

Valtteri Heikkinen ALK17S

## Minimaajoukkuetoiminnan päätösleiriviikko

Jouni Parkkali Oy:lle



Liikunnanohjaaja (AMK)  
Liikunnan ja vapaa-ajan kou-  
lutus  
Syksy 2020

## **Tiivistelmä**

**Tekijä:** Heikkinen Valtteri

**Työn nimi:** Minimaajoukkue toiminnan päätösleiriviikko Jouni Parkkali Oy:lle

**Tutkintonimike:** Liikunnanohjaaja (AMK), Liikunnan ja vapaa-ajan koulutus

**Asiasanat:** liikuntatapahtuma, liikuntamatkailu, päätösleiri, lentopallo

Opinnäytetyön tarkoituksena oli suunnitella ja toteuttaa Minimaajoukkue toiminnan päätösleiriviikko Jouni Parkkali Oy:lle. Tämän projektin tehtävänä oli järjestää ainutlaatuinen päätösleiriviikko Italiassa vuosien 1998-2020 minimaajoukkuelaisille. Opinnäytetyön tekijän näkökulmasta tavoitteena oli kehittää taitoja tapahtumien suunnittelussa ja järjestämisessä. Toimeksiantajan perspektiivistä tavoitteena oli järjestää pitkään kestäneelle Minimaajoukkueelle sen ansaitsema päätös.

Tapahtuman pääidea oli järjestää noin viikon kestävä päätösleiri Cesenaticon Eurocampilla. Viikon ohjelma oli tarkoituksena tehdä muistelun näkökulmasta. Käytännössä tämä tarkoittaa menneiden minimaajoukkueleirien muistelua, muun muassa tuttujen vuosientakaisten ohjelmanumeroiden avulla. Tämän projektin kohderyhmänä olivat Minimaajoukkueen osallistujat vuosilta 1998-2020. Tämä ryhmä sisälsi osanottajia eri ikäryhmistä, mikä toi oman haasteensa tapahtuman ohjelman suunnitteluun sekä toteutukseen.

Tapahtuma oli tarkoituksena järjestää kesäkuussa 2020 Cesenaticon kylässä Eurocamp nimisessä leirikeskuksessa. Tapahtuman arviointia oli määrä toteuttaa muun muassa leiriviikon lopulla tuotettavalla palautekyselyllä sekä tapahtuman järjestämiseen osallistuneen projektiryhmän päätöspalaverilla. Päätöspalaverin sekä palautekyselyn aiheina oli tarkoituksena olla tapahtuman onnistumiset ja kehittämiskohteet. Opinnäytetyössä käytetty teoria oli pääasiallisesti tapahtumien järjestämiseen ja markkinointiin, muistelumenetelmiin sekä liikuntamatkailuun liittyviä. Nämä aiheet liittyvät hyvin läheisesti itse tapahtumaan ja näin ollen olivat hyödyllisiä sen organisoinnissa.

Opinnäytetyön suurin merkitys on tulevaisuuden kannalta. Itse tapahtuman toteutus jouduttiin perumaani maailmalla vallitsevan COVID-19 koronavirustilanteen takia. Näin ollen tämä työ tarjoaa valmiin pohjan tulevaisuudessa järjestettävälle tapahtumalle.

## **Abstract**

**Author:** Heikkinen Valtteri

**Title of the Publication:** Minimaajoukkue reunion for Jouni Parkkali Oy

**Degree Title:** Bachelor of Sports Studies

**Keywords:** sports event, sport tourism, ending camp, volleyball

The purpose of this thesis was to organize and accomplish a reunion and ending camp of Minimaajoukkue activity for Jouni Parkkali Oy. The aim of this project was to develop a unique reunion and ending camp in Italy for participants of Minimaajoukkue since 1998 to 2020. From the perspective of the author of this thesis the purpose was to develop skills in organizing and executing projects. To Jouni Parkkali Oy the purpose and aim of this thesis was to develop a well-earned ending to this long-lasting project that has to come to its end.

The main idea of this happening was to organize about a week-long reunion camp at Eurocamp in Cesenatico. The program for the week was planned to make from an angle of reminiscence. In practice it means having all kinds of competitions and day trips similar to the original Minimaajoukkue camp years ago. The target audience for this project was participants of the original Minimaajoukkue from years 1998-2020. This group includes participants from different age groups that makes the project's program organizing a little challenging.

The event was organized on June 2020 at Eurocamp Cesenatico and the estimation of this project was completed by an inquiry in the end of the week. The topics of the inquiry were about the success of the Minimaajoukkue reunion and it was held to the participants of this happening. After the completed event there was also a meeting with the project group. In this meeting conversations were about what was good and what could be better in this event. Theories used in this thesis were mostly about marketing and organizing projects, reminiscence used in different contexts and sports tourism. These topics were closely related to this event and in that case they were beneficial at organizing this project.

The importance of this thesis is mostly for the future. The implementation of this project was cancelled because of the existing coronavirus situation. In that case this thesis provides a complete plan for organizing this event in the future.

## Sisällys

1	Johdanto .....	1
2	Teoriataustan esittely .....	2
2.1	Liikuntamatkailu .....	2
2.1.1	Liikuntamatkailun luokittelu .....	3
2.1.2	Liikuntamatkailun vaikutukset .....	4
2.2	Tapahtumamarkkinointi .....	8
2.2.1	Tapahtuman markkinoinnin suunnittelu ja toteutus .....	9
2.2.2	Tapahtuma markkinoinnin välineenä .....	11
2.3	Muistelumenetelmät tapahtumasisältönä .....	12
2.3.1	Muistot ja muistiherätteet .....	12
2.3.2	Muistelutyön menetelmiä .....	14
3	Toteutussuunnitelma .....	15
3.1	Toimeksiantaja .....	15
3.2	Tarkoitus, tavoite ja opinnäytetyötä ohjaavat kysymykset .....	16
3.3	Projektiryhmä .....	17
3.4	Markkinoinnin suunnittelu ja tiedotus .....	19
3.5	Leiriviikon suunnittelu ja ohjelma .....	20
3.6	Palaute .....	23
4	Pohdinta .....	25
4.1	Opinnäytetyöprosessin arviointi .....	25
4.2	Ammatillinen kehittyminen .....	26
	Lähteet .....	28
	Liitteet	

## 1 Johdanto

1960 luvulta lähtien urheilusta on tullut kansainvälisesti merkittävä osa-alue suurissa mittasuhteissa, vetäen puoleensa suurta medianäkyvyyttä, rahaa, politiikkaa sekä valtavia osallistujamääriä. Samaan aikaan matkailu ja turismi kukoistavat, edelleen kasvavana, maailman suurimpana alana miljardeilla osanottajilla sekä suurilla tuotoilla. Ei siis ole yllättävää, että liikunta- ja matkailualalla on olemassa vahva suhde keskenään, täydentämällä toinen toisiaan. (Standeven & De Knop 1999.) Lomamatkan kohteen valintaan vaikuttavia tekijöitä on paljon erilaisia, mutta yksi suuri kasvava tekijä ihmisten lomamatkoilla, on osallistuminen urheiluun tavalla tai toisella. Nykyaikaisessa yhteiskunnassa on vain harvoja tekijöitä, jotka tuottavat yhtä suuren heterogeenisen matkustajavirtauksen kuin urheilu ja liikunta. (Higham 2004, 1.)

Opinnäytetyön tarkoituksena on suunnitella ja toteuttaa Jouni Parkkali Oy:lle minimaajoukkue-toiminnan päätösleiriviikko, joka kantaa nimeä Minimaajoukkue Reunion. Kyseessä on yli kaksikymmentä vuotta toiminut kokonaisuus, joka tulee päätökseen. Opinnäytetyöni aihe siis liittyy suurempaan aikaisempaan kokonaisuuteen, joten toimeksiantaja toivoo muisteluleiriviikon olevan myös sen arvoinen. Lisäksi tapahtuma on toimeksiantajalle kohderyhmän kannalta aivan uusi ja ainut laatuaan, sillä tapahtumaan osallistuva ryhmä on sekoitus lähes kaikenikäisiä osallistujia, mikä osaltaan tuo hieman haastetta sen toteuttamisessa.

Itse tapahtuman tavoitteena on järjestää päätösleiriviikko minimaajoukkueen entisille osallistujille: koota mahdollisimman suuri ryhmä viimeistä kertaa yhteen pitämään hauska muisteluleiri. Keskeistä tässä leiriviikossa tulee olemaan nimenomaan vanhojen minimaajoukkueaikojen muistelu yhteisesti erilaisilla tavoilla, jotka soveltuvat kuitenkin kaiken ikäisille osallistujille.

## 2 Teoriataustan esittely

Opinnäytetyö on luonteeltaan isompaan kokonaisuuteen liittyvä Italiassa järjestettävä liikunnallinen päätösleiriviikko, joten teoriatausta on hyvin pitkälti keskittynyt muun muassa tapahtuman järjestämiseen, sen markkinointiin sekä liikuntamatkailuun. Näiden lisäksi tietolähteinä käytetään muisteluun liittyvää teoriaa, koska järjestettävä tapahtuma on niin sanottu muisteluleiri.

### 2.1 Liikuntamatkailu

Käsitteenä liikuntamatkailulla tarkoitetaan poistumista koti- ja työympäristöstä matkailun merkeissä sekä osallistumista liikunta- ja urheiluaktiviteetteihin joko aktiivisesti itse harrastamalla, tai passiivisesti sivusta seuraamalla. Liikuntamatkailussa on kyse vapaa-ajan vietosta, ilman esimerkiksi työhön liittyviä velvoitteita. (Standeven & De Knop 1999, 12.)

Vuonna 2000 lähes 700 miljoonaa ihmistä matkusti ulkomaille, kuluttaen arviolta noin 476 miljardia Yhdysvaltojen dollaria matkoillaan. Tutkimukset osoittavat selvästi, että lomamatkojen tarkoitus lepäämisestä ja rentoutumisesta on siirtynyt enemmänkin terveyskeskeisyyteen sekä laadukkaiden kokemusten hankkimiseen. Tähän kuuluu muun muassa aktiviteetti ja liikuntapainotteiset matkat. Teollistuneiden maiden bruttokansantuotteesta arvellaan noin 1-2 prosenttia olevan liikuntamatkailun ansiota, kun kokonaisuudessaan matkailun vastaava osuus on noin 4-6 prosenttia. (Hudson 2003.)

Alla olevassa kaaviosta pystyy päättämään liikuntamatkailun osuuden kehitystä 1970-luvulta eteenpäin. Kuten tilastoista näkee, on ihmisten lomailussa tapahtunut nousujohteisuutta liikunnan tärkeyden osalta.

	Type of holiday: sport holiday in %	Importance of sport on the holiday in %	Sport activity undertaken during the holiday in %
1971	(not asked)	7.6	13.8
1975	1.8	9.0	17.8 <sup>(1)</sup>
1980	2.2	12.3	19.0
1985	4.3	10.8	15.9
1990	4.8 <sup>(2)</sup>	15.5	23.0
1995	5.4	8.1/21.9 <sup>(3)</sup>	24.3
1999	(not asked)	7.7/22.6 <sup>(4)</sup>	(not asked)

(1) differentiation frequent, occasional, rare; frequent and occasional=17.8

(2) old Federal German Länder

(3) 5<sup>th</sup> scale; particularly important=8.1; particularly important and important 21.9

(4) 5<sup>th</sup> scale; particularly important=7.7; particularly important and important 22.6

Kuva 1. Liikunnan aktiivisuus ja tärkeys lomamatkoilla 1971-1999 (Ritchie & Adair 2004, 126)

### 2.1.1 Liikuntamatkailun luokittelu

Liikuntamatkailun muotoihin ei ole olemassa yhtä ainoaa kaikkia miellyttävää luokittelua, mutta yksinkertaisesti se voidaan jakaa kolmeen eri segmenttiin, joita ovat aktiivinen, tapahtuma- ja nostalgiamatkailu.

Aktiivisen liikuntamatkailijan lomamatkalla liikunnan harrastaminen on olennaista. Myös tämä segmentti voidaan jakaa kahteen hieman erilaiseen aktiiviseen liikuntamatkailijaan, joiden lomamatkailu voidaan nimellisesti jakaa liikuntalomailuun, jonka pääasiallisena tarkoituksena on liikunnan harrastaminen sekä lomaliikuntaan, jossa harrastaminen on satunnaista mutta kuitenkin läsnä. Joka tapauksessa kaiken tasoinen liikunnan harrastaminen lomamatkalla voidaan laskea aktiiviseksi liikuntamatkailuksi. (Standeven & De Knop 1999, 88.) Turistien suosituimpia urheilulajeja talvisin ovat muun muassa laskettelu ja lumilautailu, kun taas kesäisin kovassa suosiossa ovat esimerkiksi vaeltaminen, vuorikiipeily ja erilaiset vesilajit. Aktiivista liikuntamatkailua on kyseenalaistettu muun muassa siitä, että lasketaanko kaikki vapaa-ajan vieton muodot sekä seikkailumatkailu liikuntamatkailuksi. (Ritchie & Adair 2004, 9.) Tämän segmentin osuus kaikesta matkailusta maailmalaajuisesti arvellaan olevan noin reilu 10 prosenttia markkinoista (Standeven & De Knop 1999, 176-177). Nämä luvut eivät kuitenkaan ole tuoreimpia, joten ne ovat luultavasti vuosien saatossa muuttuneet paljonkin nykypäivään mennessä.

Urheilutapahtumamatkailija osallistuu lomamatkallaan passiivisesti urheiluun seuraamalla urheilutapahtumia ja kisoja katsojan roolissa. Tämänkin liikuntamatkailun osa-alueen voi jakaa kahteen

omaan alalajiin, joita ovat niin sanotut omistautuneet urheilukatsojat, joiden matkan pääasiallinen tarkoitus on jonkin urheilutapahtumaan osallistuminen katsojan roolissa sekä tavanomaiset urheilukatsojat, jotka eivät ole niin intohimoisia urheilun seuraamisen suhteen, vaan pikemminkin ilman erillistä suunnittelua osallistuvat urheilutapahtumiin yksinkertaisesti nauttiakseen niistä. Näiden kahden katsojakunnan erot eivät ole niinkään siinä mitä tapahtumaa he menevät seuraamaan, vaan enemmänkin siinä mihin heidän huomionsa kiinnittyy, kuinka suuri heidän tietämyksensä lajista ja yksinkertaisesti kuinka kiinnostuneita he oikeasti ovat. (Standeven & De Knop 1999, 111,117.) Urheilutapahtumamatkailu on liikuntamatkailun osa-alueista kaikista katsojien tarjoten eniten muun muassa tutkimusdataa aiheesta. Tämä johtunee siitä, että urheilutapahtumia on todella laaja kirjo ja etenkin niin sanotut ”mega” urheilutapahtumat keräävät turisteja ympäri maailmaa. Tällaisia suuren mittakaavan tapahtumia ovat esimerkiksi Olympialaiset, maailmanmestaruuskisat ja muut suuret kansainväliset urheilutapahtumat. Isojen urheilutapahtumien ohella myös pienemmän mittakaavan tapahtumat ovat tärkeässä roolissa etenkin pienten paikkakuntien näkyvyydelle sekä kaupalliselle tuottavuudelle. (Ritchie & Adair 2004, 11.)

Nostalgiamatkailija luokitellaan myös passiiviseksi liikuntamatkailijaksi. Tämän segmentin matkailijasta on tehty vähiten tutkimustyötä verrattuna muihin liikuntamatkailun osa-alueisiin. Nostalgiamatkailijan pääasiallisena tarkoituksena lomallaan ei ole urheilutapahtumien seuraaminen, vaan urheiluaiheisten nähtävyyksien tutkiminen. Tällaisiin nähtävyyksiin kuuluvat esimerkiksi museot ja Hall of Fame. (Ritchie & Adair 2004, 12.) Nykyään urheilumuseoita löytyy useista eri maista, joista hyvänä esimerkkinä Yhdysvallat, josta urheilun hall of fameja löytyy sadoittain (Standeven & De Knop 1999, 115).

### 2.1.2 Liikuntamatkailun vaikutukset

Liikuntamatkailu kuten kaikki muutkin turismin muodot aiheuttavat aina sekä positiivisia että negatiivisia vaikutuksia ympäristöön. Vaikutukset voivat liittyä kohteena olevan alueen sosiokulttuurisuuteen sekä ympäristön ekonomiaan. (Higham 2004, 223.) Turismin vaikutukset näkyvät aina selvemmin tilanteissa, joissa turismin kohteena olevan isännöivän yhteisön koko on pieni, verrattuna suureen matkailijoiden määrään. (Standeven & De Knop 1999, 206.)

Alla olevassa kuvassa on Smithin kehittämä seitsemän jakoinen luokittelu turisteille, perustuen niiden määrään sekä paikalliskulttuuriin sopeutumiseen. Taulukkoa tarkastellessa voi havaita, että mitä määrällisesti suuremmasta turistityypistä on kyse, sitä enemmän länsimaisia tapoja

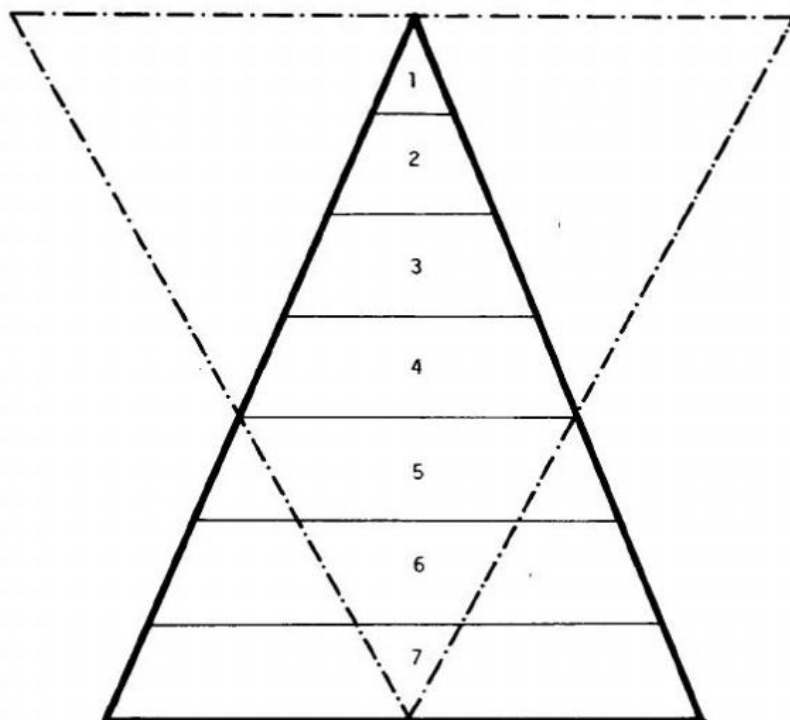


odotetaan matkakohteelta ja näin ollen paikallisen kulttuurin tapoihin sopeudutaan huonommin. Vertailussa esimerkiksi "Explorer" joita määrällisesti on todella rajoitetusti, mutta joiden sopeutumiskyky on lähes täydellinen ja "Charter" -tyyppi, joiden määrä on valtava, mutta sopeutumiskyky mitätön. (Standeven & De Knop 1999, 206-207.)

<i>Types of tourists</i>	<i>Number of tourists</i>	<i>Adaptation to local norm</i>
Explorer	Very limited	Accept fully
Elite	Rarely seen	Adapts fully
Off-beat	Uncommon but seen	Adapts well
Unusual	Occasional	Adapts somewhat
Incipient mass	Steady flow	Seeks Western amenities
Mass	Continuous flow	Expect Western amenities
Charter	Massive arrival	Demands Western amenities

Kuva 2. Turistityypit ja niiden sopeutuvuus paikallisiin tapoihin (Smith 1989, 12)

Kuvassa kolme, ilmenee eri turistityyppien vaikutukset paikalliseen kulttuuriin kolmion numeroituina lokeroina. Esimerkkinä "Explorer" jonka vaikutus on merkattuna pienimpänä kolmion kärkeen, mikä tarkoittaa vähäisintä vaikutusta kohteeseen. Katkoviivalla merkitty kolmio kertoo turistien käsityksistä ja tietämyksestä paikalliseen kulttuuriin nähden. Tässä taas "Explorer" -tyyppiä esimerkkinä käyttäen, katkoviiva kolmio on suurimmillaan tämän tyylin kohdalla, mikä kertoo siitä, että ymmärrys paikallisesta kulttuurista on suuri. Kokonaisuudessaan turistien määrän kasvaessa, voidaan olettaa myös mahdollisten negatiivisten vaikutusten kasvavan paikallista yhteisöä kohtaan. Turistien määrä ei kuitenkaan ole suoraan verrannollinen kulttuurisiin vaikutuksiin, sillä määrällisesti pienempi turistityyppi voi olla isompaa turistityyppiä harmillisempi paikalliselle kulttuurille ja ympäristölle. (Standeven & De Knop 1999, 208.)



Kuva 3. Turistien vaikutus paikalliseen kulttuuriin (numeroitu kolmio) ja niiden käsitykset sekä ymmärrys paikallisesta kulttuurista (katkoviiva kolmio). 1. Explorer; 2. Elite; 3. Off-beat; 4. Unusual; 5. Incipient Mass; 6. Mass; 7. Charter (Smith 1989, 15)

Liikuntamatkailu tarjoaa paljon asioita, jotka ovat eduksi sekä isäntäyhteisölle sekä itse urheiluturisteille. Näitä positiivisia sekä negatiivisia vaikutuksia voidaan jaotella maankäytön vaikutuksiin, psykologisiin hyötyihin ja haittoihin sekä kulttuuriin vaikutuksiin ja niin edelleen. (Standeven & De Knop 1999, 210.) Ympäristönä maaseudun on havaittu tarjoavan uusia positiivisia vaikutuksia turismiin liittyen. Farmarit ovat uskaltaneet kokeilemaan uusia vaihtoehtoja omistamilleen alueille maanviljelyn sijaan, monipuolistamalla työtään muun muassa turismin avulla. Nykymaailmassa maaseutu on yksi vaihtoehto lomamatkalle rantalomien rinnalla. Urbanissa ympäristössä liikuntamatkailun hyödyt näkyvät etenkin suurien urheilutapahtumien järjestäjäyhteisöille. Nämä positiiviset vaikutukset näkyvät muun muassa kaupunkien kehittyvässä infrastruktuurissa, tapahtumien lisäämän turismimäärän ansiosta. Turistien ymmärrys ja arvostus urheilutapahtumien järjestäjäyhteisöä kohtaan voi saada aivan uuden merkityksen, kun päästään näkemään paikallista kulttuuria ja toimintatapoja lähietäisyydeltä. Tällaisten eri kokoisten urheilutapahtumien yhteydessä turistit voivat saada hyvän mahdollisuuden tutustua paikallisiin ihmisiin ympäristöön ja heidän toimintatapoihinsa urheilun ohella. (Standeven & De Knop 1999, 210-214.)

Kuten olettaa saattaa kaikki vaikutukset eivät ole positiivisia turismissa. Suurin ero turistin ja heidän matkakohteen isäntäyhteisön välillä on se, että samaan aikaan kun toinen on vapaa-ajalla,

niin toinen on töissä. Asetelmana tällainen voi aiheuttaa negatiivista kitkaa ryhmien välillä. Uusien vapaa-ajan viettotapojen kehittyminen ja levittäytyminen maaseuduille, vähentäen maanviljelyn osuutta on kasvattanut sosiaalisia hyötyjä kokonaisuudessaan, mutta monet agrikulttuurilliset yhteisöt pitävät tällaista nykyaikaistumista uhkana. Kaupunkiolosuhteissa esimerkiksi suurien urheilutapahtumien kasvun ansiosta lisääntynyt infrastuktuuri lisää lukuisten hyötyjen lisäksi myös haitallisia vaikutuksia. Näitä negatiivisia muutoksia turismin lisääntymisen myötä ovat esimerkiksi lisääntyneet ruuhkat liikenteessä, meluhaitat sekä kasvava rikollisuus. Liikuntamatkailuun liittyy paljon kulttuuriset seikat ja negatiivisia vaikutuksia aiheuttaa etenkin niiden ymmärtämisen puute. Yleisimpiä kulttuuriin liittyviä törmäyskursseja turistien ja paikallisten välillä ovat pukeutuminen ja puhekieli. Kulttuurien välillä on suuria eroja pukeutumisessa. Nämä pukeutumiskysymykset korostuvat eniten tilanteissa, joissa ollaan esimerkiksi uimarannoilla tai kylpylöissä. Esimerkkinä turisti voi pitää täysin normaalina alasti uimarannalla uimisen, joka voi olla paikalliselle kulttuurille melkoinen loukkaus. Kulttuurien välisen kommunikoinnin kannalta yhteinen kieli on suotavaa. Yhteisen kielen puuttuminen saattaa aiheuttaa konflikteja eri kulttuurista tulevien ihmisten välille, muun muassa asioiden väärinkäsitysten takia. Lisäksi paikalliset, hieman sulkeutuneemmat ihmisyhteisöt saattavat pitää maailman ääristä matkaavia urheiluturisteja, jotka tuovat omat kulttuurinsa ja toimintatapansa, puhekieltä unohtamatta mukanaan, uhkana omalle kulttuurille ja paikalliselle puhekielelle. Tällä tavoin negatiivisia mielikuvia ja jännitteitä syntyy turismin myötä. (Standeven & De Knop 1999, 216-219.)

Rikollisuuden eri muodot turismikohteiden, etenkin suurien urheilutapahtumien yhteydessä lisäävät merkittävästi tapahtumien järjestäjien valmisteluihin ja suunnitteluihin nähtävää vaivaa, liikuntamatkailun kestävä kehityksen turvaamiseksi. (Ritchie & Adair 2004, 174.) Yleisen rikollisuuden lisäksi liikuntamatkailun yksi negatiivinen tekijä on etenkin urheilutapahtumien yhteyteen liittyvä väkivalta. Vaikka väkivaltaa urheilutapahtumien yhteydessä ei voida suoraan yhdistää turismista johtuvaksi, on selvää, että urheilutapahtumien koti- ja vierasjoukkueiden kannattajajoukkojen samaan katsomoon sovittaminen, antaa mahdollisuuden väkivaltaiseen käytökseen kannattajien välillä. (Standeven & De Knop 1999, 221.) Kuvassa neljä on luokiteltu urheilutapahtumien kokoon nähden tyypillisiä rikostyypppejä. Kuten taulukosta voi havaita, mitä suuremmasta urheilutapahtumasta on kyse, sitä vakavampia ja laajempia vaikutukset ovat. Taulukon suuremmat tasot sisältävät rikostyypeissä aina myös alemman edeltävän tason esimerkit.

<i>Event type</i>	<i>Example</i>	<i>Crime type</i>	<i>Example</i>	
Local	Weekend sport	Property; predatory; opportunistic	Theft	Impact on individuals ↓
Regional/ National	National or Premier Leagues	Property; personal; nuisance outliners	Alcohol and drug-related	
Inter-national	European Cup, America's Cup	Personal; organized robbery; prostitution	Scams; violence;	
Global	Olympic Games, World Cup	Organized; terrorism	Security threats; bombs	Increasing impact on the community

Kuva 4. Urheilutapahtumien rikollisuus tapahtuman koon mukaan (Ritchie & Adair 2004, 179)

Liikuntamatkailun vaikutukset voivat olla niin sanotusti lyhyen tai pitkän aikavälin vaikutuksia. Lyhyen aikavälin, eli niin sanotut välittömät vaikutukset näkyvät pääasiassa suurien katsojamäärien urheilutapahtumissa. Näitä välittömiä vaikutuksia ovat muun muassa vandalismi, liikenneuhkat ja turvarikkomukset. Pitkän aikavälin vaikutukset liittyvät yleensä ympäristön muutoksiin ja tähän kuuluu esimerkiksi luonnonmaiseman hajoaminen. (Higham 2004, 225.) Aktiivinen liikuntamatkailu ja etenkin ulkoilulajit ovat vahingollisia luonnon ympäristölle. Lajien harrastajat itsessään voivat aiheuttaa paljon negatiivisia vaikutuksia luonnolle toiminnallaan: maaperä ja kasvisto joutuvat kärsimään maastopyöräilystä, moottoriurheilun kovat äänet pelottavat eläimiä sekä vesiurheilun erilaiset muodot aiheuttavat vahinkoa veden eläville sekä kasvustolle. Lisäksi huolettomat liikkujat roskaavat luontoa liikuntamuodosta riippumatta. (Standeven & De Knop 1999, 247.)

Kasvava ja parempi ymmärrys liikuntamatkailuun liittyvistä vaikutuksista ja hallinnollisista ongelmista, antaa tilaisuuden oppia tekemään parempia poliittisia päätöksiä sekä toteuttamaan järkevämpää suunnittelua ja käytäntöä alan tulevaisuuden kannalta (Ritchie & Adair 2004, 293).

## 2.2 Tapahtumamarkkinointi

Käsitteenä tapahtumamarkkinointi on melko uusi ja sille on olemassa paljon erilaisia määriteltyä, mutta yksinkertaisuudessaan tapahtumamarkkinoinnilla tarkoitetaan markkinoinnin sekä

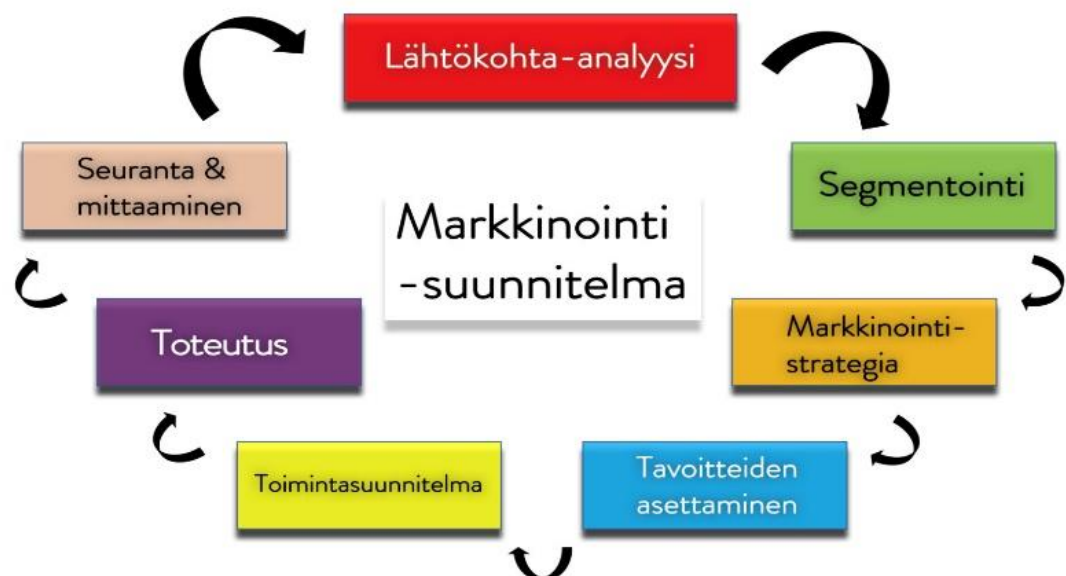
tapahtuman yhdistämistä. Markkinoinnin tarkoituksena on välittää organisaation viesti, jolla pyritään saamaan kohdeyleisö toimimaan tämän haluamalla tavalla. Kun järjestettävään tapahtumaan lisätään markkinointi, saadaan tapahtuman teeman ja idean ympärille kokonaisuus, joka tavoittaa kohdeyleisön halutulla tavalla. Järjestelmällisesti toteutettu tapahtuma ei ole koskaan muusta markkinoinnista irrallisena toteutettu ja huolimattomasti suunniteltu tilaisuus, vaan se on aina osa organisaation markkinointistrategiaa. (Vallo & Häyrinen 2003, 24-25.) Tapahtumamarkkinointiin liittyy monia seikkoja, jotka ovat tärkeässä roolissa tapahtuman onnistumisen kannalta. Tapahtuman sekä sisäinen että ulkoinen tiedottaminen on oltava hyvällä mallilla. Tapahtumaorganisaation sisällä tulee tiedon kulkea mutkattomasti, jotta kaikki projektiin osallistuvat pysyvät perillä asioista. Sen lisäksi on todella tärkeää, että tapahtuman ulkoinen tiedottaminen itse kohderyhmälle on uskottavaa ja ytimekästä. Markkinoinnin tulee olla suunnitelmallista ja sen tulee olla kyseessä olevalle asiakasryhmälle kohdistettua. (Iso-Aho & Kinnunen 2011, 33.)

### 2.2.1 Tapahtuman markkinoinnin suunnittelu ja toteutus

Tapahtuman markkinointia suunnitellessa on tärkeää tietää, kenelle tapahtumaa ollaan järjestämässä. Kohderyhmä voi vaihdella hyvinkin paljon, joten on tärkeää tuntea se hyvin. Kun mahdollinen asiakasryhmä tiedostetaan ja tunnetaan hyvin, osataan suunnitella oikealla tavalla kohdennettu markkinointi. (Vallo & Häyrinen 2003, 62.) Kohdennetulla markkinoinnilla löydetään ne juuri oikeat kanavat, joita kohderyhmän edustajat seuraavat, sillä esimerkiksi eri ikäluokkien välillä on eroja siinä, mitä mediakanavia he seuraavat. (Iso-Aho & Kinnunen 2011, 40). On mietittävä, ovatko kyseessä esimerkiksi keski-ikäiset leidit, charmikkaasti vanhentuneet herrasmiehet vai räväkkä nuorisojoukko vai onko kohderyhmä kenties näiden kaikkien yhdistelmä. Jokaista näistä kohderyhmistä varmasti puhuttelee hyvin erityyppinen markkinointi sekä itse tapahtuma. (Vallo & Häyrinen 2016, 145.) Jos tapahtumana on kyseessä nuorille kohdennettu musiikkikonsertti, voi tehokkain markkinointikanava olla internet ja sosiaalinen media, kun taas vanhempien talouspäälliköiden veroseminaarin mainonta voisi olla parhaimmillaan päivittäisissä talouslehdissä sekä alan nettisivuilla ja aikakauslehdissä (Vallo & Häyrinen 2003, 103). Markkinoinnin ensisijainen tavoite on tavoittaa kohderyhmä tapahtuman tuloksellisuuden kannalta. Tähän liittyen yksi tärkeä seikka on siis tapahtuman markkinoinnin tuloksellisuuden seuranta. Tuloksellisuuden seuraamisen avulla pyritään pysymään kartalla siitä, saadanko kohderyhmän huomio valituilla markkinointikanavilla ja menetelmillä. Markkinoinnin seurannassa olisi tärkeää reagoida erilaisiin tilanteisiin, esimerkiksi markkinointitavan ollessa tehoton ja kohderyhmälle sopimaton. Markkinoin-

nin tärkein konkreettinen tulos, jonka avulla voidaan mitata tuloksellisuutta, on tietenkin itse tapahtuman osallistujamäärä. (Iso-Aho & Kinnunen 2011, 40.) Tapahtuman ja sen markkinoinnin kehittymisen kannalta palautteen kerääminen on tärkeää, siksi markkinointiviestinnästä yleensä kerätäänkin paljon palautetta. Palautteen kerääminen ei kuitenkaan aina ole itsestäänselvyys, sillä joskus tapahtumista ei muisteta tai ymmärretä kerätä palautetta, vaikka se hyvin yksinkertaista onkin. Palautekyselyn laatiminen ei ole kovin vaikeaa. Sen kysymykset voivat liittyä tavoitteeseen, asiakkaan kokemukseen, odotuksiin ja tulevaisuuden kehittämiskohteisiin. (Vallo & Häyrinen 2003, 38.)

Tapahtuman markkinointia voidaan toteuttaa monin eri tavoin, riippuen kyseessä olevasta kohderyhmästä ja tapahtuman luonteesta. Nykyisin yleisimpänä keinona on hyödyntää internetiä markkinoinnissa. Varsinkin sosiaalinen media on yksi tehokkaimmista markkinoinnin keinoista internetissä tänä päivänä. Sen lisäksi perinteisempinä tapoina on mahdollista tehdä tapahtumasta myös lehti-ilmoituksia tai lähettää medialle lehdistötiedote tapahtumasta etukäteen. (Korhonen, Korkalainen, Pienimäki & Rintala 2015, 16.) Alla olevassa kuviossa on esiteltynä eräs esimerkki markkinointisuunnitelmasta. Kaikki alkaa lähtökohdan analysoinnista ja etenee kohderyhmän segmentoinnista markkinointistrategian suunnitteluun ja sen tavoitteiden asettamiseen. Lopulta suunnitellaan, kuinka itse markkinointi toteutetaan, jonka jälkeen on tärkeää seurata lopputuloksen onnistumista ja tuotteliaisuutta.



Kuva 5. Markkinointisuunnitelmaprosessi (Puranen 2018)

### 2.2.2 Tapahtuma markkinoinnin välineenä

Tapahtumat itsessään voivat olla myös markkinoinnin välineitä samalla tavalla kuten esimerkiksi sponsorointi, yleinen mainonta, promootiot ja painotuotteet. Organisaation on mahdollista muotoilla ja rakentaa järjestämistään tilaisuuksista ihmisläheisiä ja tavoitteellisia tapahtumia. Tällaisia tilaisuuksia ovat muun muassa: messut, promootiot, seminaarit, näyttelyt jne. (Vallo & Häyrinen 2003, 37.) Tapahtumilla oman brändin rakentaminen ja vahvistaminen on tehokas keino, sillä fyysisessä tapahtumassa asiakas saa selkeämmän henkilökohtaisen kosketuspinnan organisaation toimintatapoihin sekä ideaan. Näin ollen tapahtuman avulla organisaation bränditodellisuus saadaan vaikuttamaan asiakkaaseen syvemmin, kuin tavanomaisessa passiivisessa mediamainonnassa. (Korhonen ym. 2015,8.) Tapahtumat edustavat aina järjestäjäorganisaatiota ja siihen kuuluvan henkilöstön persoonallisuutta, näin ollen tapahtumaa järjestettäessä on poikkeuksetta pelissä organisaation oma maine. Onnistuneella ja positiivisia mielikuvia herättäneellä tapahtumalla organisaatio onnistuu kasvattamaan mainettaan myönteiseen suuntaan. Ikävä kyllä tämä toimii myös päinvastoin, jos tapahtuma on suunniteltu ja toteutettu huolimattomasti, jolloin organisaation saama maine ei ole kovin hyvää. Mahdollisuutena on myös hyvin neutraali vaihtoehto, jossa tapahtuma on ollut hieman mitäänsanomaton ja osallistuja ei viikkojen päästä edes muista minkä organisaation tapahtumasta on ollut kyse. Tämäkään tilanne ei ole kovin houkutteleva, kun tarkoituksena on kasvattaa omaa näkyvyyttä ja mainetta ja lopulta kaikella vaivannäöllä ei saada osallistujissa aikaan minkäänlaisia tuntemuksia tai vaikutuksia, vaan kaikki menee toisesta korvasta sisään ja toisesta ulos. (Vallo & Häyrinen 2003, 32.)

Tapahtuma on markkinoinnin välineenä erittäin pätevä, sillä tapahtumamarkkinoinnin kohteet ja käyttötarkoitukset ovat lähestulkoon rajattomat. Tapahtumalla voidaan markkinoida muun muassa työpaikkaa, palvelua, tuotetta, yritystä, yhteisöä, kaupunkia, kulttuuria jne. Kunnat ja kaupungit käyttävät esimerkiksi erilaisia kesätapahtumia oman näkyvyyden ja maineen rakentajina. Monet pienet paikkakunnat ovatkin tunnettuja tiettyjen tapahtumien ansiosta, josta esimerkkinä Sonkajärvi, joka on tullut tunnetuksi Eukonkannon MM-kisoista. Ilman tätä tapahtumaa Sonkajärvi on melko tuntematon paikka suurelle osalle ihmisistä. (Vallo & Häyrinen 2003, 44-45, 49.) Tapahtumien ainoa tarkoitus ei kuitenkaan ole rakentaa paikkakuntien julkisuuskuvaa, vaan paikalliset kulttuuritapahtumat lisäävät alan kehitystä sekä tuovat kulttuurimatkailijoille kohdistetuilla palveluilla lisää tulovirtoja alueen toimijoille joita ovat esimerkiksi kaupat ja majoitustoiminta. (Iso-Aho & Kinnunen 2011, 11.)

## 2.3 Muistelumenetelmät tapahtumasisältönä

Muistelutyön pohja rakentuu yksilön omiin elämäkokemuksiin, joista hän rakentaa mielessään oman elämänsä tarinan. Tarina on kertomus siitä, miksi ja miten henkilöstä on tullut se, mikä hän nykyään on. Jokaisen yksittäisen ihmisen tarinassa on ajattomuus, johon muut pystyvät samaisumaan. Ihmisen elämä on ainutlaatuinen kertomisen arvoinen tarina, josta löytyy paljon aineksia muille jaettavaksi. (Hohethal-Antin 2009, 27.) Muistelua pystyy soveltamaan hyvin esimerkiksi taiteen avulla: maalaaminen lisää näköaistiin perustuvaa käsitystä ja ilmaisua, kun taas musiikki toimii samalla tavalla kuuloaistin kanssa. Tällainen taiteen kautta suoritettu prosessointi voi herättää hauskoja ja kevytmielisiä muistoja, joita ei välttämättä sanoin edes pysty kuvaamaan. (Kunz & Florence 1975, 124.) Tällaista lähestymistapaa muisteluun liittyen pystyy hyvin hyödyntämään juurikin tapahtumasisältönä esimerkiksi ryhmille.

### 2.3.1 Muistot ja muistiherätteet

Ihminen voi tiedostamattaan herättää muistista asioita menneisyydestä aistiensa avulla. Tällaisia muistiherätteitä voivat olla mitkä tahansa ympäristöstä aistittavat ärsykkeet, esimerkiksi jokin musiikkikappale, käden kosketus, ruoan tuoksu tai vaikkapa jonkin esineen näkeminen. Näitä erilaisia muistiherätteitä käytetään myös tietoisessa muistojen mieleen palauttamisessa esimerkiksi vanhoilla ihmisillä. (Webster ym. 2010, 534.)

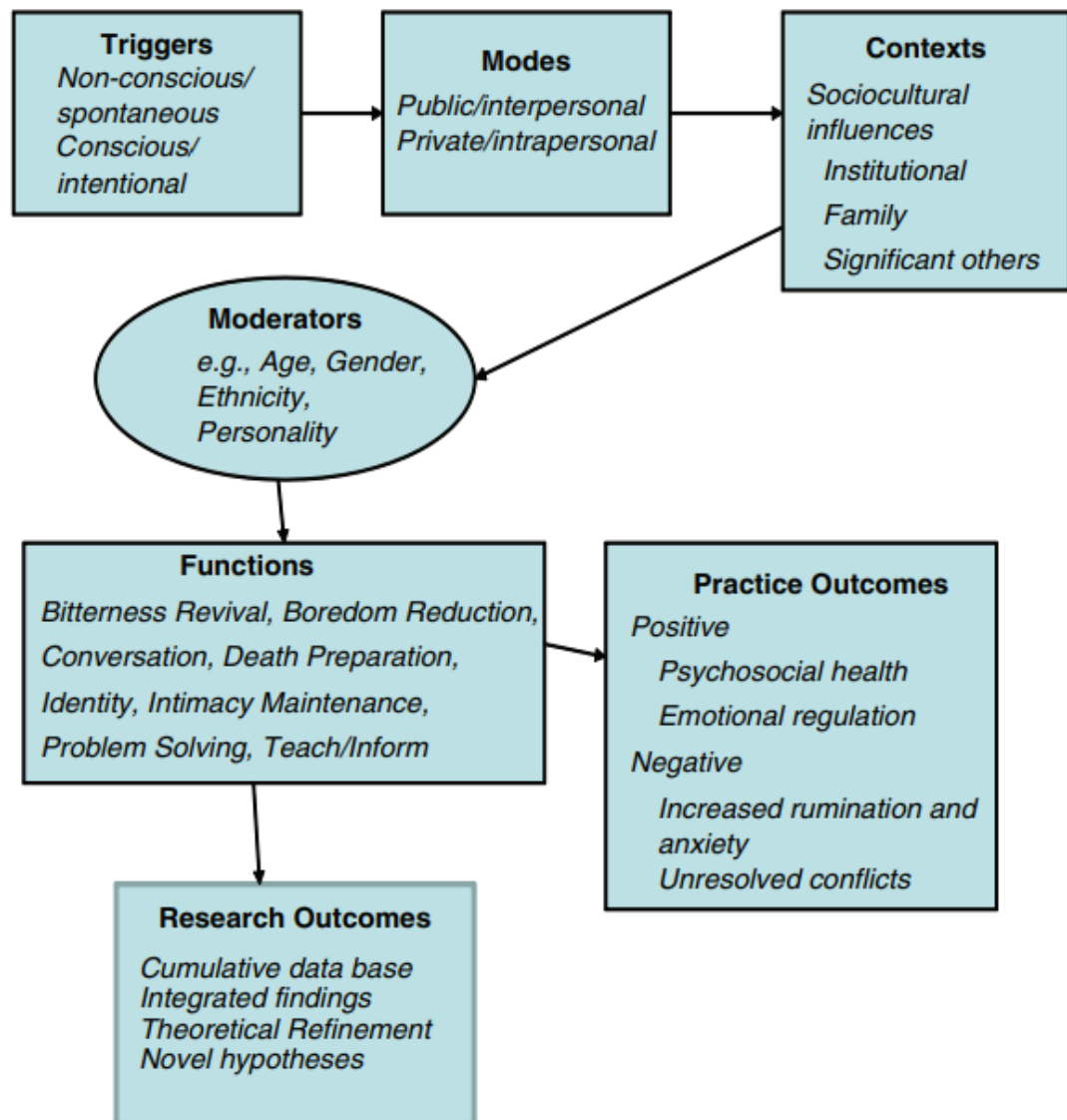
Tätä muistelutekniikkaa tullaan käyttämään itse tapahtumassa kesällä 2020, jolloin entisten minimaajoukkuelaisten ajatuksiin pyritään herättämään muistoja vanhoilta leirijailta erilaisten ympäristön ärsykkeiden avulla. Leiriryhmän ikähaarukan ollessa todella laaja, lähes lapsesta vanhukseen, tuo se oman haasteensa, mutta myös mahdollisuutensa muisteluleirille.

Vanhojen ja nuorten työstäessä yhdessä muistoistaan esimerkiksi teatterimaista tarinankerrontaa, lisää se ymmärrystä puolin ja toisin. Tällainen kanssakäyminen eri sukupolvien välillä on ainutlaatuista, sillä vanhat ja nuoret normaalisti kohtaavat harvoin. Tällaisessa yhteisessä muistelussa nuoret saattavat havahtua siihen, että iäkkäämpien ihmisten kokemukset ja muistot eivät olekaan niin kaukaisia ja omituisia kuin he ehkä ovat niiden ajatelleen olevan. Ikäihmiset puolestaan voivat saada nuorten kanssa vuorovaikutteisesta työskentelystä energiaa ja he voivat elää omaa nuoruuttaan uudelleen heidän kauttaan. Kun vertaillaan yhdessä esimerkiksi lapsuuden ja nuoruuden kokemuksia, ei ole väliä, vaikka ikäeroa olisi useita kymmeniä vuosia, tarinat voivat



kohdata hyvinkin ja näin löytyy yhteinen kosketuspinta sukupolvien välillä. Tällä tavoin yhteinen muisteluhetki hävittää ennakkoluulot. (Hohenthal-Antin 2009, 107.)

Kuvan 6. kaaviossa käydään läpi muistelun tapahtumaketjua ja muisteluun liittyviä eri tapoja. Kun muistot ovat kertaalleen herätelty, me toimimme niiden kanssa kahdella eri tavalla, joko yksityisellä tai julkisella tasolla. Nämä tarkoittavat sitä, että yksilö joko jakaa muistonsa tarinankerronnan kautta muille tai mietiskelee omassa päässään muistiin palautettuja tapahtumia omalla henkilökohtaisella tavallaan. Muisteluun liittyvät aina sosiokulttuuriset vaikutukset. Muistelut eivät tapahdu tyhjiössä, vaan pikemminkin muistomme laukaistaan tietyssä asiayhteydessä. Esimerkiksi luomismyytit, legendat ja kansantarinat kulttuureissa tarjoavat pohjan, jonka puitteissa kertomukset kehittyvät ja toteutuvat yhteiskunnallisesti. (Webster ym. 2010, 532-535.)



Kuva 6. Muistelun komponenttien heuristinen malli (Webster ym. 2010, 533)

Eri ihmiset tarvitsevat erilaisia ärsykeitä, jotta saadaan herätettyä muistot henkiin. Tietoisessa muistelussa on otettava huomioon osallistujien omat voimavarat, kun valitaan keinoja muistiherätteisiin. Esimerkiksi henkilöille, joilla on kuulo- tai näkövamma, on luonnollisesti tarpeellista käyttää muita aisteja stimuloivia ärsykeitä. Tietyille ihmisryhmille jotkin tietyt virikkeet ovat erityisiä, joko kulttuurisesti tai alueellisesti. Kaikkein voimakkaimpia muistiherätteitä ovat henkilökohtaiset asiat, kuten valokuvat tai esineet. (Stenberg 2015, 28.)

### 2.3.2 Muistelutyön menetelmiä

Yleisesti ottaen muistelutyö on lähinnä ollut muistoista kirjoittamista tai keskustelemista, mutta sen sijaan luovassa muistelutyössä kyseessä on tapa, jossa muistot puetaan luoviksi taiteenomaisiksi muistelua virittäviksi toimintamuodoiksi. Siinä elämäkokemukset tulevat näkyviksi erilaisen taideprojektien kautta, jotka voivat olla esimerkiksi teatterin tai näyttelyiden muodossa. (Hohenthal-Antin 2009, 23.)

Ihmiset voivat tuoda muistojaan näkyviksi muille monin konkreettisin keinoin. Eräs esimerkki muistojen näkyväksi asettamisesta on Muistorasia. Muistorasiatyöskentelyssä prosessin tuloksena syntyy fyysinen rasia, joka kuvastaa yksilön elettyä elämää pienen näyttämön avulla. Muistorasian sisältö on henkilökohtainen, eikä siihen ole mitään tiettyjä ohjeita. Yleisesti ottaen siihen kuitenkin kerätään henkilön elämänhistoriaan liittyviä aineksia, joita voivat olla valokuvat, erilaiset esineet ja muut dokumentit. Tätä samaa ideaa voidaan soveltaa myös isommissa ryhmissä, jolloin rasian aiheeksi voidaan valita, vaikka jokin kaikkia koskettava yhteinen teema. (Hohenthal-Antin 2009, 39.)

Muita muistelutyössä hyödynnettäviä visualisointimenetelmiä ovat Muistojen teatteri, jossa yksityisen henkilön muistot tuodaan esille näyttelemisen keinoilla sekä skräppäys eli scrapbooking, jossa työstetään eräänlainen muistoalbumi, josta henkilö tekee itsensä näköisen koristelemalla sitä sekä lisäämällä muistoihin liittyviä lehtileikkeitä ja kuvia. (Hohenthal-Antin 2009, 57,92.)

### 3 Toteutussuunnitelma

Tapahtuman lähtökohtia ovat mitä, missä ja milloin halutaan järjestää. Tapahtuma voi olla joko asia- tai viihdetapahtuma tai niiden yhdistelmä. Tapahtuman järjestäminen voidaan toteuttaa omatoimisesti tai sen toteuttaminen voidaan ostaa ulkopuoliselta palveluntarjoajalta. (Vallo & Häyrinen 2016, 167.) Kyseessä oleva työ tulee olemaan toiminnallinen opinnäytetyö, jonka tarkoituksena on toteuttaa viimeisen leirikoulun kunniaksi minimaajoukkuetoiminnan päätösleiriviikko Italian Eurocampilla kesäkuussa 2020, johon ovat tervetulleita osallistumaan kaikki miniläiset vuosien 1998-2020 välistä.



Kuva 7. Kehittämistoiminnan lineaarinen malli (Toikko & Rantanen 2009, 64)

Oman organisaation suunnittelema ja itse rakennettava ja toteutettava tapahtuma vaatii suurta sitoutumista ja valtaisaan työpanosta, kun kaikki järjestämiseen liittyvä toiminta on organisaation omilla harteilla (Vallo & Häyrinen 2016, 78). Projekti lähti liikkeelle Jounin ideasta järjestää minimaajoukkuetoiminnalle yhteinen kokoontuminen leiriviikon muodossa sen toiminnan päättymisen kunniaksi. Päävastuu kaiken alullepanemisesta siirtyi minulle opinnäytetyön toimeksiannon johdosta. Tämän projektin punaisena lankana toimii kuvan 7. kehittämisprosessin lineaarinen malli.

#### 3.1 Toimeksiantaja

Opinnäytetyön toimeksiantaja on Jouni Parkkali Oy. Jouni Parkkali Oy (Liikuntamatkat) on alkujaan itse Parkkalin idea vuodelta 1996 jolloin ensimmäinen lentopalloleiri Italiassa järjestettiin. Nykyään Liikuntamatkat nimellä yritys järjestää nuorten urheiluleirejä, seurojen harjoitusmatkoja, vaellusmatkoja sekä leirikouluja yhteistyössä Matkavekan kanssa. Jouni Parkkali Oy:n tehtävänä on tuottaa matkojen ohjelmasisältö. (Liikuntamatkat n.d.)



Kuva 8. Liikuntamatkat logo (Liikuntamatkat n.d)

Minimaajoukkue on Jouni Parkkalin kehittämä, kestoltaan kaksivuotinen lentopallon leirikoulu. Minimaajoukkueen toiminta alkoi vuonna 1998 ja on jatkanut toimintaansa tähän päivään saakka. Kaksi vuotta kestävä kokonaisuus sisältää yhteensä kahdeksan lentopalloleiriä, jotka ovat pääasiassa viikonlopun mittaisia. Minimaajoukkueen toiseksi viimeinen leiri on perinteisesti järjestetty aina Italian Euro campilla. (Finnvolley n.d.)

### 3.2 Tarkoitus, tavoite ja opinnäytetyötä ohjaavat kysymykset

Opinnäytetyöni tarkoituksena ja tavoitteena oli suunnitella sekä toteuttaa Italiassa järjestettävä minimaajoukkue toiminnan päätösleiriviikko rajatulle kohderyhmälle. Toimeksiantajana työssä oli Jouni Parkkali Oy. Tapahtuma oli tarkoitus järjestää kesäkuussa 2020 ja sen tavoitteena oli koota vähintään noin kahdenkymmenen henkilön joukko ihmisiä, jotka ovat aiemmin osallistuneet kyseiseen minimaajoukkueprojektiin. Leiriviikon teemana oli muisteluaiheinen jälleennäkeminen eri ikäisten osanottajien kesken, joten leiriviikon tavoitteena oli herättää nostalgisia muistoja menneistä leirivuosista erilaisten ohjelmanumeroiden avulla. Opinnäytetyön tavoitteena opiskelijan näkökulmasta oli edistää kehittämisosaamista, kehittää osaamista tapahtumien suunnittelussa ja toteutuksessa sekä muistelumenetelmäosaamisessa. Toimeksiantajan näkökulmasta työn tavoitteena oli toteuttaa minimaajoukkue toiminnalle sen arvoinen lopetus.

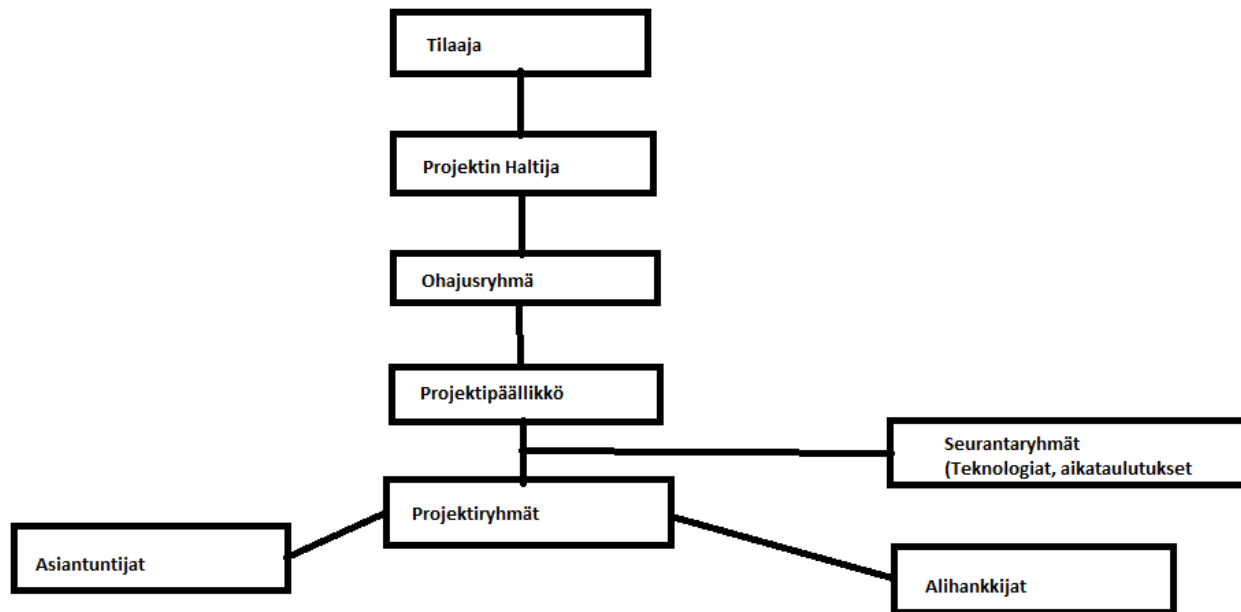
Opinnäytetyötä ohjaavat kysymykset:

1. Miten tukea osallistujia muistelemaan / millainen muistelumenetelmä tukee osallistujia palauttamaan mieliin (vuosien takaisen) minimaajoukkueleirin?
2. Miten suunnitella ja toteuttaa minimaajoukkue toiminnan päätösleiriviikko?

### 3.3 Projektiryhmä

Toimintatapana projekti on luonteeltaan ja työmuodoltaan sellainen, että se pakottaa kirjaamaan itselleen edes jonkinlaiset tavoitteet, siksi jo suunnitteluvaiheessa olisi tärkeää määrittää projektin miehitys, voimavarat, kesto sekä johtajuus. Sen lisäksi, että projektilla on tavoitteet sekä selkeä suunnitelma toimintatavoista, on sen menestyksellisen toiminnan ehtona, että projektityöskentely on systemaattista ja kurinalaista. (Rissanen 2002, 14-15.)

Tiimityöskentely on projektin tärkeä tulosväline, siksi useimmat projektit toteutetaankin tällaisessa muodossa. Jotta tiimityöskentelyn hyödyntäminen sekä projektin sujuva toteuttaminen onnistuvat, on etenkin projektipäälliköllä, mutta myös koko tiimillä oltava hyvät valmiudet tiimityötaitojen hallintaan. Ilman vaadittavia tiimityötaitojen hallintaa projektin toteuttaminen ei etene sujuvasti. (Rissanen 2002, 79.) Projektipäällikkö on tapahtuman suunnitteluvaiheen avainhenkilö. Koska tapahtuma on jotakin, joka ei ole vielä konkreettisesti olemassa, vaan on tapahtumassa tulevaisuudessa, on projektipäälliköllä oltava selkeä kuva eli visio siitä, millaisesta tapahtumasta on kyse ja miltä valmis tapahtuma tulee näyttämään. (Vallo & Häyrinen 2016, 269.) Projektiin ja sen organisaatioon vaikuttaa eniten projektin tehtävä, sen luonne ja organisaatiokulttuuri. Alla oleva kuva esittää yhtä esimerkkiä projektiorganisaation rakenteesta yksinkertaisesti selitettynä. Tällaista linjaorganisaatioon perustuvaa mallia käytetään esimerkiksi rakennushankkeissa. Projektin toteutuksessa kaikki alkaa ylhäältä, eli taholta joka ”tilaa” projektin. Hierarkiassa alaspäin mentäessä projektin käytännön työskentely konkretisoituu mentäessä projektiryhmiin. (Rissanen 2002, 78.)



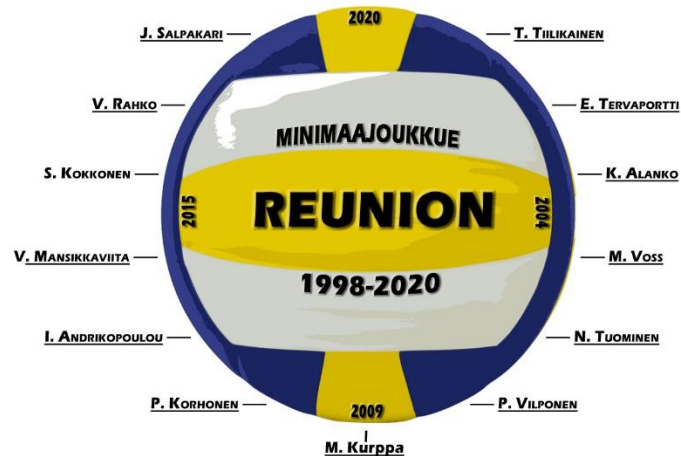
Kuva 9. Projektiorganisaation perusrakenne (Rissanen 2002, 79)

Tapahtuman järjestämistä ja suunnittelua varten kasataan projektiryhmä, joka koostuu pääasiassa minimaajoukkueen nykyistä ja entisistä valmentajista ja ohjaajista. Projektiorganisaation kärsässä kuvan 9 mallia mukaillen projektin tilaaja on Jouni Parkkali Oy. Projektiryhmää varten muodostetaan sähköpostiin viestiketju, jonka tarkoituksena on ensinnäkin selostaa tulevan tapahtuman idea ja toteutusajankohta sekä lisäksi kerätä ideoita ja delegoida tehtäviä eri henkilöille. Projektipäällikkö on tärkeä osa projektin johtoryhmää ja näin ollen paras kokousten valmistelija, kun taas johtoryhmän puheenjohtajan olisi hyvä olla projektiryhmän ulkopuolinen henkilö, joka esimerkiksi voisi edustaa itse projektin asettajaa ja sen tulosten pääasiallista hyödyntäjää. (Rissanen 2002, 76.) Tätä käytäntöä sovelletaan myös tämän tapahtuman järjestämisessä: itse toimin niin sanottuna projektipäällikkönä, pitäen käytännön asioita hallussa, kun taas Jouni Parkkali toimii puheenjohtajan tavoin. Hän edustaa projektin asettajaa ja on tässä tilanteessa hyödynsaaja, seuraten tapahtuman suunnittelun etenemistä. Projektin edetessä kaikki tapahtumaan liittyvät asiat hyväksytetään projektin haltijalta ja tilaajalta ennen niiden käytäntöön panoa. Tällä tavoin varmistetaan se, että tapahtumasta tulee sen näköinen kuin toimeksiantaja on sen ajatellutkin olevan.

### 3.4 Markkinoinnin suunnittelu ja tiedotus

Sähköposti, tapahtuman kotisivut, uutistaulut, tapahtuman sosiaaliset mediat yms. ovat luotettavia projektin markkinointiin ja etenkin tapahtumaan liittyvän tiedottamisen työkaluja, mutta niiden hyödyntäminen tulee olla etukäteen suunniteltua ja järjestelmällistä. (Rissanen 2002, 139.) Tapahtuman tiedottamisen tulisi avata kertomusrakenteita, jättäen tilaa kohderyhmän omalle mielikuvitukselle. Asettamalla kohderyhmää puhutteleva tarina, johon se pystyy samaistumaan, saadaan herätettyä mielenkiinto tapahtumaan sen ulkoisella tiedottamisella (Iso-Aho & Kinnunen 2011, 40.)

Tapahtuman järjestelyt alkavat markkinoinnin suunnittelulla: perustetaan Facebook-ryhmä, joka on lähtötilanteessa yksityinen. Ryhmään lisätään tapahtuman projektiryhmä, jonka avulla Facebook sivun ulkoasu teksteineen ja kuvineen valmistellaan siihen kuntoon, että ryhmä on valmis asetettavaksi julkiseksi ja mahdollisten osallistujien löydettäväksi. Kun Facebook sivun ulkoasu on saatu julkaisukelpoiseksi, aloitetaan ryhmän potentiaalisten osallistujien kutsuminen ryhmään. Tällä tavoin laitetaan sana sosiaalisessa mediassa kiertämään, kun osallistujat kutsuvat muita oman minimaajoukkue aikansa kavereita liittymään ryhmään. Facebook toimii tärkeimpänä tapahtumaan liittyvän jatkuvan tiedottamisen kanavana. Sosiaalisen median lisäksi tapahtuman markkinointia toteutetaan sähköpostitse. Toimeksiantajan kanssa yhteistyöllä teemme aiheesta tapahtumalle oman logon (Kuva 10) sekä mainostekstin, (Liite 3) joka toimitetaan sähköpostilla suurelle valmiille kohderyhmälle. Tapahtumaan osallistuvat henkilöt ilmoittautuvat Liikuntamatkojen verkkosivuille luotavaan ilmoittautumislomakkeeseen (Liite 2), johon he laittavat omat tietonsa. Linkki tähän ilmoittautumislomakkeeseen tulee lähetettäviin sähköposteihin sekä Facebook-ryhmän kuvaukseen. Kun tapahtumaan halukkaat osallistujat ovat ilmoittautuneet määräaikaan mennessä ja kesän päätösleiriviikon osallistujamäärä on kasassa, voidaan aloittaa konkreettisen tapahtuman järjestelyt, joihin kuuluvatcharmi muun muassa majoitukset, ruokailut ja kuljetukset.



Kuva 10. Tapahtuman markkinoinnissa käytettävä logo (Liikuntamatkat n.d)

### 3.5 Leiriviikon suunnittelu ja ohjelma

Kaikelle toiminnalle, muun muassa tapahtumille ja muille projekteille pitäisi pystyä määrittelemään selkeästi suunta ja tavoite mihin se pyrkii. Tavoitteiden määrittely on avainasemassa koko projektin onnistumisen kannalta. Projektia ei voi pitää täydellisesti onnistuneena, vaikka kaikki työ olisi tehty moitteettomasti, jos sen tavoitteet eivät ole määritelty oikealla tavalla tai ne puuttuvat täysin. Pahimmassa tapauksessa esimerkiksi tapahtuman onnistumista on jälkikäteen melkein mahdotonta arvioida, jos sille ei ole asetettu minkäänlaisia tavoitteita. Projekteissa yleisin lähtökohta ja tavoite, on jokin ongelma, johon pyritään keksimään ratkaisu. Projektin lähtötilanteessa ongelmaan ei tietenkään ole tiedossa ratkaisua, joten on hyvin tärkeää tavoitteen asettamisen yhteydessä selvittää ja määritellä itse ongelma. (Rissanen 2002, 44-45.) Samalla kun organisaation sisällä mietitään, että minkä takia tapahtumaa ollaan järjestämässä ja mitkä ovat sen tavoitteet, olisi lisäksi hyvä miettiä mitä tapahtumalla halutaan viestiä sen osallistujaryhmälle. Organisaation toiminta ja sen arvot viestittyvät sidosryhmille tapahtumien kautta hyvin vahvasti, joten myös tätä asiaa olisi tärkeää puida tapahtumaa suunnitellessa eikä sen tärkeyttä tulisi aliarvioida. (Vallo & Häyrinen 2003, 132.)



Tämän tapahtumana järjestettävän leiriviikon tavoitteen määrittelyssä on tärkeässä roolissa sen pitkäaikainen elämänkaari, joka on lähtenyt 90 –luvulta ja jatkunut tähän päivään asti. Tuolle aikavälille riittää useita satoja erilaisia tarinoita, useammalta eri sukupolvelta. Koska kyseessä on tämän kokonaisuuden päätösleiri, johon tarkoituksena on koota mahdollisimman iso ryhmä eri vuosien minimaajoukkuealaisista, on tapahtuman tavoitteena eräänlainen nostalgiamatka takavuosien minimaajoukkueleirille. Leiriviikon aikana osallistujat pääsevät kokemaan yhdessä muisteluleirin, jossa kilpaillaan ja vietetään aikaa takavuosien minimaajoukkueleirien hengessä, jossa lajina lentopallo on suuressa roolissa. Jouni Parkkali Oy haluaa markkinoida itseään tapahtumalla sen omien arvojen mukaisesti, joten leiriviikon ohjelmassa liikunta eri muodoissa on hyvin paljon läsnä. Sen lisäksi organisaatio haluaa viestiä osallistujille sen arvoihin kuuluvilla terveellisillä ja vuorovaikutuksellisilla elämäntavoilla, jotka ovat myös läsnä leiriviikon toteutuksessa.

Näiden organisaatioon liittyvien arvojen ja toimintatapojen pohjalta tapahtuman suunnittelua toteutetaan. Projektin toimeksiantajan tavoitteena on saada tälle pitkäkestoiselle kokonaisuudelle sen ansaitsema hieno lopetus, mahdollisimman suurella kokoonpanolla. Jotta leiriviikosta saadaan mahdollisimman paljon Jouni Parkkali Oy:n näköinen, on tapahtuman suunnittelun ja lopullisen toteutuksen tapahduttava organisaation arvojen mukaisesti.

Kevään 2020 aikana, sen jälkeen, kun Italiaan lähtevä ryhmä on saatu kasaan, aloitetaan itse leiriviikon suunnittelu. Minimaajoukkueen päätösleiri tulee olemaan kestoaltaan noin 5-7 vuorokautta ja jokaiselle päivälle on suunniteltava leirin aiheeseen liittyvää ohjelmaa. Tässä kohtaa hyödynnetään projektiryhmää mahdollisimman paljon, sillä ryhmä koostuu pääasiassa minimaajoukkueen entisistä ja nykyisistä valmentajista ja ohjaajista. Heillä on siis todella hyvä ideapankki jo ennestään siitä, mitä aiemmilla leireillä on tehty vuosien varrella. Tarkoitus on koostaa toimiva rakenne leiriviikolle, johon liittyy etenkin muistojen verestelyä vuosien varrelta.

Itse tapahtuman aikana, projektia tullaan dokumentoimaan muun muassa kuvaamisella, johon on projektiryhmässä valittuna henkilöitä, jotka ovat siitä pääasiassa vastuussa. Tämän lisäksi leiripäivistä tullaan pitämään päiväkirjaa, jotta pysytään tapahtumista perillä myös myöhemmin.

Leiriviikon toteutus tapahtuu Cesenaticon kylässä Eurocamp nimisessä leirikeskuksessa Adrianmeren rannalla. Ajankohta tälle muisteluleirille on 9. – 14. kesäkuuta 2020. Osa muisteluleirin ohjaajista saapuu Eurocampille valmistelevaan käytännönasioita jo ennen leiriviikon varsinaista alkamisajankohtaa, kun taas osa ohjaajista saapuu paikanpäälle yhdessä ryhmän kanssa.

Minimaajoukkue Reunion -ryhmä saapuu Venetsian lentokentälle tiistaina 9. kesäkuuta noin puolenpäivän aikaan. Ryhmää varten on tilattu linja-auto, jonka kuljettaja on vastassa lentokentällä. Ryhmän mukana tuleva(t) ohjaaja/ohjaajat ovat vastuussa ryhmän saattamisesta lentokentältä leirikeskukseen. Saavuttaessa kohteeseen, vastassa ovat valmiina paikalla olevat ohjaajat, jotka ovat hoitaneet jokaiselle ryhmän jäsenelle tämän valitseman majoitusvaihtoehdon valmiiksi. Ohjaajat saattavat ryhmän omiin majoituksiinsa purkamaan matkatavaransa, jonka jälkeen muisteleiriviikko on valmis alkamaan suunnitellun ohjelman mukaisesti. Leiriviikon tärkeimmät tapahtumapaikat on kuvattu liitteessä 5.

<b>9.6</b>	15:00 Saapuminen Eurocampille 16:00 Leirikoulun avaustilaisuus 18:00 Päivällinen 18:00-21:00 Vapaa-aika/kauppareissu 21:30 Iltapiiri & iltaohjelma minileirien tapaan 23:00 Hiljaisuus
<b>10.6</b>	8:00-9:00 Omatoiminen aamupala 10:00-12:00 Leiriolympialaisten aloitus 13:00 Lounas 15:00-16:00 Leiriolympialaiset 18:00 Jounin muistelupuhe sekä video/kuvamateriaalia vuosien varrelta 19:00 Yhteinen pizzailta 23:00 Hiljaisuus
<b>11.6</b>	8:00-9:00 Omatoiminen aamupala 9:15 Lähtö Mirabilandiaan (lounaspussit mukaan) 17:00 Bussi Mirabilandiasta takaisin Euro Campille 19:00 Päivällinen 20:30 Iltapiiri & Muistojen teatteri (ryhmien näytelmät aiheena minimaajoukkueleirit)

	23:00 Hiljaisuus
<b>12.6</b>	8:00-9:00 Omatoiminen aamupala 9:15 Lähtö San Marinoon (lounaspussit mukaan) 12:00 Lähtö San Marinosta ostoskeskukseen 13:00-16:00 Ostoskeskus 17:00 Paluu Euro Camp 19:00 Päivällinen 21:00 Iltapiiri & Minimaajoukkue tietovisa 23:00 Hiljaisuus
<b>13.6</b>	8:00-9:00 Omatoiminen aamupala 10:00-12:00 Leiriolympialaiset 13:00 Lounas 15:00 Sup-lautailu 16:30-18:00 Leiriolympialaisten viimeiset lajit ja finaali. Lentopallo-ottelu Jouni vs minit 19:00 Päivällinen 20:30 Palkintojen jako ja muisteluleirin päätöstilaisuus 23:00 Hiljaisuus
<b>14.6</b>	6:30 Yhteinen aamupala 7:15 Lähtö Venetsiaan 11:00-15:00 Venetsia 16:00 Lähtö bussilla kohti Venetsian lentokenttää

### 3.6 Palaute

Tapahtumien onnistumisen arvioinnin ja mahdollisten tulevien tapahtumien kehityksen kannalta on ensiarvoisen tärkeää saada tietää, kuinka kohderyhmä koki tapahtuman. Pääsikö järjestäjä ta-

voitteeseen, mitä se olisi voinut tehdä toisin ja mikä oli kohderyhmän yleinen mielipide tapahtumasta? Näitä palautteesta saatuja tietoja voi sitten verrata lähtötilanteeseen, jossa asetettiin tapahtumalle jonkinlainen tavoite. Tällä tavoin saadaan yleiskuva siitä, kuinka hyvin tapahtuma on onnistunut. (Vallo & Häyrinen 2003, 203-204.)

Nykyään palautteen kerääminen on hyvin helppoa, sillä internetissä suoritettava palautteen kerääminen on todella vaivatonta erilaisten siihen tarkoitettujen sovellusten avulla. Palautteen keräämisen voi suorittaa myös perinteisemmillä keinoilla, joita ovat esimerkiksi kirjallinen palautelomake tai puhelimella suoritettu kysely. (Vallo & Häyrinen 2016, 224-225.) Kyseessä olevan opinäytetyönä olevan tapahtuman onnistumista oli määrä arvioida tapahtuman loppuvaiheilla järjestettävällä palautekyselyllä (Liite 4). Palautekyselyn väittämissä käytetään Likertin neliportaista asteikkoa kuvaamaan osallistujien mielipiteitä, jossa asteikolla liikuttaessa samanmielisyys toiseen päähän mentäessä kasvaa ja toiseen vähenee. Aineiston analysoinnissa voidaan käyttää absoluuttisia lukuja tutkittavan ryhmän ollessa kooltaan pieni. (KvantiMOTV.) Koska tapahtuman ryhmäkoko on noin parikymmentähenkinen, suoritetaan palautteen kerääminen perinteisellä paperisella palautelomakkeella paikan päällä ja näin ollen myös aineiston analysoinnissa käytetään prosenttilukujen sijaan absoluuttisia lukuja. Paikan päällä suoritettua kirjallista palautteen avulla mielipiteet saadaan varmasti jokaiselta osallistujalta tuoreena, eikä esimerkiksi päivien tai viikkojen jälkeen suoritettulla sähköisellä kyselyllä.

Muita projektissa käytettäviä arviointimenetelmiä ovat esimerkiksi lopullinen kävijämäärä ja toimeksiantajan kanssa toteutettava arviointipalaveri. Tapahtuman osallistujamäärä kertoo suoraan siitä, kuinka hyvin tapahtuman markkinointi on onnistunut tehtävässään. Toimeksiantajan ja projektiryhmän kanssa käytävässä tapahtuman jälkeisessä arviointipalaverissa käydään yhdessä läpi asioita, jotka tapahtuman toteutuksessa onnistuivat ja mitkä olisivat vaatineet lisää panostusta.

Vaikka itse tapahtuma ei menisi aivan suunnitelmien mukaan ja joitain virheitä tapahtuisi, on palautepalaverin läpivieminen ammattitaitoinen lopetus projektille. Kun asiat käsitellään yhdessä kerralla loppuun, kenellekään ei jää mikään asia vaivaamaan sekä huomataan, että virheistä opitaan parhaiten tulevaisuutta varten. (Vallo & Häyrinen 2003, 208.)

## 4 Pohdinta

Projektin viimeisenä vaiheena on sen päättäminen, yhteenvedon tekeminen ja arviointi. Organisaation tieto ja osaaminen kasvavat, kun saatu palaute tapahtumasta analysoidaan. Yhteenvetoa ja arviointia tehdessä opitaan seuraavia kertoja varten missä voisi tehdä muutoksia. (Vallo & Häyrinen 2003, 204, 207.)

### 4.1 Opinnäytetyöprosessin arviointi

Vaikka kyseessä oleva työ on suoritettu toiminnallisena opinnäytetyönä, sen arviointi tulee tehdä siitä huolimatta tutkivalla asenteella, vaikka työssä ei minkäänlaista selvitystä tapahtuisikaan. Oma opinnäytetyön kokonaisuuden arviointi on osa itse oppimisprosessia. Myös se siis voidaan suorittaa tutkivalla asenteella. (Vilka & Airaksinen 2003, 154.)

Opinnäytetyölle asetettiin sitä ohjaavat kysymykset, joihin pyrittiin opinnäytetyöprosessin aikana saamaan vastaukset. Opinnäytetyötä ohjaavat kysymykset olivat:

1. Miten tukea osallistujia muistelemaan / millainen muistelumenetelmä tukee osallistujia palauttamaan mieliin (vuosien takaisen) minimaajoukkueleirin?
2. Miten suunnitella ja toteuttaa minimaajoukkue toiminnan päätösleiriviikko?

Ensimmäinen kysymykseen, joka liittyy muistelun käytäntöön itse leiriviikoilla, löytynee vastaus itse leiriviikon suunnitelmasta ja sen ympäristöstä. Kaikki tapahtumaan osallistuvat henkilöt ovat olleet minimaajoukkueleirillä itsekkin joko miniläisen tai perheenjäsenen roolissa. Tapahtuman toteutus oli määrä tapahtua tässä samaisessa paikassa, kuin alkuperäinen Italian leiri, joten pelkästään Euro campin ympäristö, sen oman ruokalan tuoksut ja ihmisten vilinä, palauttavat jokaiselle mieleen nostalgisia muistoja menneisyydestä. Tätä muistoista kaivelua oli tarkoitus vahvistaa leiriviikon ohjelmalla, johon kuului tuttuja pelejä ja leikkejä vuosien takaa, unohtamatta päiväreisuja tuttuihin kohteisiin sekä valokuva/videomateriaalia muistelun ärsykeinä.

Toinen kysymys liittyi itse tapahtuman suunnitteluun ja toteutukseen. Tähän kysymykseen liittyy kaksi eri osaa ”suunnittelu” ja ”toteutus”. Nämä kaksi eivät täysin käsi kädessä kulkeneet tämän opinnäytetyön suorittamisessa. Itse tapahtuman suunnittelu saatettiin alusta loppuun kunnialla,

ja siihen apuna käytettiin apuna projektiryhmää sekä kirjallisuuden teoriapohjaa tapahtumien järjestämiseen liittyen.

Toiminnallisessa opinnäytetyössä asiat eivät aina mene alkuperäisten suunnitelmien mukaan, ja joitakin asioita jää toteuttamatta. Siksi arvioinnissa on hyvä pohtia, mitkä asiat muuttuivat prosessin aikana ja minkälaiset tavoitteet jäivät saavuttamatta sekä mistä näihin muutoksiin vieneet asiat johtuivat. (Vilkka & Airaksinen 2003, 155.) Tämän kyseisen tapahtuman kohdalla nämä muutokset ja tavoitteet, jotka jäivät toteutumatta, olivat hyvin radikaalit, sillä koko tapahtuma jouduttiin perumaan maailmassa vallitsevan COVID19-koronavirustilanteen takia. Projekti kerkesi edetä tilanteeseen, jossa ilmoittautumislomake oli saatu valmiiksi ja ensimmäiset osallistujat olivat jo ilmoittautuneet. Tilanteen pahetessa maailmalla tapahtuman valmistelut menivät jäihin, sillä tilanne varsinkin Italiassa oli todella huono. Johtuen tästä, toimeksiantajan johdosta tapahtuma ilmoitettiin peruutetuksi. Tämä asia oli itseselvyytenä iso kolaus opinnäytetyön suoritukseen liittyen, koska tapahtuman onnistumisen arviointi jäi sen perumisen takia puuttumaan täysin. Siispä kaikki tapahtuman toteutukseen liittyvä jäi vain arvailujen varaan: paljonko osallistujia olisi todellisuudessa tullut, olisiko leiriviikko edennyt odotusten mukaan, olisiko kohderyhmä ollut tyytyväinen tapahtumaan, jne.

Huolimatta siitä, että tapahtuman toteutus tällä kertaa jäi suorittamatta, ei se tarkoita sitä, etteikö muisteluleiriä voisi järjestää myöhemmin tulevaisuudessa. Toimeksiantajan kanssa kävimmekin keskustelua aiheesta positiivisesta näkökulmasta: tämä opinnäytetyö on täysin valmis pohja tulevaisuuden tapahtuman järjestämiselle. Sen lisäksi tämä raportti on hyvä ja tiivis tietopankki liikuntamatkailuun, muistelutekniikoihin sekä tapahtumien markkinointiin liittyen.

#### 4.2 Ammatillinen kehittyminen

Ammattikorkeakoulut ovat yhdessä työelämän edustajien kanssa määritelleet koulutukselle ne osaamisvalmiudet eli niin sanotut kompetenssit, joiden mukaan koulusta valmistuttua tulisi pystyä toimimaan työelämässä. Nämä kompetenssit jaetaan koulutuskohtaisiin sekä yhteisiin osaamistavoitteisiin. Yhtiset kompetenssit valmistavat kokonaisuudessaan työelämään ja sen yhteisöissä toimimiseen, kun taas ammatilliset kompetenssit ovat hieman yksityiskohtaisempia. Liikunnanohjaajan koulutus valmistaa opiskelijasta liikunta-alan asiantuntijan, jonka ammatillinen osaaminen perustuu teoriaperustaan sekä käytännön osaamiseen ja vuorovaikutustaitoihin. Liik-

kunta-alan omiin alakohtaisiin kompetensseihin kuuluu eri liikuntamuotojen perustiedot ja –taidot, joita hän osaa soveltaa erilaisten ryhmien ohjaamiseen. Lisäksi alan osaamistavoitteina on hyvinvointi ja terveysliikuntaosaaminen, pedagoginen ja liikuntadidaktinen osaaminen sekä yhteiskunnallinen, johtamiseen ja yrittäjäosaamiseen liittyvä valmius. (Kajaanin Ammattikorkeakoulu n.d.)

Opinnäytetyötä tehdessä ammatillinen osaamiseni kehittyi usealla eri tavalla sekä yhteisiin sekä alakohtaisiin kompetensseihin peilattuna, vaikka itse tapahtuman järjestäminen jäikin kokonaan pois. Opinnäytetyön alkuvaiheessa yhteydet työelämän asiantuntijoihin piti olla jatkuvasti läsnä, kun tapahtuman suunnittelua lähdettiin viemään eteenpäin: palavereita pidettiin niin kasvotusten kuin puhelimitse. Tämän lisäksi valmiudet johtajan roolissa toimimiseen kehittyivät, kun vastuu asioiden etenemisessä oli pääasiassa omilla hartioillani.

Opinnäytetyöni tarkoituksena oli kehittää taitoja tapahtumien organisoinnissa projektiluontoisesti. Näitä taitoja tarvittiin opinnäytetyön eri vaiheissa, kun projektiryhmää hyödynnettiin, muun muassa materiaalin keräämiseen sekä itse leiriviikon ohjelman suunnitteluun. Leiriviikon ohjelman suunnittelussa näkökulma oli hyvinkin liikunta-alan kompetensseihin liittyvä, mutta itse suurin ammattitaidon kehittyminen eli itse leiriviikon ohjaaminen ja sen puuttuminen vallitsevan tilanteen takia, oli suuri puutos ammatillisessa kehityksessäni tämän projektin osalta.

Huolimatta siitä, että tapahtuman toteutuksen perumisen takia puuttumaan jäivät isot kokonaisuudet ammatillisen kehittymisen kannalta, joihin lukeutuu esimerkiksi itse liikunnan ohjaaminen, ei pidä väheksyä projektin ympärillä tapahtunutta muuta toimintaa. Näitä muita projektin ympärillä pyöriviä kehittymisen kohteita oli muun muassa työelämän edustajien kanssa yhteistyössä toteutettu suunnittelu ja markkinointi sekä kriittinen tiedonhankinta raportin kirjottamisen aikana.

## Lähteet

- Finnvolley. (N.d). Minimaajoukkue. Saatavilla 11.5.2020. <http://www.finnvolley.com/sisalto/>
- Higham, J. (2004). Sport tourism destinations: Issues and analysis Taylor & Francis Group.
- Hohenthal-Antin, L. (2009). Muistot näkyviksi. Juva. PS-kustannus.
- Hudson, S. (2003). Sport and adventure tourism. Binghamton. The Haworth Press, Inc.
- Iso-Aho, J. & Kinnunen, J. (2011). Tapahtumatuotannon palapeli. Helsinki. HUMAK
- Kajaanin Ammattikorkeakoulu. Opinto-opas. Saatavilla 28.9.2020 <http://opinto-opas.kamk.fi/index.php/fi/68146/fi/68090>
- Korhonen, H., Korkalainen, K., Pienimäki, T. & Rintala, S. (2015). Tapahtuman järjestäjän opas. Laurea-ammattikorkeakoulu
- Kunz, J. & Florence, G. (1975). Transformational reminiscence: Life story work. Springer Publishing Company.
- KvantiMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Faktorianalyysi. Tampere. Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. <https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/>
- Liikuntamatkat (N.d). Liikuntamatkat Finland. Saatavilla 11.5.2020. <https://www.liikuntamatkat.fi/>
- Puranen, T. (2018). Markkinointisuunnitelma – Strateginen suunnittelu. Ammattijohtaja. Saatavilla 17.1.2020. <https://www.ammattijohtaja.fi/markkinointisuunnitelma-strateginen-suunnittelu/>
- Rissanen T. (2002). Projektilla tulokseen - projektin suunnittelu, toteutus, motivointi ja seuranta. Jyväskylä. Kustannusosakeyhtiö Pohjantähti.
- Ritchie, B. & Adair, D. (2004). Sport tourism: interrelationships, impacts and issues. Channel View Publications.



- Ritchie, B. & Adair, D. (2004). Sport tourism: An introduction and overview. Teoksessa Ritchie, B. & Adair, D. (toim.) Sport tourism: Interrelationships, impacts and issues. (117-132). Channel View Publications.
- Smith, V. (1989). Hosts and guests: The anthropology of tourism. University of Pennsylvania Press.
- Standeven, J. & De Knop, P. (1999). Sport tourism. Human Kinetics.
- Stenberg, T. (2015). Muistelu vuorovaikutusmenetelmänä. Helsinki. Ikäinstituutti.
- Toikko, T. & Rantanen, T. (2009). Tutkimuksellinen kehittämistoiminta. Tampere. University Press.
- Vallo H. & Häyrynen E. (2003). Tapahtuma on tilaisuus: Opas onnistuneen tapahtuman järjestämiseen. Helsinki. Tietosanoma Oy.
- Vallo, H. & Häyrynen, E. (2016). Tapahtuma on tilaisuus: Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen. Helsinki. Tietosanoma Oy.
- Vilkka H. & Airaksinen T. (2003). Toiminallinen opinnäytetyö. Helsinki. Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Webster, J., Bohlmeijer, E. & Westerhof, G. (2010). Mapping the future of reminiscence: A conceptual guide for research and practice. Vancouver. Langara College.

## Liitteet

## Liite 1.Työn alustava toteutusaikataulu

Aika	Tapahtuma	Toimijat
10/2019	Työn toimeksianto	Toimeksiantaja
11/2019	Markkinoinnin suunnittelu	Toimeksiantaja
12/2019	Markkinoinnin julkaisu, opinnäytetyösuunnitelman kirjoittaminen	Toimeksiantaja
1-3/2020	Lopullisen ryhmän kasaaminen. Kuljetusten/majoituksen järjestelyt	Toimeksiantaja
2/2020	Opinnäytetyösuunnitelman esitys	KAMK
3/2020	Varsinaisen opinnäytetyöraportin aloitus	Opinnäytetyön tekijä
3-5/2020	Leiriviikon ohjelman suunnittelu	Toimeksiantaja
6/2020	Tapahtuman toteutus	Toimeksiantaja, tapahtuman osallistujat
7/2020	Tapahtuman onnistumisen arviointi	Toimeksiantaja
9-12/2020	Valmiin opinnäytetyön esitys	KAMK

## Liite 2. Minimaajoukkue Reunion ilmoittautumislomake

## Alustava ilmoittautuminen

nimi	<input type="text"/>
puhelinnumero	<input type="text"/>
sähköpostiosoite	<input type="text"/>
valitse majoitus toive	<input type="text" value="Euro Camp"/>
toiveita / vapaa sana	<div><div></div></div>
	<div><div>Lähetä</div><div>Tyhjennä</div></div>

## Liite 3. Minimaajoukkue Reunion mainosteksti

Ympyrä sulkeutuu Minimaajoukkueessa. Hieno kaksikymmentä vuotta kestänyt minimaajoukkue toiminta loppuu ensi vuonna. Menossa on nyt projekti vuonna 2006 ja 2007 syntyneille nuorille. Ensimmäiset eli vanhimmat minimaajoukkuealaiset ovat jo yli kolmekymppisiä mm. Tommi Tiilikainen. Jatkuuko toiminta toisessa muodossa, selviää kesän jälkeen. Olitko mukana toiminnassa mininä tai vanhempana? Missä olet ja mitä teet nyt?

Sinulla vanhempana tai miniläisenä on varmasti muutama kuva noista ajoista? Kuvien lisäksi sinulla on varmasti jokin positiivinen, hauska tai pelottava muisto. Kerro se meille sivuillamme kaikille kuvin ja sanoin.... SANA ON VAPAA.

Tapaaminen Italiassa kesäkuussa 2020:

Järjestämme ikimuistoisen matkan kaikille halukkaille entisille minimaajoukkulaisille ja vanhemmille tutussa paikassa Cesenaticossa Euro Campillä. Ohjelma on täynnä yllätyksiä, mutta Venetsiassa ei käydä. Lentopalloturnaukset hiekalla kuuluvat ilman muuta ohjelmaa ja .....?

KIINNSTAACO SINUA LÄHTEÄ MUISTELUIHIN ITALIAAN?

Olemme keräämässä porukkaa kesäkuun alkuun 5-7 vrk matkalle. Siksi tarvitsemme etukäteisinfoa kiinnostuksesta ko. muistelumatkaa kohtaan.

Lisää infoa ja alustava ilmoittautumislomake löytyy oheisesta linkistä:

<https://www.liikuntamatkat.fi/fi/Harjoitusmatkat/Minimaajoukkue+REUNION.html>

## Liite 4. Leiriviikon palautekysely

**Palautelomake Minimaajoukkue Reunion****1. Olen**☐ Nainen☐ Mies**2. Ikäni**☐ Alle 18 vuotta☐ 18-29 vuotta☐ 30-62 vuotta☐ Yli 63 vuotta**3. Oletko entinen miniläinen vai perheenjäsen?**☐ Miniläinen☐ Perheenjäsen**4. Vastasiko leiriviikko odotuksiasi?**☐ Ei lainkaan☐ Jonkin verran☐ Hyvin☐ Erinomaisesti**5. Mitä kehitettävää tapahtumassa mielestäsi on tai mitä olisit toivonut tehtävän toisin?**


---



---



---

**6. Arvioi seuraavia tapahtumaa koskevia asioita.**

	1=Täysin eri mieltä	2=Jokseenkin eri mieltä	3=Jokseenkin samaa mieltä	4=Täysin samaa mieltä
Leiriviikon sisältö oli mielenkiintoinen.				
Tapahtuman järjestelyt toimivat vaivattomasti (kyydit, ruokailut, jne.)				
Tapahtuman ohjaajat olivat osaavia.				
Tapahtuma oli rento ilmapiiriltään, mutta sopivasti samanlainen kuin alkuperäinen minileiri.				
Vapaa-ajan ja ohjatun toiminnan suhde oli sopiva.				
Päätösleiri oli kestoaltaan sopiva.				
Tapahtuman tarkoituksena oli pitää ikismuistoinen kokoontuminen muistelun merkissä. Tapahtuma vastasi tätä tarkoitusta.				

**7. Mikä oli parasta leiriviikossa?**


---



---



---

**8. Muuta palautetta ja terveisiä tiimille.**


---



---



---

KIITOS PALAUTTEESTA!

Liite 5.Tapahtumapaikkojen kartta

