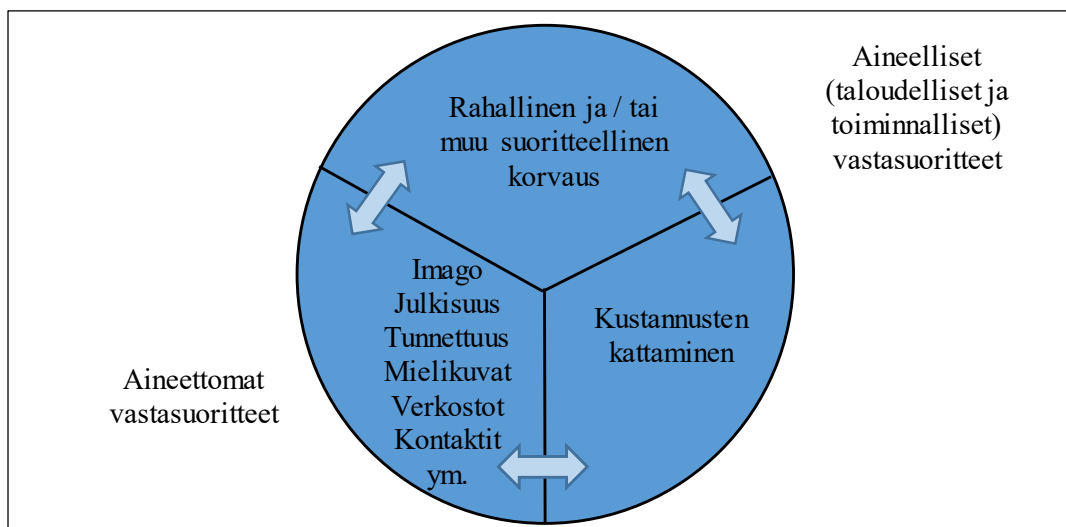
- 1) Sponsorointiyhteistyö on markkinointiviestinnän tarinankertoja.
- 2) Sponsorointiyhteistyöllä tavoitellaan omaa kaupallista hyötyä sijoittamalla kohteeseen oman toiminnan edistämiseksi – ei siis pelkästään hyväntekeväisyyttä.
- 3) Kohde ja yritys laativat yhteistyösopimuksen sekä sopivat markkinointiviestinnällisestä toteutuksesta.
- 4) Sponsorointiyhteistyö on osa markkinointiviestintää, jolloin näillä kahdella voi olla erilliset, tavoitteista ja sidosryhmäajattelusta riippuvaiset roolit.

- 5) Sponsorointiyhteistyön filosofiassa laaditut linjavedot ovat peruspilari menestykselliselle sponsorointiyhteistyön toteuttamiselle.
 - 6) Sponsorointiyhteistyön kohteen valinnassa on oleellista löytää kohde, joka mahdollistaa halutun viestin välittämisen.
 - 7) Sponsorointiyhteistyöhön kuuluvat myös riskit, jolloin vaaditaan riskienhallintaa.
 - 8) Yrityksen ja kohteen yhteistyösuhteen on oltava toimiva, jotta sponsorointiyhteistyö onnistuu.
 - 9) Pienetkin teot voivat olla suurta sponsorointiyhteistyössä, kunhan ne koskettavat kohdetta.
 - 10) Sponsorointiyhteistyöhön kuuluvat tunne-elementit, kuten näkyvyys, kuuluvuus ja intohimo.
 - 11) Sponsorointiyhteistyön avulla on mahdollisuus erottautua mm. kilpailijoista pitäytymällä omilla tavoitteilla ja toimintamalleilla.
 - 12) Sponsorointiyhteistyö vaatii uskoa siihen, mitä itse tietää ja haluaa.
- (Alaja & Forssell 2004, 37–39).

Kaikkein varhaisimmissa sponsoroinnin määritelmässä ei ole huomioitu sponsorointiyhteistyön laajuutta ja sen mahdollisuuksia. Sponsorointi on nähty osapuolilleen epätasa-arvoisena suhteena, jossa sponsoroinnin kohde on riippuvainen sponsoriltaan saastaan taloudellisesta tuesta. Näin ollen sponsorin on ajateltu voivan sanella yhteistyösopimuksen ehdot haluamallaan tavalla, vaikka se ei olisi sponsorinkaan näkökulmasta mielekästä. (Cornwell 2014, 15.) Perinteisesti sponsorointiyhteistyötä kuvataankin yrityksen eli rahoittajan näkökulmasta, mutta nykyaikainen ajattelu edellyttää myös kohteen näkökulman tasavertaista huomioimista. (Alaja & Forssell 2004, 21). Sponsorointiyhteistyössä kohteiden toiminta ei liity suoranaisesti sponsoroivan yrityksen toimintaan. Kohteiden toimintojen luonne on yleensä vapaaehtoista, yleishyödyllistä, harrasteluonteista ja elämyksellistä, ja toimintaa toteutetaan ihmisten vapaa-aikana. Kohteen lisääntyneen asiantuntemuksen ja kokemuksen avulla on kummankin yhteistyön osapuolen tarpeet ja toiveet tunnistettavissa ja näin ollen tyydytettävissä mahdollisimman hyvin. Tätä varten yhteistyökumppanien tulee osata eläytyä syvästi toistensa maailmoihin. Sponsoroitavaa toimintaa harjoitetaan nykyään yhä ammattimaisemmin, vaikkakin edelleen vapaaehtoisuuteen perustuen. Sponsorointiyhteistyö on kohteen näkökulmasta elinehto, sillä sen avulla kohde saa rahaa toimintansa

pyörittämiseen ja kohteelle luodaan taloudellista, toiminnallista sekä imagollista kilpailuetua. (Alaja & Forssell 2004, 23–24.)

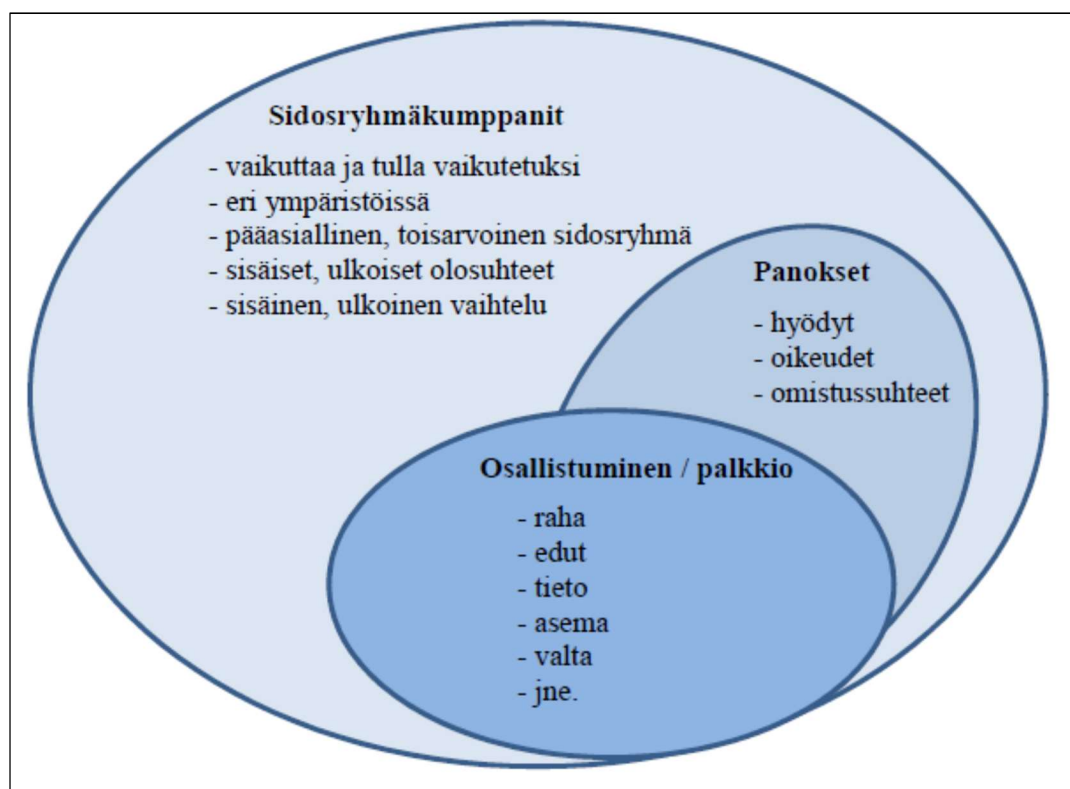
Kilpailu markkinoilla kiristyy myös yhteistyökumppanuuksia valittaessa. Yritykset vähentävät yhteistyökohteiden lukumäärää painottaen kohteen ja yhteistyön laatuun. Yhteistyökumppanuuksia etsitään omaan arvopohjaan perustuen ja yhteistyösuhteen halutaan olevan syvällistä ja pitkäjänteistä. Siksi kohteiden on suunnattava ajattelunsa yhä enemmän siihen, että ne pystyvät toimimaan houkuttelevasti yritysten näkökulmasta (kuvio 3). Kohteen on syytä arvioida yhteistyökumppanuuksia myös arvopohjaisesti ja mietittävä, mitä muuta sponsoreilla on tarjota kuin rahaa. On erilaisia aineellisia ja aineettomia vastasuoritteita, jotka mahdollistavat ja kehittävät kohteen toimintaa, antavat tukea sen viestinnälle ja markkinoinnille, ja joiden avulla kohde voi saada toiminnalleen turvaa ja lisäarvoa sekä lisätä tietotaitoa. Tätä kautta saadaan aktivoitua ja sitoutettua kohderyhmiä, sekä mahdollistettua uusia yhteistyökumppanuuksia jatkoa ajatellen. (Valanko 2009, 189.)



Kuvio 4. Sponsorihyödyt kohteelle (Valanko 2009, 189)

Kohteen tulee yhteistyökumppanuuksien suhteen ensin toteuttaa sisäinen tuotteistusprosessi. Lähtökohtana on, että on ylipäätään päätetty hankkia toimintaa tukevia yhteistyökumppanuuksia ja mietitty, mitä näiltä yhteistyökumppanuksilta haetaan, tarvitaan ja miksi, ja kuinka kokonaisuus muodostetaan toimivaksi sen suhteen, mitä yhteistyökumppanuksilta odotetaan. Jotta tarjous yhteistyökumppanin suuntaan herättää kiinnostusta, on arvioitava, mitä yhteistyökumppanille voi vastasuoritteena realis-

tisesti tarjota. Kohteen strategia tulee olla selkeästi kiteytettynä arvoiltaan ja tavoitteiltaan. On hyvä tiedostaa, mitä yhteistyökumppaneille myy, ja rakentaa myyntiargumentit sen mukaisesti yhteistyökumppanille ymmärrettävässä muodossa. Tavoitteeksi tulee asettaa aito ja toimiva yhteistyösuhde yhteistyökumppanin resursseihin muunneltuna. Yhteistyökumppanuudesta tulee näkyä sen erottuvuus, luovuus, ainutlaatuisuus ja sen tarjoamat elämykset. Rahan lisäksi on hyvä miettiä etukäteen toiminnallisia vaihtoehtoja yhteistyökumppanuuden muodoksi. Yhteistyökumppanuudella pyritään pitkäaikaiseen, vuorovaikutteiseen, avoimeen ja luottamukselliseen yhteistyöhön, johon molemmat pääsevät vaikuttamaan. Tällaisen yhteistyökumppanuuden saavuttaminen vaatii aikaa tutustua, neuvotella ja suunnitella asioita yhdessä. (Valanko 2009, 190–191.)



Kuvio 5. Sidosryhmäkonsepti (Näsi 1995, 23)

5.1 Yhteistyön kesto ja laajuudet

Kuten jo aiemmin on todettu, yhteistyökumppaneita etsiessä sponsoroinnin kohteen tulee miettiä, kenen kanssa yhteistyötä ylipäättään halutaan lähteä rakentamaan ja mitä itse yhteistyösuhteelta halutaan. Pitää muistaa, että ei ole olemassa ilmaista rahaa, eikä

yhteistyökumppaneiden tarvitse rakastaa sponsoroitavaa kohdettaan. Riittää, että sponsori kokee saavansa sille sopivaa hyötyä yhteistyösuhteesta. Sponsorointiyhteistyö ei ole vain neuvottelevien henkilöiden välistä yhteistyötä, vaan se käsittää kummankin osapuolen koko organisaatiot. Yhteistyökumppanin etsiminen, neuvottelut sekä lopulta yhteistyösopimuksen laatiminen vaativat aikaa ja huolellisuutta. Hyvin toteutettuna ja huomioituna yhteistyökumppanuudella voidaan tähdätä tavoitteissa korkealle ja sitouttaa osapuolet pitkäjänteiseen yhteistyöhön. (Funding Centren www-sivut 2016)

Yhteistyökumppanit laativat mahdollisimman asiantuntevan keskinäisen yhteistyösopimuksen, johon kirjataan yhteistyön toteuttamisen kannalta oleellimmat asiat. Yhteistyösopimuksen on hyvä olla asiasisällöltään napakka, eikä sen tule sisältää yhteistyökumppanuuden kannalta merkityksettömiä asioita. Vaikka joitain neuvoteltavia asioita jäisi kirjaamatta yhteistyösopimukseen, tulee kummankin osapuolen noudattaa niitä yhteistyön kuluessa. (Alaja 2000, 130.)

LP-Vampula Huittinen pyrkii toiminnassa pitkäjänteiseen yhteistyöhön yhteistyökumppaneidensa kanssa. Jokainen laadittu yhteistyösopimus, jossa sovitaan yhteistyön kestosta ja laajuudesta, on yksilöllinen. Käytännön työtä selkiyttääkseen LP-Vampula Huittisilla on kuitenkin valmiita sopimusmalleja sen mukaan, kuinka laajasta yhteistyökumppanuudesta on kyse.

Yhteistyökumppaneilla teetetyin kyselyn vastausten perusteella yhteistyökumppanit ovat osittain jo valmiita pitkäjänteiseen yhteistyöhön. 12 vastaajan joukosta kymmenellä oli voimassa oleva yhteistyösopimus LP-Vampula Huittisten kanssa. Vaikka voimassa oleva yhteistyösopimus ei olisikaan kahta vuotta pidempi, on itse yhteistyö suurimman osan vastaajista kanssa jatkunut jo yli kahden vuoden ajan, joten LP-Vampula Huittisten yhteistyökumppanit ovat sitoutuneita yhteistyöhön.

5.2 Toimiva yhteistyö

Yhteistyökumppanuus jaetaan neljään eri tasoon, jolloin muodostuu moniulotteinen, tehokas ja tulosta tuottava projektikonaisuus. Kokonaisuuden hallitseminen ei ole

yksinkertaista, mutta siihen pyrkimällä voidaan päästä yhteistyökumppanuudessa parhaaseen kustannustehokkuuteen. Kokonaisuuteen kuuluvat:

- 1) Molempien osapuolten velvollisuudet, kohteen tarjoamat sekä sponsorin vastikkeet ja oikeudet.
- 2) Yhteisten toimenpiteiden avulla suunniteltava yhteistyön kehittäminen ja toteuttaminen.
- 3) Yhteistyön hyödyntäminen kohteen toiminnassa.
- 4) Aktiivinen yhteistyön hyödyntäminen myös sponsorin taholta omassa toiminnassaan. (Valanko 2009, 106–107.)

Jo yhteistyön alkuvaiheissa havaitaan uusia yhteisiä toimenpiteitä, joista on hyötyä kummallekin osapuolelle kummankaan kustannuksia kuitenkaan suuremmin lisäämättä. Havainnot jäävät erikseen sovittaviksi, ja näin ollen saadaan projektista entistä isompi ja laadukkaampi lisäten luottamusta ja sitoutumista toisiinsa. (Valanko 2009, 106–107.)

Toimivan yhteistyön tunnusmerkkejä on avoin, strateginen ja pitkäjänteinen yhteistyö. Kumpikin osapuoli on sitoutunut yhteistyöhön ja on aktiivinen käymään keskustelua, ideoimaan yhdessä sekä osallistumaan tapaamisiin. Vuoropuhelussa syntyy uusia kehittämisehdotuksia, joiden tuloksena sovitut aineelliset ja aineettomat vastikkeet kohtaavat toistensa tarpeet ja kokonaisuuden. Sekä kohde että sponsori ymmärtävät yhteistyön tavoitteet, periaatteet ja käytännön toteutukset ja aidosti haluavat vaikuttaa niihin. Esimerkkinä yhteisten sponsoritapaamisten järjestäminen ja niihin osallistuminen kertoo myös kiinnostuksesta ja yhteistyön toimivuudesta. (Valanko 2009, 107–108.)

Näitä teoriassa esiteltyjä asioita ilmeni suoraan yhteistyökumppanin kyselyyn antamassa vastauksessakin:

”Pitkäaikainen yhteistyön suunnittelu niin, että kumpikin taho hyötyy yhteistyöstä. Sopimuskauden kestolla ei ole merkitystä, kunhan molemmat kokevat yhteistyön onnistuneeksi. Miten LP-Vampula Huittinen voi meitä auttaa omassa yritystoiminnassa ja kasvattamaan sitä, sen kun ratkaisee. (saadaan asiakasvirtaa myymälään ja autetaan tekemään kauppaa)” H₈

Haaste on siis heitetty. LP-Vampula Huittinen ei voi ratkaista yhteistyökumppaneidensa liiketaloudellisia kysymyksiä, mutta voi parhaansa mukaan omalta osaltaan vaikuttaa yhteistyökumppaninsa liiketoimintaan mahdollisimman positiivisesti. Yhteistyökumppanuuden aikana kohteelle ja sponsorille syntyykin parhaassa tapauksessa halu kehittää ja syventää yhteistyötä tulevaisuudessa uusimmalla yhteistyö sopimuskauden päätyttyä. (Valanko 2009, 108.)

5.3 Näkyvyys

Näkyvyys joko suoraan sponsoroinnin tavoitteena, tai muiden tavoitteiden välittäjänä on suunniteltava harkiten. Suunnittelu vaatii tutkimista ja kokeilua, joiden myötä kerätään kokemuksia. Se missä ja miten näkyvyyslementtejä, kuten perinteistä logonäkyvyyttä tarjotaan, on yksilöitävä tarkkaan. Näkyvyyslementtejä määräävät toki kohteen toiminta-alue ja luonne, sekä erilaiset yhteistyömallit siten, että näkyvyys on oikein mitoitettua. Näkyvyydellä tavoitellaan kohdeyleisöä. On siis tärkeää, miten kohdeyleisö kokee näkyvyyden laadun eri tilanteissa, muodoissa ja materiaaleissa. (Valanko 2009, 169.)

LP-Vampula Huittinen pyrkii luomaan näkyvyyttä sidosryhmilleen ja sponsoreilleen erilaisin tavoin ja keinoin, joista sovitaan mm. yhteistyösopimuksessa. Yhteistyökumppaneille lähetetyssä kyselyssä pyrittiin selvittämään yhteistyökumppaneiden ajatuksia siitä, missä asioissa LP-Vampula Huittinen voisi jatkossa heidän näkyvyyttään kehittää.

5.3.1 Ottelutapahtumat

LP-Vampula Huittinen pelaa kotiottelunsa Huittisten ammatti- ja yrittäjäopistolla. Ottelutapahtumat järjestetään talkoovoimin yhdessä Sastamalan koulutuskuntayhtymä Saskyn oppilaiden oppilaitosyhteistyötä hyödyntäen. Ottelutapahtuman järjestelyt alkavat hyvissä ajoin pelipäivänä ja suurimmilta osin ne noudattavat samaa kaavaa. Ottelutapahtumaan pääsee etukäteen ostetulla kausikortilla tai VIP-kausikortilla, mutta pääsylippuja myydään myös paikan päällä. Jokaisella ottelutapahtumalla on katsojia

varten oma ottelulehtinen, jossa esitellään koti- ja vierasjoukkueet sekä mainostetaan LP-Vampula Huittisten yhteistyökumppaneita. Ottelutapahtumalla on aina imagollinen otteluisäntä, joka perustuu joko olemassa olevaan yhteistyösopimukseen tai erikseen sovittuun otteluisännyteen. Ottelutapahtumaa markkinoidaan sen otteluisännän nimellä ja otteluisäntä saakin muita suurempaa huomioarvoa itse ottelussa.

Kyselyn vastauksista kävi ilmi, että myös otteluisänniltä odotetaan panostusta LP-Vampula Huittisten ottelutapahtumiin:

”Otteluisännät voisivat panostaa kukin vuorollaan enemmän hommaan.” H₉

Yhteistyökumppani siis toivoo, että jokaisessa kotiottelussa oleva otteluisäntä ottaisi nykyistä suurempaa roolia ottelutapahtumissa tuoden yritystään tai yhdistystään ja sen näkyvyyttä tapahtumaan omaan imagoonsa ja rooliinsa sopivalla tavalla. Näin jokaisesta kotiottelusta saataisiin toisiinsa nähden yksilöllisiä.

Ennen ottelun alkua otteluisännällä, kutsuvierailla, yhteistyökumppaneilla sekä VIP-kausikorttilaisilla on mahdollisuus ottaa osaa Huittisten ammatti- ja yrittäjäopistolla pienimuotoiseen tilaisuuteen, jossa on kahvitarjoilua sekä tietoa tulevasta ottelusta. Sama mahdollisuus toistuu ottelun pitkällä erätauolla eli ns. väliajalla. Muulle yleisölle ottelutapahtumassa järjestetään buffet- ja makkaramyyntiä tarkoitetuksi ottelun erätauoille. Paikan päällä yleisölle ottelua juontaa ja selostaa kuuluttaja ja muusikin lomassa soitetään myös yhteistyökumppaneiden äänimainoksia. Pelikenttää reunustavat LP-Vampula Huittisten yhteistyökumppaneiden laitamainoslogot, ja samoja logoja on myös pelaajien otteluasuissa. Ottelun jälkeen otteluisäntä palkitsee valitsemansa koti- ja vierasjoukkueen parhaat pelaajat (yksi kummastakin) haluamallaan tavalla. Otteluisännän tehtävänä on myös jakaa kummankin joukkueen kolmelle pelaajalle heidän pelisuoritustensa perusteella LähiTapiola-pisteet. LähiTapiola-kilpailu on nimetty Lentopallon mestaruusliigan yhteistyökumppani LähiTapiolan mukaan, ja se kuuluu jokaiseen Lentopallon mestaruusliigan runkosarjaotteluun. Ottelun päätyttyä järjestetään vielä lehdistötilaisuus, jossa haastatellaan koti- ja vierasjoukkueen valmentajia sekä ottelun parhaiksi valittuja pelaajia.

Kotiotteluihin toivotaan paikan päälle mahdollisimman paljon yleisöä kannustamaan LP-Vampula Huittista ja näin on ensimmäisinä mestaruusliigakausina käynytkin. Huittisten ammatti- ja yrittäjäopiston katsomoon mahtuu reilu 300 henkilöä, ja usein katsomo onkin lähes täynnä. Katsomokapasiteetti paranee nykyisestään, kun Huittisiin rakennetaan parin seuraavan vuoden aikana uusi isompi urheiluhalli.

T. Talvitie pitää (henkilökohtainen tiedonanto 20.11.2016) Huittisiin rakennettavaa uutta urheiluhallia merkittävänä tekijänä niin ottelu- kuin oheistapahtumienkin järjestämisen kannalta. Hänellä on myöskin selkeä näkemys siitä, miten uusi urheiluhalli tulee LP-Vampula Huittisten sekä muiden alueen toimijoiden toimintaan vaikuttamaan. Talvitien mukaan hallin suunnittelussa ja rakentamisessa on huomioitava monipuolisia sekä innovatiivisia ratkaisuja, jotka tukevat helppoa muunneltavuutta. Näin toteuttaen halli tulee antamaan mahdollisuuksia käyttää tiloja erilaisissa tapahtumissa kustannustehokkaasti rakentamisen ja ylläpidonkin kannalta.

T. Talvitien mukaan (henkilökohtainen tiedonanto 20.11.2016) LP-Vampula Huittisten kotiottelutapahtumille uusi urheiluhalli luo suuren parannuksen. Nykyisissä tiloissa Huittisten Ammatti- ja yrittäjäopistolla Suomen mestaruusliigaa on mahdollisuus pelata ainoastaan poikkeusluvalla. Poikkeuslupa pitää saada jokaiselle sarjakaudelle erikseen ja se on voimassa ainoastaan runkosarjaotteluissa. Poikkeusluvasta johdun aiempien sarjakausien puolivälieräottelut on jouduttu järjestämään muissa, isommissa halleissa. Tämän kokemuksen perusteella Talvitie toteaa, että ottelutapahtuma täysin identtisesti järjestettynä isoissa halleissa onkin ollut huomattavasti tyylikkäämpi ja viihde- sekä näkyvyysarvoltaan korkeampi kokonaisuus, kuin mitä nykyisten runkosarjan kotiotteluiden järjestämispaikka Huittisten Ammatti- ja yrittäjäopisto mahdollistaa.

5.3.2 Oheistapahtumat

Ottelutapahtumien ja varsinaisen lentopallotoiminnan lisäksi LP-Vampula Huittinen järjestää ja on muiden tahojen mukana järjestämässä alueellaan erilaisia oheistapahtumia, joiden tarkoitus on edistää LP-Vampula Huittisten tunnettuutta alueellaan sekä

mahdollisuuksien mukaan ansaita varoja lentopallotoimintaa varten. Oheistapahtumilla on myös yhteiskunnallinen merkitys. T. Talvitien mukaan (henkilökohtainen tiedonanto 20.11.2016) oheistapahtumien kautta annetaan ihmisille ja eri yhteisöille mahdollisuuksia kohdata, saada aikaan uutta ajattelua ja luoda pohjaa mahdolliselle kehitymiselle edelleen. Tapahtumien toivotaan lisäksi nostattavan Huittisten alueen yhteishenkeä.

Oheistapahtumia järjestetään yleensä yhdessä yhteistyökumppaneiden kanssa. Esimerkkeinä oheistapahtumista on toukokuussa 2016 Huittisten ammatti- ja yrittäjäopistolla järjestetty lastenkonsertti, jossa esiintyjänä oli yhtye nimeltä Hevisaurus.

Kesällä 2015 LP-Vampula Huittinen oli mukana järjestämässä Huittisiin nimellä "Saparo beach" naisten sekä miesten beach volley -turnausta Huittisten Seurahuoneen järjestämien "Saparo Festareiden" yhteyteen. Mukana yhteistyössä oli myös Huittisten voimistelu ja liikunta ry. (Lauttakylä-lehden www-sivut 2016). Marraskuussa 2015 LP-Vampula Huittinen järjesti ensimmäistä kertaa tapahtuman nimeltä "Loistavat pikkujoulubileet". Tapahtumaan myytiin yrityksille ja yksityishenkilöille bilepasseja, jotka sisälsivät illan musiikillisen ohjelman ruokailuineen. "Loistavat pikkujoulubileet" vaativat LP-Vampula Huittisilta ja sen talkoolaisista ison työn, mutta ne olivat myös menestys. Pikkujoulujuhlaa onkin Huittisissa luvassa toistamiseen LP-Vampula Huittisten järjestämänä marraskuussa 2016. (LP-Vampula Huittisten www-sivut 2016c). LP-Vampula Huittisten jo toteuttamien tapahtumien perusteella seuran manageri Timo Talvitie toteaa tapahtumien lähentäneen LP-Vampula Huittista ja sen vaikuttajia Huittisten kaupungin asukkaisiin.

5.3.3 Sosiaalinen media

LP-Vampula Huittinen pyrkii olemaan seuraajiensa ja yhteistyökumppaneidensa tavoitettavissa myös sosiaalisessa mediassa, koska sen merkitys lähimenneisyydessä on kasvanut huomasti. T. Talvitien mukaan (henkilökohtainen tiedonanto 20.11.2016) sosiaalisen median avulla LP-Vampula Huittinen pystyy tavoittamaan isoja joukkoja ihmisiä ja usein myös kohdentamaan viestintää kulloisestakin aihealueesta kiinnostuneille tahoille.

Tulokselliseen markkinointiin sosiaalisen median avulla ei riitä, että yhdistykselle luodaan sosiaalisen median palveluihin käyttäjätili tai profiili ja julkaistaan satunnaisesti jotain sisältöä. LP-Vampula Huittinen pyrkiiikin hyödyntämään mahdollisuudet sosiaalisen median palveluissa tehokkaasti ja hyvissä ajoin. Mobiililaitteiden käytön yleistyminen johtuen Talvitie toteaa mobiilisovellusten, kuten Facebook, Instagram, Twitter ja WhatsApp hyödyntämisen markkinoinnissa ja asiakaspalvelussa tulevan entistä tärkeämmäksi. (Talvitie henkilökohtainen tiedonanto 20.11.2016.)

Facebook-, Instagram- ja Twitter-sivuillaan LP-Vampula Huittinen jakaa tietoa ottelu- ja oheistapahtumista sekä 1-sarja- ja mestaruusliigatason naislentopallojoukkueiden kuulumisia lajiharjoituksista ja pelimatkoilta. Sosiaalisen median kautta kerrotaan myös yhteistyökumppanuuksista ja mm. pelaajien vierailuista yhteistyökumppaniensa tapahtumissa. YouTube-sivustolle puolestaan ladataan yleisön nähtäväksi videonäytteitä otteluista ja oheistapahtumista.

LP-Vampula Huittisilla on tällä hetkellä Facebook-sivuillaan noin 1500 tykkääjää, joka käytännössä tarkoittaa niitä Facebook-käyttäjiä, jotka ovat käyneet LP-Vampula Huittisten Facebook-sivuilla seuratakseen niitä omien Facebook-sivujensa kautta. (LP-Vampula Huittisten Facebook-sivut 2016.) Instagramissa LP-Vampula Huittisilla on puolestaan seuraajia reilut 210 henkilöä. (LP-Vampula Huittisten Instagram-sivut 2016.) Twitterissä seuraajia on 120 henkilöä. (LP-Vampula Huittisten Twitter-sivut 2016.) Luvuista on helppo päätellä, että Facebook on siis toistaiseksi selvästi suosituin sosiaalisen median palvelu.

5.3.4 LP-Vampula Huittisten Internet-sivut

LP-Vampula Huittisten Internet-sivut "www.lp-vampula.fi" on laatinut mainostoi-
misto Huima, joka on yksi LP-Vampula Huittisten pääyhteistyökumppaneista. Kotisi-
vuilla kerrotaan ajankohtaisia uutisia LP-Vampula Huittisten joukkueiden otteluista
sekä muusta toiminnasta, ja kotisivujen kautta pääsee näkemään LP-Vampula Huittis-
ten sosiaalisen median ilmoituksia. Kotisivuilta löytyy tietoa ja kuvia myös LP-

Vampula Huittisten toiminnasta, joukkueista ja yhteistyökumppaneista. T. Talvitie kokee (henkilökohtainen tiedonanto 20.11.2016) LP-Vampula Huittisten kotisivujen sisältävän sekä harvakseltaan päivitettävää perustietoa LP-Vampula Huittisista, että uutisia ja tulevia tapahtumia, joiden tiedotusta on pidettävä ajan tasalla.

5.4 Alueellinen merkitys

Urheiluseura ei pysty kilpailemaan kaupallisten medioiden kanssa, joten on huolella mietittävä, mitä muuta urheiluseuralla on tarjota yritykselle, kuin pelkkää näkyvyyttä. Yhteiskuntavastuun muodossa toteutettu yhteistyö on yksi mahdollisuus. (Mäntylä 2014). Yhdistyksenkin on siis toiminnassaan huomioitava mm. alueelliset vaikutukset eli fyysinen naapurusto. Toimintatavat on hiottava niin, että yhdistys voi nauttia naapuruston luottamusta. Naapurusto on kaikkialla, missä yhdistys toimii, joten sen määrittelyminen ei ole helppoa. (Juutinen 2016)

5.4.1 Fyysinen naapurusto

LP-Vampula Huittisten kohdalla fyysinen naapurusto on lähinnä alueellinen. Tämä pitää kuitenkin sisällään useita eri tahoja, joita toiminnassa tulee ja voi huomioida. LP-Vampula Huittinen haluaa toiminnassaan huomioida, mikä on sen merkitys ja vaikutus alueellaan. Ongelmaksi muodostuu alueellinen raja, joka on juuri niin laaja, kuin sen haluaa olevan. Asiaa voidaan tarkastella Huittisten kaupungin lisäksi sen ympäryskuntien tai koko Satakunnan näkökulmasta. Suurimpana vaikutuksena on, että LP-Vampula Huittinen tuo Suomen korkeimman tason naislentopalloilun fyysisesti Huittisiin ja pyrkii toiminnallaan tuomaan lajia tunnetuksi myös lähialueillaan. Lisäämällä tunnettuutta lajia kohtaa, annetaan yrityksille, yhteisöille ja yksilöille mahdollisuus seurata läheltä lentopalloilua.

T. Talvitie toivoo (henkilökohtainen tiedonanto 20.11.2016), että ajat, jolloin maaseutupaikat kilpailivat riittävästi keskenään, olisivat jäämässä historiaan ja että oltaisiin siirtymässä vähitellen alueelliseen yhteistyöhön. Talvitie mainitsee, että alueellisen yhteistyön myötä maaseutupaikkakunnat voisivat tarjota asukkaille mahdollisuuden

olla lähtemättä nykytrendejä seuraten suuriin kaupunkeihin. Siksi Talvitie kokee tärkeäksi, että lapsiin ja nuoriin panostetaan siten, että he voisivat jatkaa elämäänsä kouluvuosien jälkeenkin lähialueella. Tämä edellyttää, että alueella on mahdollisuuksia opiskeluun ja yritystoimintaan innostavaa toimintaa. LP-Vampula Huittinen ottaa osaltaan esimerkkiä tästä ajattelusta, sillä juniori-ikäisenä laadukkaan valmennuksen myötä kasvaessaan nuoren ei tarvitse lähteä hakemaan haasteita muualta, vaan voi jatkaa uraansa paikkakunnalla läheistensä lähellä.

5.4.2 Huittisten kaupunki

LP-Vampula Huittinen tuo valtakunnallista näkyvyyttä jo nimessään Huittisten kaupungille. Tämä käy useaan otteeseen ilmi yhteistyökumppaneiden kyselyvastauksistakin.

”Naapurikunnan näkökulmasta Huittinen on kaupunkina saanut paljon uutta, positiivista näkyvyyttä lentopallon kautta.” H₂

T. Talvitie (henkilökohtainen tiedonanto 20.11.2016) on asiasta samaa mieltä. Hänen mukaansa LP-Vampula Huittinen voi tuoda vaikuttavuutta sekä Huittisille kaupunkina, että myös yrityksille. Suomen mestaruusliigatason lentopalloilu voi auttaa yrityksiä saamaan normaalin näkyvyysmarkkinoinnin lisäksi mahdollisuuksia verkostoitua ja sitä kautta laajentaa liiketoimiaan. Verkostoituminen auttaa paikallisia yrityksiä löytämään toisistaan yhteistyömahdollisuuksia, joita voi hyödyntää etuna isompiin toimijoihin ja kilpailijoihin nähden. Talvitie nostaa esiin myös Huittisten maantieteellisen sijainnin isompien kaupunkien välimaastossa, jota hänen mielestään tulisi pitää enemmän mahdollisuutena kuin uhkana.

Edellistä konkreettisempia Huittisten kaupunkiin vaikuttavia tekijöitä, on pelaajien ja sitä kautta uusien opiskelijoiden tuominen paikkakunnalle sekä yhteistyön rakentaminen eri oppilaitosten kanssa. LP-Vampula Huittisten pelaajat saattavat toki tarvita räätälöityjä etenemismahdollisuuksia opinnoissaan, jotta täysipäiväinen ja ammattimainen harjoittelu ja pelaaminen ovat mahdollisia. Eri oppilaitokset ovatkin lähteneet tä-

män mahdollistavaan yhteistyöhön hyvin mukaan. LP-Vampula Huittisten avulla huitislaiset yrityksetkin saavat näkyvyyttä ja sitä kautta mahdollisesti kilpailuetua alueellaan.

5.4.3 Muut urheiluseurat

T. Talvitien mukaan (henkilökohtainen tiedonanto 20.11.2016) LP-Vampula Huittisten, muiden urheiluseurojen sekä eriasteisten koulujen yhteistyön kautta Huittisissa on mahdollisuus näyttää esimerkkiä siitä, kuinka paikkakunnan lapsia ja nuoria saadaan liikkumaan ja urheilemaan. LP-Vampula Huittinen pyrkiikin olemaan esikuvana kaikille liikuntaharrastuksesta kiinnostuneille, mutta etenkin naislentopalloilussa alueen muiden lentopalloseurojen harrastajille, sekä luomaan näille mahdollisuuksia kehittyä ja edetä omien tavoitteiden mukaisesti kohti Suomen korkeinta naislentopalloilun sarjatasoa.

Pienten paikkakuntien vahvuus on yhteistyö mm. jakamalla alueellisesti toimintoja lentopalloilun saralla. Tästä esimerkkeinä Suomen mestaruusliigatason lentopalloilu miesten sarjassa Loimaalla Hurrikaani Loimaa ry:n ja Sastamalassa Vammalan Lentopallo ry:n osalta. Loimaan ja Sastamalan alueellisessa välimaastossa LP-Vampula Huittinen keskittyy puolestaan kehittämään naislentopalloilua. Sekä Loimaalla että Sastamalassa on naislentopalloilunkin puolella harrastajia, joille LP-Vampula Huittinen haluaa tarjota mahdollisuuden edetä harrastuksessaan.

LP-Vampula Huittisten tulee huomioida muut urheilu- ja liikuntaseurat sekä harrastajat alueellaan etenkin, kun LP-Vampula Huittisten lentopalloilu vaatii ajan ja harrastetilojen suhteen huomattavan määrän resursseja. Harrastetilat ja -ajat saattavat tuottaa ongelmia, jos kysyntää alueella on enemmän kuin tarjontaa. LP-Vampula Huittinen onkin osaltaan ollut vahvasti viemässä Huittisten uutta urheiluhallihanketta eteenpäin kohti toteutusta. T. Talvitien mielestä (henkilökohtainen tiedonanto 20.11.2016) uuden hallin tulee olla erittäin hyvin eri toimijoiden tarpeet täyttävä ja ajatuksella suunniteltu kokonaisuus, johon voidaan ylpeänä mm. kutsua kotipeleihin niin lentopallon, futsalin kuin salibandykin muiden paikkakuntien joukkueita, sekä antaa katsojille edellytys viihtyä ja nauttia otteluista kuhunkin tarpeeseen sopivissa katsomotiloissa.

Talvitie näkee mm. Huittisten voimistelu- ja liikunta ry:llä mahdollisuuden järjestää alansa suur tapahtumia uudessa hallissa.

Kaiken edellä mainitun lisäksi urheiluhalli tuo suuria mahdollisuuksia myös muille kuin varsinaisille urheilutapahtumille ja niihin liittyville harrastetapahtumille. Muita uudessa urheiluhallissa järjestettävänä tapahtumia ovat esimerkiksi erilaiset messut, konsertit, oppilaitos- ja yritystapahtumat sekä näyttelyt. Halli-isännöisyys on hoidettava niin, että kaikki toiminnot ovat toteutettavissa jouhevasti kaikki käyttäjäryhmät huomioiden. Monitoimihallina uusi urheiluhalli mahdollistaa tapahtumien avulla myös vieraspaikkakuntalaisten vierailun Huittisiin. Talvitie näkee urheiluhallin parhaimmillaan toteutettuna paikkana, jossa on mukava viettää aikaa ja liikkua yhdessä. (Talvitie henkilökohtainen tiedonanto 20.11.2016)

5.5 Seuraaminen ja kehittäminen

LP-Vampula Huittisten toimintaa voi seurata ottelu- ja oheistapahtumissa, sosiaalisessa mediassa, Internetin koti-sivuilla sekä lehdistä. Lisäksi LP-Vampula Huittinen ja sen sidosryhmät saavat näkyvyyttä kansallisilla TV-kanavilla ja muissa Internet-lähetysissä. Muun muassa YLE näyttää lentopallokauden aikana useampia lentopallon Suomen mestaruusliigaotteluita TV-lähetysissään. Kuluvalta kaudelta esimerkiksi LP-Vampula Huittisten osalta mainittakoon sarjakauden avausottelu, joka pelattiin poikkeuksellisesti Porin jäähallissa ja se näytettiin suorana TV-lähetysenä YLE:n kanavilla ja YLE Areenassa.

LP-Vampula Huittisilla on halu kehittää yhteistyösuhteitaan nykyistä suuremmiksi ja toimivimmiksi. Seura haluaa myös olla mukana auttamassa yhteistyökumppaneitaan keskinäisessä yhteistyössä ja verkostoitumisessa. Siksi onkin tärkeä mitata yhteistyökumppaneiden tyytyväisyyttä yhteistyösopimuksen sisällön toteutumisesta sekä kuulostella, mitä ajatuksia yhteistyökumppaneilla on yhteistyöstä tulevaisuuden suhteen. Jotta LP-Vampula Huittinen voisi kehittää toimintaansa näkyvyyttään niissä asioissa, joissa sitä seurataan, haluttiin sidosryhmiltä kysyä, missä he seuraavat LP-Vampula Huittista, ja kokevatko he, että yhteistyötä ja sen näkyvyyttä voisi jotenkin kehittää. Saatuja vastauksia tulkitaan tutkimustuloksissa.

6 TUTKIMUSTULOKSET

Tässä luvussa käsitellään LP-Vampula Huittisten sidosryhmien näkemyksiä yhteistyöstä niille lähetetyn sähköisen kyselyn vastausten perusteella. Kysely lähetettiin 36 LP-Vampula Huittisten sidosryhmään kuuluvalla ja yhteistyökumppanille. Vastauksia määräajassa saatiin 12, jolloin vastausprosentiksi muodostui 33 %, jota voidaan pitää riittävän hyvänä tulosten analysoinnin kannalta.

6.1 Taustatiedot

Kyselyssä vastaajien taustatietoina hyödynnettiin sidosryhmien yhteistyön kestoa LP-Vampula Huittisten kanssa ja mahdollisten voimassa olevien yhteistyösopimusten kestoa. 12 kyselyyn vastanneesta 10 on voimassa oleva yhteistyösopimus LP-Vampula Huittisten kanssa. Näistä viidellä on yksivuotinen ja kahdella kaksivuotinen yhteistyösopimus. Yhdellä vastaajista on puolesta kuluva 2016–2017 kauden loppuun oleva sopimus, joka tarkoittanee, että yhteistyösopimus LP-Vampula Huittisten kanssa on tehty kesken sarjakauden. Yksi vastaajista kertoo yhteistyön LP-Vampula Huittisten kanssa jatkuneen jo kauan ja jatkunee toistaiseksikin. Tällä vastaaja viitanee lentopallotoimintaan ennen LP-Vampula Huittista aikaan, jolloin lentopalloa pelattiin LP-Vampula Huittisten emoseuran Vampulan urheilijat ry:n nimellä mestaruusliigatasoa alemmilla sarjatasoilla.

Taulukko 1. Yhteistyön kesto LP-Vampula Huittisten kanssa (N=12)

Voimassa oleva yhteistyösopimus	Yhteistyön kesto yli 2 v	Yhteistyön kesto 1–2 vuotta	Yhteistyön kesto alle vuoden
Kyllä	6	4	0
Ei	2	0	0

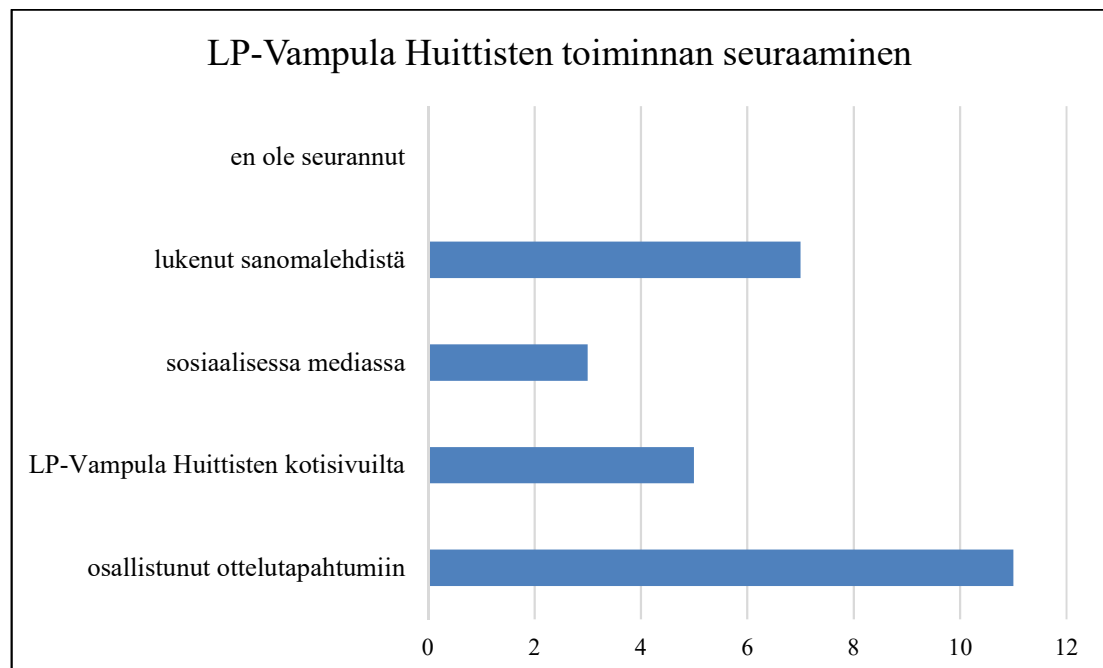
Vastaajista kahdeksalla yhteistyö LP-Vampula Huittisten kanssa on jatkunut yli kaksi vuotta ja neljällä puolestaan 1–2 vuotta (taulukko 1). Suurimmalla osalla eli kahdeksalla kahdestatoista vastaajasta yhteistyö LP-Vampula Huittisten kanssa alkoi seuran yhteydenotosta. Yksi yhteistyökumppani vastasi ottaneensa itse LP-Vampula Huittisiin yhteyttä. Kaksi yhteistyökumppania vastasi, että heidän yhteistyönsä on alkanut

jo Vampulan Urheilijat ry:n ajoilla pelattaessa. Yksi vastaaja puolestaan kuvasi yhteistyön alkaneen ja muovautuneen henkilösuhteiden saatossa.

6.2 Seuraaminen ja kehittäminen

Kyselyssä selvitettiin, ovatko LP-Vampula Huittisten sidosryhmät seuranneet LP-Vampula Huittisten toimintaa ottelutapahtumissa, LP-Vampula Huittisten kotisivuilla, sosiaalisessa mediassa tai sanomalehdissä. Lisäksi kysyttiin, millaisissa rooleissa yhteistyökumppanit ovat LP-Vampula Huittisten ottelutapahtumiin osallistuneet ja mistä tietoa ottelutapahtumista on saatu.

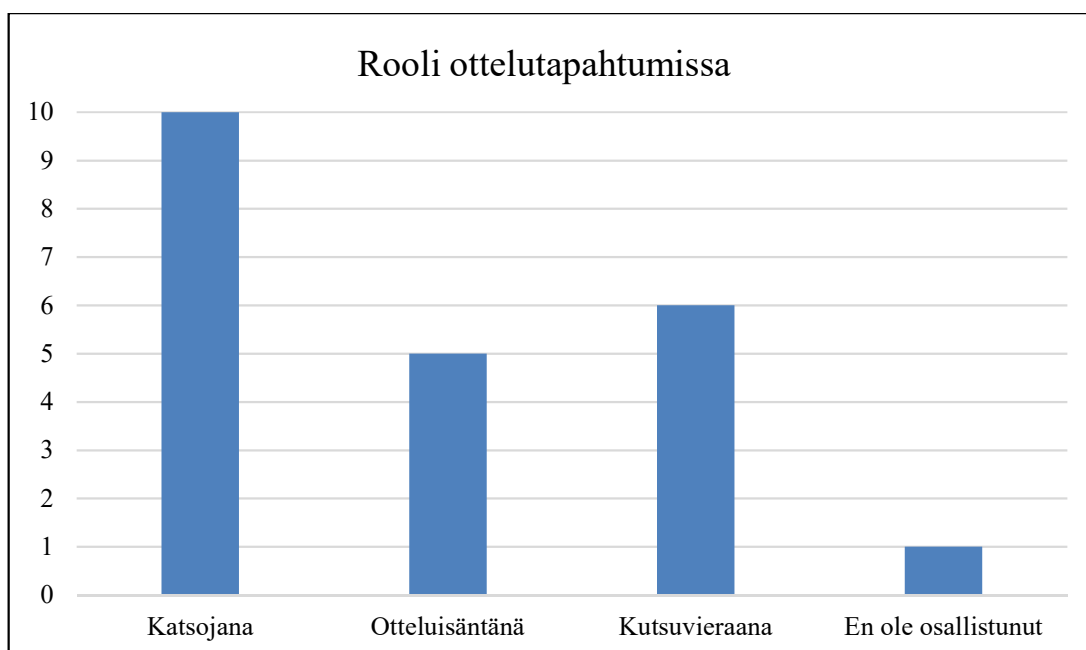
Yksitoista vastaajaa eli 92 % vastanneista (N=12) on osallistunut LP-Vampula Huittisten ottelutapahtumiin (kuvio 6). Näistä viisi eli 42 % vastaajista on seurannut myös LP-Vampula Huittisten kotisivuja ja kolme eli 25 % puolestaan Facebook-sivuja, Instagram- tai Twitter-tiliä. Internet-lähteitä enemmän yhteistyökumppanit vastasivat lukiensa LP-Vampula Huittisista sanomalehdistä. Kaikkiaan seitsemän vastaajaa kertoi seuranneensa LP-Vampula Huittisten toimintaa Satakunnan Kansasta tai Lauttakylä-lehdestä.



Kuvio 6. LP-Vampula Huittisten toiminnan seuraaminen (N=12)

LP-Vampula Huittisten toiminnasta ja otteluista kerrotaan useissa eri Satakunnan, Pirkanmaan ja Varsinais-Suomen alueen sanomalehdissä, mutta kyselyn perusteella julkaisuja seurataan Satakunnan Kansasta ja Lauttakylä-lehdestä. Vaikka vastausten otanta ei olekaan koko yhteistyökumppaneiden määrään nähden suuri, voi LP-Vampula Huittinen hyödyntää tätä tietoa yhteistyöneuvotteluissa paikallissanomalehtien kanssa.

Vastauksista selviää, että yhteistyökumppanit ovat ottaneet osaa LP-Vampula Huittisten ottelutapahtumiin sekä katsojana, otteluisäntänä että kutsuvieraana (kuvio 7). Ainoastaan yksi vastaajista (N=12) ei ole osallistunut ottelutapahtumiin lainkaan. Kahdestatoista vastaajasta kymmenen eli 83 % oli osallistunut ottelutapahtumiin katsojan roolissa. Kutsuvieraana ottelutapahtumiin oli puolestaan ottanut osaa kuusi vastaajaa eli 50 % ja otteluisäntä viisi eli 42 % vastaajista.



Kuvio 7. Yhteistyökumppanin rooli ottelutapahtumissa (N=12)

Otteluisännyyksien määrä sarjakauden aikana on rajallinen johtuen kotipeliin määräästä. Lisäksi otteluisännöyys kuuluu monelle yhteistyökumppanille osana yhteistyösopimusta, joten otteluisännöyksiä ei ole tarjota kaikille, vaikka kysyntää olisikin. Toisaalta niitä LP-Vampula Huittisten yhteistyökumppaneita, jotka eivät ole ottaneet

aiemmin osaa ottelutapahtumiin, voisi saada houkuteltua mukaan ottelutapahtumiin lisäämällä kutsuvierastilaisuuksia.

Tutkimuksessa selvitettiin, onko yhteistyökumppaneiden näkökulmasta LP-Vampula Huittisten ottelutapahtumista ollut tietoa helposti löydettävissä. Kaikki vastaajat (N=12) olivat sitä mieltä, että näin on ollut. Yhteistyökumppaneiden vastausten perusteella LP-Vampula Huittisten ei siis tarvitse olla huolissaan siitä, ettei ottelutapahtumista tiedettäisi yhteistyökumppaneiden näkökulmasta. Toisaalta ottelutapahtumiin halutaan myös niitä katsojia, jotka eivät vielä LP-Vampula Huittisten ottelutapahtumiin ole löytäneet tai muuten toiminnasta tiedä. Yleisömäärän kasvattaminen ja laajentaminen olisi myös yhteistyökumppaneiden näkyvyyden kannalta etu.

Kyselystä ilmenee myös, että LP-Vampula Huittisten ottelutapahtumista on saatavissa tietoa hyvin montaa eri kautta. Yleisimpiä vastauksia saatavan tiedon lähteinä olivat Internet, LP-Vampula Huittisten kotisivut, Facebook sekä Lauttakylä-lehti. Tietoa on ollut saatavissa myös painettuna Lentopallon mestaruusliigan otteluohjelmasta, LP-Vampula Huittisten kausiohjelmaesitteestä ja muista jaettavista lehtisistä ja julisteista kauppojen seinillä. Teksti-tv ja Huittisten paikalliset elektroniset taajamanäytötkin nousivat yhteistyökumppaneiden vastauksista esiin. Myös pelaajien esittäytymiset ja kahvitukset marketeissa sekä muissa tilaisuuksissa koettiin informatiivisina ottelutapahtumien suhteen. Lisäksi yksittäiset henkilöt ovat jakaneet tietoa ottelutapahtumista, sillä vastausten mukaan tietoa on saatu kavereilta, LP-Vampula Huittisten ohjausryhmältä sekä sähköpostitse tai henkilökohtaisesti manageri Timo Talvitieltä.

LP-Vampula Huittisten ottelutapahtumat toistuvat tutulla kaavalla, kuten kohdassa 5.3.1 on esitelty. Koska LP-Vampula Huittisten kotiottelut ovat katsojien viihtyvyyden ja elämyksellisyyden sekä yhteistyökumppaneiden näkyvyyden kannalta oleellisia tapahtumia, saivat yhteistyökumppanit omien ottelutapahtumakokemustensa perusteella arvioida, miten LP-Vampula Huittisten ottelutapahtumia voisi heidän mielestään kehittää. Yhden vastaajan mielestä ottelutapahtumat ovat nykyisellään hyviä, mutta kehitysehdotuksiakin ilmeni. Tuloksissa toivottiin väliohjelman järjestämistä pitkälle 15 minuutin erätauolle sekä kielitaitoa lehdistötilaisuuksien haastattelutilanteisiin. Vastauksia annettiin myös yhteistyökumppanuuksiin liittyen:

”Sponsorien kanssa tiiviimpi yhteistyö ja sitä kautta yksittäisien ottelutapahtumien kasvattaminen hiljalleen isommiksi. Kasvaminen kohti uutta hallia.” H₈

Vastauksista nähdään, että LP-Vampula Huittinen voi yhä tiiviimmän sponsoriyhteistyön avulla kasvattaa ottelutapahtumiaan ja jo nyt ennakoida tomissaan rakennettavaa urheiluhallia silmällä pitäen.

6.3 Yhteistyötyytyväisyys

Kyselyn perusteella LP-Vampula Huittisten yhteistyökumppanit ovat tyytyväisiä yhteistyöhön nykyiseen yhteistyösopimukseen pohjautuen, sillä kaikki kyselyyn vastanneet yksitoista yhteistyökumppania, joilla on voimassa oleva yhteistyösopimus LP-Vampula Huittisten kanssa, kokevat yhteistyösopimuksen sisällön täyttyneen. Kyselystä nousi esiin, että osa yhteistyökumppaneista haluaa jatkossakin sopia yhdestä yhteistyösopimuskaudesta kerrallaan, kun taas jotkut yhteistyökumppaneista ovat jo tai ovat ainakin halukkaita ja valmiita pitkäjänteiseen yhteistyöhön. Tämän edellytyksinä ilmenivät yhteistyön suunnittelu ja kummankin osapuolen hyöty, sekä tietämys siitä, mitkä ovat seuran pitkän tähtäimen suunnitelmat ja millä edellytyksillä niistä aiotaan selvittää. Pohdittavina kysymyksinä olivat myös pelaaja- ja valmentaja-asiat tulevaisuudessa.

LP-Vampula Huittisten kannattaa pitää kiinni näistä yhteistyökumppaneista, jotka ovat valmiita pitkäjänteiseen yhteistyöhön. Ne ovat jatkossakin LP-Vampula Huittisten toiminnan kehittämisen ja rahoittamisen kannalta tärkeitä yhteistyökumppaneita ja joiden välisestä yhteistyöstä voi ottaa mallia muiden nykyisten ja tulevien yhteistyökumppaneiden kanssa neuvoteltaessa.

6.4 LP-Vampula Huittisten tuoma lisäarvo

Kyselyssä haluttiin herätellä yhteistyökumppaneita miettimään, millaista lisäarvoa ja mitä hyötyä he kokevat saaneensa yhteistyöstä LP-Vampula Huittisten kanssa. Yhteistyökumppanit mielsivät hyödyikseen mm. näkyvyyden sekä verkostoitumisen. Yksi

yhteistyökumppaneista totesi olevansa mukana lähinnä kannatusmielessä, eli yhteistyökumppanilla ei ole suuremmin odotuksia yhteistyön suhteen. Yhden vastaajan mielestä on mukava olla mukana yhteistyössä omilla resursseilla ja oman ajan tiimoilta. Vastauksista ilmeni kaiken kaikkiaan positiivista palautetta, kuten:

”Asiakasvirtaa myymälään, positiivista imagon nostoa, yrityksen näkyminen laajemmalle kuin vain Huittisissa, yrittäjien mielenterveysseura.” H₈

”Yhteistyö yritysten kanssa on parantunut viime vuodesta, koko ajan opitaan lisää.” H₉

”LP tärkeä tekijä kaupungin elinvoiman ja asukkaiden viihtyvyyden kannalta, joten tärkeää, että olemme mukana. Lisäksi saamme kansallista näkyvyyttä.” H₁₀

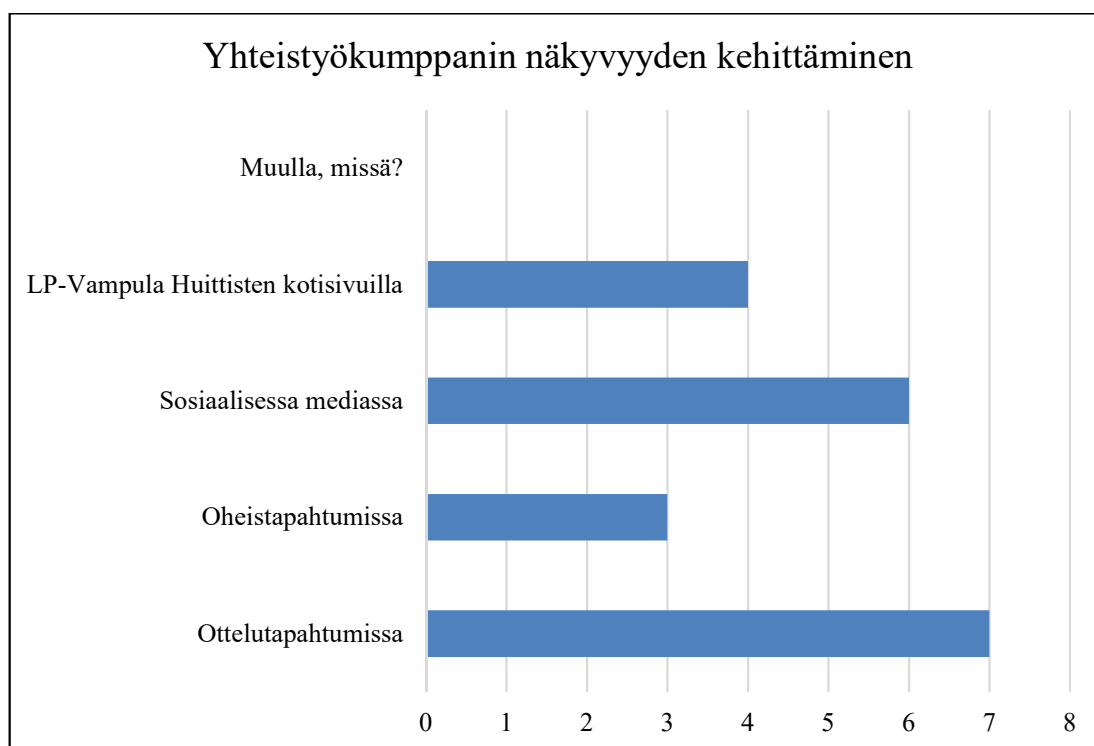
Kyselyn perusteella voidaan siis todeta, että LP-Vampula Huittista sekä yhteistyötä sen kanssa pidetään tärkeänä, ja että LP-Vampula Huittisten lyhyen historian aikana yhteistyössä on menty eteenpäin, ja sitä ollaan valmiita kehittämään edelleen. Toisaalta taas vastauksista ilmeni, että yhteistyön pitkäjänteisyyttä aina Vampulan urheilijat ry:n aikaisesta toiminnasta lähtien huomioitaisiin ja tuotaisiin vielä enemmän esiin.

”Toivomme, että yleisö huomaisi tai heille kerrotaisiin pitkäaikaisista tukijoista. Ts. että olemme tukeneet vampulalaista lentopalloa jo kauan ja pieneltä osaltaan mahdollistaneet nykyistä toimintaa, vaikka ehkä tällä hetkellä emme pysty pääsponsorina olemaan.” H₄

Yhteistyökumppanuuden merkityksen LP-Vampula Huittisille toivotaan siis näkyvän myös niissä tapauksissa, joissa rahallinen tukeminen ei ole välttämättä ollut kaikkein suurinta, mutta yhteistyökumppani on pitkäjänteisesti pysynyt tukemassa Vampulan urheilijat ry:tä ja nykyisin LP-Vampula Huittista.

6.5 Yhteistyön näkyvyys

Yhteistyökumppaneita pyydettiin vastauksissaan arvioimaan, haluaisivatko he LP-Vampula Huittisten näkyvän enemmän yrityksensä tai yhteisönsä toiminnassa ja missä heidän näkyvyyttään LP-Vampula Huittisten yhteistyökumppanina voisi kehittää. Kysymykseen oli mahdollista antaa oma ehdotuksensa siitä, missä näkyvyyttä voisi kehittää, mutta ajatuksia tästä ei kuitenkaan tullut.



Kuvio 8. Yhteistyökumppanin näkyvyyden kehittäminen (N=12)

Eniten kehittämismahdollisuuksia vastauksissa nähtiin (kuvio 8) LP-Vampula Huittisten ottelutapahtumien ja sosiaalisen median näkyvyyden suhteen. Seitsemän yhteistyökumppania eli 58 % vastaajista oli sitä mieltä, että heidän näkyvyyttään voisi parantaa ottelutapahtumissa, kun taas sosiaalisessa mediassa (Facebook, Instagram ja Twitter) näkyvyyttä voisi kehittää kuuden vastaajan eli 50 % mielestä. LP-Vampula Huittisten kotisivuilla näkyvyyden kehittämistä toivoi 33 % vastaajista eli neljä ja oheistapahtumissa kolme vastannutta yhteistyökumppania eli 25 % vastaajista.

Kyselyyn vastanneista (N=12) puolet vastasi, etteivät näe tarvetta sille, että LP-Vampula Huittinen näkyisi enemmän yhteistyökumppanin toimissa. Viiden vastaajan

mukaan haluja tähän puolestaan löytyy. Näistä viidestä vastaajasta neljä antoi oman ajatuksensa tai ehdotuksensa näkyvyyden parantamiseksi omassa yrityksessään tai yhteisössään, joista alla on muutama esimerkki:

”Lp Vampulan tulisi kehittää toimintansa kautta koko Huittista ja tuoda eri toimijoiden hyvää tekemistä esille. Hiukan kuin nostaa sponsoriensa hyvää tekemistä esille oman toimintansa tukemiseksi.” H₈

”Mikäli omassa kunnassamme on pelaajia, näitä voisi hyödyntää markkinoinnissa ja esim. kouluyhteistyössä”. H₂

Ajatuksista voidaan tulkita, että LP-Vampula Huittisten rooli nähdään varsin laajasti, ei pelkästään omaan yritykseen tai yhteisöön vaikuttavana tekijänä. Vastauksissa tuotiin ilmi LP-Vampula Huittisten merkitystä koko Huittisille yrityksistä ja yhteisöjä yhteen kokoavana tahona. Vastauksissa toivottiin myös muuta LP-Vampula Huittisten pelaajien esiintymistä ja osallistumista nuorisotapahtumiin ja ylipäätään LP-Vampula Huittisten esilletuomista nykyistä enemmän, eli LP-Vampula Huittisilla koetaan olevan merkitystä etenkin alueen nuorisoon.

6.6 Alueellinen merkitys

Kyselyn yksi aihealueista käsitteli LP-Vampula Huittisten lisäarvoa ja hyötyä Huittisille ja sen lähialueille urheiluseurana. LP-Vampula Huittinen haluaa kantaa yhteiskuntavastuunsa ja toimia näin myös alueellisena vaikuttajana, ei pelkästään lentopallouseurana, ja tästä syystä aihealueeseen liittyvät vastaukset ovatkin tärkeitä. Kyselyn perusteella saadut vastaukset ovat erittäin positiivisia ja LP-Vampula Huittista kannustavia, kuten seuraavista näytteistä voi lukea:

”Varmasti tekee Huittista tunnetuksi myös muualla Suomessa. Kertoo jo jotakin, kun ollaan jossakin lajissa pääsarjassa.” H₁₂

”Merkittävä toimija, jonka kautta koko Huittinen voi olla oikeiden tekijöiden kautta esillä muualla Suomessa.” H₈

Vastauksista voidaan päätellä, että yhteistyökumppanit näkevät LP-Vampula Huittisten antavan Huittisten kaupungille positiivista näkyvyyttä ja että koko Huittinen voi LP-Vampula Huittisten avulla olla esillä muualla Suomessa. Vastauksissa toivottiin myös, että LP-Vampula Huittisilla on pieni positiivinen vaikutus Huittisten kaupungin asukasmäärään, koska alueelta löytyy urheilumahdollisuuksia junioritoiminnasta aina SM-sarjatasolle asti.

Kyselystä ilmeni myös LP-Vampula Huittisten hyöty alueen yrityksille. LP-Vampula Huittisten ottelut nähdään tapahtumana, jotka saavat väkeä liikkeelle Huittisten lähiseuduilta ja tätä kautta paikalliset yritykset saavat oman hyötynsä.

”Yritykset voivat verkostoitua ja saada näkyvyyttä myös valtakunnallisesti. Luo yhteenkuuluvuutta ja jos joukkue pärjää, se nostaa yhteishenkeä paikkakunnalla.” H₉

”Elinvoiman ja viihtyvyyden kannalta olennaista merkitystä.” H₁₀

Huittisissa on yleisesti vahva yhdessä tekemisen kulttuuri ja urheiluviihdettä alueelle on ehkä kaivattukin. Nämäkin asiat tulivat ilmi kyselyn vastauksista.

Yhteistyökumppaneilta kysyttiin myös, mitä hyötyä he kokevat Huittisten alueelle ja kaupungille siitä, että LP-Vampula Huittinen pelaa naislentopalloa Suomen mestaruusliigatasolla. Näkyvyyden, tunnettuuden ja positiivisen toiminnan ja julkisuuden lisäksi vastauksista ilmeni useita muita huomionarvoisia kommentteja, kuten:

”Tärkeä lähialueen junioripelaajille, että on esikuvia ja mahdollisuus seurata ylimmän tason pelejä.” H₁

”Liigajoukkue edustaa aina Suomen huippua, se on kiistaton tosiasia, joka vähentää eri lajien välistä ”kyräilyä”. LP Vampula on tällä hetkellä Huittisten kovin urheilujoukkue ja se varmasti helpottaa sponsoreiden päätöksentekoa.” H₂

On tärkeä huomata, että yhteistyökumppanit ovat samaa mieltä LP-Vampula Huittisten kanssa siitä, että LP-Vampula Huittisten toiminta Suomen mestaruusliigatasolla

voidaan nähdä esikuvana alueen nuorille harrastajille jopa lajista riippumatta. LP-Vampula Huittinen ei toiminnallaan kilpaile muiden urheilu- tai harrasteseurojen kanssa, vaan ennemminkin haluaa tehdä yhteistyötä niiden kanssa ja toimia esimerkkinä. Toki Suomen mestaruusliigatasolla pelaaminen vaatii alempia sarjatasoja enemmän sponsorointiyhteistyötä ja sitä kautta varoja toimintaan. LP-Vampula Huittisten taholta sen ei kuitenkaan ole tarkoitus olla alueen muilta harrastajilta pois.

Kyselyn vastauksissa korostui monenlainen yhteisöllisyys, josta on esimerkkinä seuraava näyte:

”Positiivisia esikuvia nuorille ja hyvä harrastus ihan kaikille. Pelitapahtumat ovat monen eri sidosryhmän kohtaamispaikka (nuoren, aikuiset, seniorit, työntekijät ja yrittäjät, kuntapäätäjät). Aina kun ihmiset kohtaavat, syntyy keskustelua joka mahdollistaa kokonaisuuden kehittymisen.” H₈

On hyvä, että ottelutapahtumat koetaan sosiaalisena kohtaamispaikkana, jossa voi osallistua keskusteluihin lentopallon ulkopuoleltakin. Näin LP-Vampula Huittinen voi tuoda ihmisiä yhteen ja omalta osaltaan mahdollistaa yhteenkuuluvuuden tunnetta.

Erään vastauksen mukaan Suomen mestaruusliigatasolla pelaaminen tuo Huittisten nimeä tietoisuuteen Huittisten ulkopuolella, mutta samasta vastauksesta kävi ilmi, että on Huittisten alueen toimijoiden tehtävä ottaa hyöty irti LP-Vampula Huittisten tuomasta mahdollisuudesta alueelle. Tämä on hyvä huomata LP-Vampula Huittisten yhteistyösuhteissa. Yhteistyökumppanuuden tulee olla vuorovaikutteista, jossa kummatkin osapuolet ideoivat ja ovat valmiita toteuttamaan sopimiaan ja suunniteltavia asioita.

Aiemmassa kohdassa mainittiin yhteistyö alueen muiden urheiluharrastajien kanssa. Tästä hyvänä esimerkkinä on Huittisiin rakennettava uusi urheiluhalliprojekti, jota LP-Vampula Huittinen on vahvasti ollut kehittämässä eteenpäin. Urheilun ja liikunnan harrastamispaikkoja koskevat kysymykset ovat pitkään olleet Huittisissa esillä, mutta asiaa on vauhdittanut LP-Vampula Huittisten pelaaminen Suomen mestaruusliigata-

solla, joka edellyttää nykyistä liikuntasalia mittavampia puitteita. LP-Vampula Huittinen ei kuitenkaan ole ainoa taho, joka uudesta urheiluhallista hyötyy, vaan harrastetilat tulevat yhtä lailla alueen muiden urheilu- ja liikuntaseurojen tarpeisiin.

LP-Vampula Huittisten alueellisen merkityksen yhteydessä kysyttiin yhteistyökumppaneilta ajatuksia myös siitä, miten tulevaa urheiluhallia voisi hyödyntää LP-Vampula Huittisten ja sen yhteistyökumppaneiden kanssa. Aihe on selvästikin vielä uusi, sillä suurimaalla osalla vastaajista ei ollut vielä mielipiteitä urheiluhallin suhteen, tai sen ei koettu tuovan muutoksia nykyiseen yhteistyöhön. Annetuissa vastauksissa kuitenkin toivottiin nykyistä parempia mainostiloja sekä mahdollisesti VIP-tilojen ja -tilaisuuksien kehittämistä. Uusi urheiluhalli koettiin myös mahdollisuutena järjestää isoja konsertteja ja messuja, ehkäpä yhteistyössä LP-Vampula Huittisten kanssa.

6.7 Sidosryhmien analysointi

Tutkimustuloksissa ilmenneiden 12 yhteistyökumppanin vastausten perusteella voitiin laatia tiivis sidosryhmäanalyysi siitä, mikä on yhteistyön nykytila, mitä yhteistyöltä halutaan ja miten siitä hyödytään sekä mitkä ovat yhteistyön kehittämiskohteet.

Taulukko 2. LP-Vampula Huittisten sidosryhmien analyysi

Yhteistyön edut ja hyödyt	Yhteistyön vaatimukset	Arvio yhteistyön nykytilasta	Yhteistyön kehittämiskohteet
Näkyvyys	Yksivuotinen sopimuskausi	Pitkäjänteiseen yhteistyöhön on	Koko Huittisten toiminnan kehittäminen
Verkostoituminen	kerrallaan mahdollista	valmiutta ja halukkuutta	Yhteistyökumppaneiden toiminnan esille tuomista

Imagon nostaminen	Tieto seuran pitkän tähtäimen suunnitelmista ja millä edellytyksin tavoitteet aiotaan saavuttaa	Tyytyväisyys yhteistyösopimukseen on hyvä	Näkyvyyden lisääminen entisestään eri asioissa ja palveluissa
Asiakasmäärien kasvu		Positiivinen toiminta ja julkisuus	Ottelutapahtumien kehittäminen kokonaisuutena

7 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää naisten Suomen mestaruusliigassa pelaavan lentopalloseuran, LP-Vampula Huittisten sidosryhmien yhteistyötyytyväisyyttä. Opinnäytetyön tavoitteena oli löytää keinoja, joiden avulla LP-Vampula Huittinen voisi vahvistaa ja kehittää sidosryhmäyhteistyötään niin olemassa olevien kuin myös-mahdollisten uusien sidosryhmien kanssa. Opinnäytetyön aineiston keruu suoritettiin teemahaastattelun avulla, e-lomakekyselynä yhteensä 36 yhteistyökumppanille.

Johtopäätökset

Tutkimustuloksista voidaan päätellä, että sidosryhmät ovat nykyiselläänkin tyytyväisiä yhteistyökumppanuuteen LP-Vampula Huittisten kanssa. Sidoryhmät on siis tunnistettu oikein, ja yhteistyö on ollut vuorovaikutteista. LP-Vampula Huittinen on ansainnut hyväksynnän ja luottamuksen sidosryhmiltään. Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, etteikö yhteistyön eri osa-alueilla olisi edelleen kehitettävää. Tutkimustuloksissa ilmenneiden vastausten perusteella LP-Vampula Huittinen voi kehittää ottelu- ja oheistapahtumiaan kokonaisuutena yhdessä sidosryhmiensä kanssa, sekä lisätä omaa ja yhteistyökumppaneidensa näkyvyyttä eri sosiaalisen median palveluissa, Internet-kotisivuillaan sekä sanomalehdissä. LP-Vampula Huittisten koetaan tuovan Huittisten kaupungille positiivista näkyvyyttä ja reipasta energisyyttä, jota sidoryhmät voivat

hyödyntää omissa toimituksissaan. Näkyvyyden lisäksi sidosryhmät kokevat tärkeäksi verkostoitumisen mahdollisuuden eri yhteistyökumppaneiden kanssa LP-Vampula Huittisten avulla.

Koska verkostoitumisen mahdollisuus on LP-Vampula Huittisten sidosryhmille tärkeää, tulisi tätä mahdollistaa erilaisten järjestettävien tapahtumien ja tilaisuuksien avulla. Näiden ei tarvitse aina olla aikaa vieviä ja kokoluokaltaan suuria tilaisuuksia, sillä yhteistyökumppaneillakin on omat kiireensä omien toimintojensa parissa. LP-Vampula Huittinen voisi järjestää sidosryhmilleen yhteisiä tapaamisia erilaisin teemoin vaikkapa ottelutapahtumien yhteyteen. Näin saataisiin lisättyä yhteistyökumppaneiden osallistumista itse ottelutapahtumiinkin. Yhteisissä kutsutapaamisissa voisi olla esimerkiksi vieraileva puhuja paikalla kertomassa konkreettisin esimerkein toimivan sidosryhmäyhteistyön merkityksestä. Yhteistyökumppaneilla voisi myös olla vuorollaan mahdollisuus tuoda omaa toimintaansa esille toisille LP-Vampula Huittisten yhteistyökumppaneille. Vaikka Huittinen on kooltaan pieni kaupunki, eivät kaikki alueen toimijat välttämättä tunne toistensa toimintaa. Antamalla yhteistyökumppaneille mahdollisuuden tuoda omaa toimintaansa esille, voisivat yhteistyökumppanit löytää keskuudestaan uusia sidosryhmiä itselleen.

Paikalliset yritykset ja yhdistykset ovat aktiivisesti järjestämässä Huittisissa kauppa- ja markkinatapahtumia kuluttajille. Tätä voimavaraa voisi entisestään hyödyntää LP-Vampula Huittisten toiminnassa. Joihinkin ottelutapahtumiin voisi ottaa selkeitä teemoja esimerkiksi vuodenaikojen eri sesonkien ja juhlien mukaan. Maatalous- ja viljelytuotanto ovat iso osa Huittisten elinkeinotoimintaa. Tällä sektorilla lienee vielä useita toimijoita, joita LP-Vampula Huittinen ei ole vielä tavoittanut. Esimerkiksi heti sarjakauden alussa syksyllä paikalliset toimijat voisivat myydä sadonkorjuun merkeissä omia tuotteitaan ennen ottelutapahtuman alkua. Koska otteluiden pitkille erätauoille on toivottu ohjelmaa, voisi yhtä lailla väliajoilla järjestää muotinäytöksiä ja muita palvelu- ja tuote-esittelyjä. Uusi Huittisiin rakennettava urheiluhalli luo toivotavasti puitteita nykyistä suuremman kokoluokan tapahtumajärjestelyille.

LP-Vampula Huittisten manageri Timo Talvitie kokeekin Huittisten uuden urheiluhallihankkeen merkittävänä mahdollisuutena sekä LP-Vampula Huittisille, Huittisten alu-

een muille urheilu- ja harrasteseuroille, että eri tapahtumajärjestäjille. Uuden urheiluhallin myötä koko Huittinen voi lisätä omaa elinvoimaisuuttaan ja kilpailukykyään. Tutkimustuloksissa analysoitujen vastausten perusteella LP-Vampula Huittisten sidosryhmät eivät kuitenkaan ole vielä kovinkaan tietoisia siitä, mitä uusia mahdollisuuksia urheiluhalli voisi yhteistyökumppanuuteen tuoda. Koska uusi urheiluhalli on konkreettista jo parin vuoden päästä, kannatta LP-Vampula Huittisten keskustella sen tuomista mahdollisuuksista jo nyt yhteistyökumppaneiden kanssa. Joidenkin yksittäisten yhteistyökumppaneiden kanssa näin on jo tehty, mutta lisää näkemyksiä yhteistyökumppaneilta uuden urheiluhallin hyödyntämisestä tarvitaan. On myös tärkeää, että yhteistyökumppanit tietävät, miten LP-Vampula Huittinen uuden urheiluhallin kokee vaikuttavan toimintaansa tulevaisuudessa ja mitkä ovat seuran visiot yhteistyökumppanuuksien suhteen hallihankkeen myötä.

Kuten jo aiemmin todettiin, LP-Vampula Huittinen on aktiivinen sosiaalisessa mediassa. Yhteistyökumppaneiden näkyvyyden kannalta on tärkeää, että LP-Vampula Huittisten sosiaalisen median palveluita seurataan niin oman kunnan alueella, kuin kaukana Huittisten ulkopuolellakin. Jotta huittislaiset saisivat tietää LP-Vampula Huittisten sosiaalisen median palveluista, olisi niitä hyvä tuoda esiin sekä ottelutapahtumissa, että tilaisuuksissa yhteistyökumppaneiden luona. Tällä hetkellä esim. LP-Vampula Huittisten Facebook-sivut ohjaavat väkeä ottelutapahtumiin ja yhteistyökumppaneiden luo, mutta tilanne kannattaisi kääntää myös toisin päin niin, että ihmisiä rohkaistaankin vaikkapa ottelutapahtumissa vierailemaan seuran Facebook-sivuilla.

Saatujen tutkimustulosten mukaan vaikuttaa siltä, että LP-Vampula Huittinen on sidosryhmiensä kanssa samaa mieltä monessakin yhteistyötä ja sen laajuutta koskevassa asiassa. Toimintaa ei pidetä pelkkänä paikallisena urheiluna ja sen kannattamisena, vaan koko Huittisten alueeseen vaikuttavana tekijänä, joka huomio useita eri tahoja ja luo yhteenkuuluvuuden tunnetta kohottaen huittislaista itsetuntoa niin yrityksissä kuin yksilötasollakin.

LP-Vampula Huittinen voi siis hyvillä mielin lähteä jatkokehittämään yhteistyösuhteita kohti tulevia sarjakausia. Olemassa olevista sidosryhmistä halutaan pitää kiinni, mutta uusiakin kumppaneita tarvitaan. Kehittämisen kannalta LP-Vampula Huittisten

tulee huomioida niitä sidosryhmiä, jotka tuovat mielipiteitään esiin yhteistyösuhteestaan. LP-Vampula Huittinen on vasta alkutaipaleella rakentamassa ja kehittämässä seuratoimintaansa, mutta sillä koetaan nyt jo olevan merkittävää vaikutusta myös alueellisesti Huittisiin kaupunkina sekä sen asukkaisiin ja yrityksiin. Yhteistyökumppanit ovat ylpeinä mukana tukemassa ja kehittämässä LP-Vampula Huittisten toimintaa. Mikä tärkeintä, yhteistyökumppaneilta löytyy aitoa kiinnostusta vahvistaa ja kehittää yhteistyötään LP-Vampula Huittisten kanssa.

Kuten aiemmin tulikin jo esille, että Huittinen on elinvoimainen kaupunki, jossa yritykset ja yhteisöt järjestävät yhteisiä tapahtumia ympäri vuoden. Oli tapahtuma mikä tahansa, on tärkeää, että LP-Vampula Huittinen on osaltaan esillä näissä tapahtumissa. Näin seura voi osoittaa, että se haluaa ja aikoo olla osana Huittista. LP-Vampula Huittisten sidosryhmäyhteistyön tulevaisuuden mahdollisuuksia kuvastaakin seuran oma tunnuslause: *It's all about attitude!*

LÄHTEET

Alaja, E. 2000. Arpapeliiä? Urheilumarkkinoinnin käsikirja. Helsinki: Suomen urheilumuseosäätiö.

Alaja, E. & Forssell, C. 2004. Tarinapeliä: Sponsorin käsikirja: sponsorointiyhteistyön perusteet ja käytännön toimintaohjelma. Helsinki: Suomen urheilumuseosäätiö: Mainostajien liitto.

Anttila, R. & Koivujoki, M. 2016. Päätä oikein: Seurajohtajan käsikirja. Helsinki: Valo ry, Valtakunnallinen liikunta- ja urheiluorganisaatio ry. Viitattu 12.11.2016. <http://www.sport.fi/urheiluseura/hyva-hallinto/paata-oikein>

Autotien www-sivut 2016. Viitattu 15.11.2016. <http://www.autotie.fi/tien-sivusta/suomen-paras-autokauppalvelu-on-huittisissa>

Cornwell, T. B. 2014. Sponsorship in marketing. Effective communication through sports, arts and events. London: Routledge.

Funding Centren www-sivut 2016. Viitattu 15.11.2016. <http://www.fundingcentre.com.au/help/top-10-sponsorship>

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2008. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. uud.p. Helsinki: Tammi.

Juholin, E. 2009. Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön. 5. uud.p. Helsinki: Infor Oy.

Juutinen, S. 2016. Strategisen yritysvastuun käsikirja. Helsinki: Talentum Pro. Viitattu 22.10.2016. <https://www.ellibs.com/>

Kujala, J. & Kuvaja, S. 2002. Välittävä johtaminen – Sidosryhmät eettisen liiketoiminnan kirkittäjinä. Helsinki: Talentum.

Lauttakylä-lehden www-sivut 2016. Viitattu 16.11.2016. <https://www.lauttakyla.fi/uutinen/030715/saparo-beach-tuo-helteeseen-rantatunnelmaa>

Lentopallon mestaruusliigan www-sivut 2016. Viitattu 15.11.2016. <http://www.mestaruusliiga.fi/liiga/sarjamaaraykset.html>

LP-Vampula Huittisten Facebook-sivut 2016. Viitattu 20.11.2016. <https://fi-fi.facebook.com/LP-Vampula-Huittinen-1415031795438429/>

LP-Vampula Huittisten Instagram-sivut 2016. Viitattu 20.11.2016. Pääsy vain kirjautuneilla Instagram-tilien omistajilla

LP-Vampula Huittisten Twitter-sivut 2016. Viitattu 20.11.2016. <https://twitter.com/lpvampula>

LP-Vampula Huittisten www-sivut 2016a. Viitattu 15.11.2016. <https://lp-vampula.fi/news/185/21/Suomen-parasta>

LP-Vampula Huittisten www-sivut 2016b. Viitattu 16.11.2016. <https://lp-vampula.fi/yhteistyokumppanit>

LP-Vampula Huittisten www-sivut 2016c Viitattu 16.11.2016. <https://lp-vampula.fi/news/189/21/Loistavat-pikkujoulubileet>

Mäntylä, M. 'Aina ennenkin... Keskustelunavauksia urheiluseuratoiminnasta.' Yritysyhteistyö – Viisi parasta vinkkiä urheiluseuralle. 23.12.2014. Viitattu 13.11.2016. <http://ainaennenkin.fi/yritysyhteistyö-viisi-parasta-vinkkia-urheiluseuralle/>

Näsi, J. 1995. Understanding stakeholder thinking. Helsinki: LSP-julkaisut.

Patentti- ja rekisterihallituksen www-sivut 2016. Viitattu 22.11.2016. https://www.prh.fi/fi/yhdistysrekisteri/rekisteroity_ja_rekisteroimaton_yhdistys.html

Talvitie, T. 2016. Manageri, LP-Vampula Huittinen. Huittinen. Henkilökohtainen tiedonanto 20.11.2016.

Valanko, E. 2009. Sponsorointi. Yhteistyökumppanuus strategisena voimavarana. Helsinki: Talentum.

Vampulan urheilijat ry:n www-sivut 2016. Viitattu 12.11.2016. <http://www.vampulanurheilijat.fi/posts/vampulan-urheilijoiden-naisten-edustuslentopallotoiminta-siirtyy-uuden-perustettavan-sisarseuran-lp-vampula-huittinen-alle-147.php>

Yritys- ja yhteisötietojärjestelmän www-sivut 2016. Viitattu 12.11.2016. <https://tietopalvelu.ytj.fi/yritystiedot.aspx?yavain=2517596&tarkiste=2638C21180FA812F1EF52B49AF8A76FACEB4E66F>

Hei!

10.11.2016



LP-Vampula Huittinen haluaa kehittää yhteistyötään sidosryhmiensä kanssa. Siksi pyytäisin Teitä vastaamaan tähän kyselyyn ja kertovan, millaisia ajatuksia Teillä on nykyisestä yhteistyöstä ja sen tulevista mahdollisuuksista LP-Vampula Huittisten kanssa. Näin pystymme kehittämään tulevaa toimintaamme.

Kysely on laadittu Satakunnan ammattikorkeakoulun opinnäytetyön osana. Kyselyn vastaukset käsitellään anonyymisti.

Kaikki vastaajat saavat kaksi vapaalippua LP-Vampula Huittisten runkosarjan kotiotteluun.

Kiitos vastauksistanne ja ajastanne!

Lisätietoja ja yhteistyöterveisin,

Laura Heikkonen

LP-Vampula Huittinen

p. xxx xxx xxx

etunimi.sukunimi@gmail.com

KYSELYLOMAKE

Taustatiedot

1. Onko yrityksellänne / yhteisöllänne voimassa oleva yhteistyösopimus LP-Vampula Huittisten kanssa?

- Ei
- Kyllä

Jos vastasitte kyllä, niin kuinka pitkä nykyinen yhteistyösopimus on?

2. Kuinka kauan yhteistyönne LP-Vampula Huittisten kanssa on jatkunut?

- alle vuoden
- 1 – 2 vuotta
- yli 2 vuotta

3. Miten yhteistyönne LP-Vampula Huittisten kanssa alkoi?

- LP-Vampula Huittisten taholta otettiin yhteyttä
 - otitte itse yhteyttä LP-Vampula Huittisiin
 - muu, mikä?
-

Seuraaminen ja kehittäminen

4. Oletteko seuranneet LP-Vampula Huittisten seuran toimintaa lentopallon Suomen mestaruusliigassa? Valitkaa yksi tai useampi vaihtoehto.

- osallistunut ottelutapahtumiin
 - Internetistä LP-Vampula Huittisten kotisivuilta
 - sosiaalisessa mediassa (Facebook, Instagram, Twitter)
 - en ole seurannut
 - lukenut sanomalehdistä, jos niin mistä lehdistä?
-

5. Millaisessa roolissa olette osallistunut LP-Vampula Huittisten ottelutapahtumiin? Valitkaa yksi tai useampi vaihtoehto.

- katsojana
- otteluisäntänä
- kutsuvieraana
- en ole osallistunut

6. Mistä olette saanut tiedon LP-Vampula Huittisten ottelutapahtumista?

7. Onko LP-Vampula Huittisten ottelutapahtumista ollut tietoa helposti löydettävissä?

- Ei
- Kyllä

8. Miten LP-Vampula Huittisten ottelutapahtumia voisi mielestänne kehittää?

Yhteistyö

9. Koetteko LP-Vampula Huittisten seuran kanssa laatimanne yhteistyösopimuksen sisällön täyttyneen?

- Ei
- Kyllä

10. Millaista lisäarvoa ja mitä hyötyä koette saaneenne yhteistyöstä LP-Vampula Huittisten kanssa?

11. Millaisilla edellytyksillä lähtisitte pitkäjänteiseen yhteistyöhön LP-Vampula Huittisten seuran kanssa?

Yhteistyön näkyvyys

12. Missä seuraavista mielestänne yrityksenne/yhteisönne näkyvyyttä LP-Vampula Huittisten yhteistyökumppanina voisi kehittää?

- ottelutapahtumissa
- oheistapahtumissa
- sosiaalisessa mediassa (Facebook, Instagram, Twitter)
- Internetissä LP-Vampula Huittisten kotisivuilla
- muualla, missä?

13. Haluaisitteko LP-Vampula Huittisten näkyvän enemmän yrityksenne / yhteisönne toimissa?

- Ei
- Kyllä

Jos vastasitte kyllä, niin miten?

Alueellinen merkitys

14. Millaista lisäarvoa LP-Vampula Huittisten seuran toiminnalla koette olevan Huittisten alueella?

15. Mitä hyötyä Huittisten alueelle ja kaupungille koette siitä, että LP-Vampula Huittinen pelaa naisten lentopalloa Suomen mestaruusliigatasolla?

16. Miten LP-Vampula Huittinen seurana voisi hyödyntää uutta, Huittisissa rakenteilla olevaa urheiluhallia yhteistyön kehittämisessä kanssanne?

Kiitos vastauksistanne!

Lisätietoja,

Laura Heikkonen

p. xxx xxx xxxx

etunimi.sukunimi@gmail.com

Hei!

Pyytäisin Teitä vastaamaan kyselyyn, jonka avulla LP-Vampula Huittinen haluaa vahvistaa ja kehittää yhteistyötään sidosryhmiensä kanssa.

Kyselyyn vastaaminen kestää 10-15 minuuttia, vastaukset käsitellään anonyymisti. Kysely on osa ammattikorkeakoulun opinnäytetyötäni.

Toivon, että vastaisitte kyselyyn viimeistään 16.11.2016.

Kaikki vastaajat saavat kaksi vapaalippua LP-Vampula Huittisten runkosarjan kotiotteluun.

Kiitos vastauksistanne!

Hyvää syksynjatkoa toivottaen,

Laura Heikkonen

Satakunnan ammattikorkeakoulu, Huittinen

p. xxx xxx xxxx

etunimi.sukunimi@gmail.com