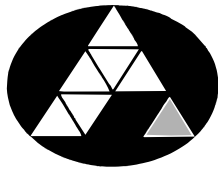


POHJOIS-KARJALAN AMMATTIKORKEAKOULU
Liiketalouden koulutusohjelma

Juuso Metsälä, 0601330

OPAS OSANA JOENSUUN URHEILUAKATEMIAN
MARKKINOINTIViestintää

Opinnäytetyö
Helmikuu 2012



POHJOIS-KARJALAN
AMMATTIKORKEAKOULU

OPINNÄYTETYÖ
Helmikuu 2012
Liiketalouden koulutusohjelma

Karjalankatu 3
80200 JOENSUU
p. (013) 260 6800

Tekijä
Juuso Metsälä

Nimeke
Opas osana Joensuun Urheiluakatemia markkinointiviestintää

Toimeksiantaja
Joensuun Urheiluakatemia

Tiivistelmä

Lähtökohta opinnäytetyölle oli Joensuun Urheiluakatemiassa Suomen Olympiakomitean ohjaamana tehtävä huippu-urheilun kehitystyö. Joensuun Urheiluakatemia on yksi Suomen Olympiakomitean hyväksymistä huippu-urheiluakatemoista. Sen tavoitteena on kehittää ja parantaa urheilijoiden päivittäisharjoittelua sekä tukea urheilijoiden kouluttautumista haluamalleen alalle tai ammattiin urheilu-uran ohessa. Toiminnallinen opinnäytetyö laadittiin Joensuun Urheiluakatemia toimeksiannosta.

Joensuun Urheiluakatemia on verkosto ja nonprofit-organisaatio, mikä vaikuttaa sen markkinointiviestintään. Markkinoinnin ja viestinnän tulee tukea organisaation tavoitteita ja strategiaa käytännössä. Organisaation hyvä maine muodostuu hyvistä teoista ja hyvästä viestinnästä. Sidosryhmäviestintä on kuuntelemista, sidosryhmiltä saatavan tiedon hyödyntämistä sekä organisaation toiminnan lähtökohtien avaamista. Oppaan tarkoitus on avoimesti kuvata urheilijan arkea, haasteita ja mahdollisuuksia. Oppaan kantava teema ja ydinviesti on opiskelun ja urheilun win-win-henki, jolla saavutetaan tuloksia kaikkien sidosryhmien hyödyksi pitkällä aikavälillä.

Opas on myös Joensuun Urheiluakatemia oppilaitosyhteistyö- ja tukipalvelumallin kehittämisprojektin (JOUTUKE 2009-2011) tuotos ja se löytyy akatemiamanuaalista. Joensuun Urheiluakatemialla on oikeudet oppaaseen ja mahdollisuus sen edelleen kehittämiseen.

Kieli
suomi

Sivuja 40
Liitteet 1
Liitesivumäärä 15

Asiasanat
Markkinointiviestintä, huippu-urheilu, urheiluakatemia



NORTH KARELIA
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

THESIS
February 2012
Degree Programme in Business Economics

Karjalankatu 3
80200 JOENSUU
p. (013) 260 6800

Author

Juuso Metsälä

Title

Guide as a Promotion Tool in the Joensuu Sports Academy

Commissioned by

The Joensuu Sports Academy

Abstract

This thesis is based upon a development project in the Joensuu Sports Academy led by the Finnish Olympic Committee. The Joensuu Sports Academy has earned its status as an elite Sport Academy granted by the Finnish Olympic Committee. The objective of the Joensuu Sports Academy is to combine education and training successfully. This practice-based thesis was commissioned by the Joensuu Sports Academy.

The Joensuu Sports Academy is a network and a nonprofit organization. Promotion of the Joensuu Sports Academy is strongly affected by these factors. Marketing and communication should contribute to the organization's strategy and objectives. The organization's good image is a mix of good actions and good communication. Successful stakeholder communication is based on obtaining and sharing information. The objective of the thesis is to openly introduce an athlete's daily life – its challenges and opportunities. The theme and the main message of the guide is the win-win spirit between education and training, which leads to results benefitting all stakeholders in the long run.

The Joensuu Sports Academy owns the rights to the guide and its further development. The guide was part of the outputs of the development project of the Joensuu Sports Academy (JOUTUKE 2009-2011).

Language
Finnish

Pages 40
Appendices 1
Pages of Appendices 15

Keywords

Promotion, elite sports, sports academy

Sisältö

1	Johdanto	5
1.1	Samat menestystekijät huippu-urheilussa ja talouselämässä	5
1.2	Tavoitteena opiskelun ja urheilun win-win-henki	7
1.3	Toiminnallinen opinnäytetyö	8
2	Markkinointiviestintä	11
2.1	Markkinointiajattelun kehittyminen	12
2.2	Markkinointiviestinnän tavoitteet ja tehtävät	15
2.3	Integroitu markkinointiviestintä	18
3	Markkinointiviestinnän suunnittelu	19
3.1	Markkinointiviestinnän kohderyhmät, keinot ja kanavat	20
3.2	Strategiset perusviestit eli ydinviestit	21
3.3	Tiedotus ja suhdetoiminta	22
3.4	Markkinointiviestinnän onnistumisen mittaaminen	24
4	Joensuun Urheiluakatemia	24
4.1	JOUTUKE-projekti	26
4.2	Nonprofit-organisaatio	27
4.3	Huippu-urheilun muutos	28
5	Opas urheilun ja opiskelun yhdistämisen haasteisiin	31
5.1	Suhdetoiminta	33
5.2	Opinnäytetyön toteutus ja toiminnan analyysi	34
6	Pohdinta	37
	Lähteet	39

Liitteet

Liite 1	Opas urheilun ja opiskelun yhdistämisen haasteisiin
---------	---

1 Johdanto

Joensuun Urheiluakatemia on yksi Suomen Olympiakomitean hyväksymistä huippu-urheiluakatemoista. Sen tavoitteena on kehittää ja parantaa urheilijoiden päivittäisharjoittelua sekä tukea urheilijoiden kouluttautumista haluamalleen alalle tai ammattiin urheilu-uran ohessa. Joensuun Urheiluakatemian toimeksiannosta laadittiin opas urheilun ja opiskelun yhdistämisen haasteisiin. Opas on osa Joensuun Urheiluakatemian sidosryhmäviestintää, jonka tavoitteena on luottamuksen rakentaminen sidosryhmien välille ja menestyksekkäiden toimintamallien välittäminen ja kehittäminen.

Tietoa ja toimintamalleja on kerätty suoraan huippu-urheilijoilta ja Joensuun Urheiluakatemian toimihenkilöiltä. Opinnäytetyön tekijän suunnistusuran kokemukset ja keskustelut yli lajirajojen Mäkelänrinteen Urheilulukiossa ja Puolustusvoimien Urheilukoulussa, jotka ovat alan edelläkävijöitä, ovat luonnollisesti vaikuttaneet oppaan tekemiseen yhtä toimivan ympäristön kehittämiseksi Joensuuhun.

1.1 Samat menestystekijät huippu-urheilussa ja talouselämässä

Opinnäytetyön aihe on herättänyt toistuvasti kysymyksen, miten Joensuun Urheiluakatemia tai huippu-urheilu yleensä liittyy liiketalouteen tai talouselämään. Liikkeenjohdon betonia huippu-urheiluun -seminaarin (24.10.2011 Helsinki) avaussanat lausui Valtion liikuntaneuvoston puheenjohtaja, kansanedustaja Jan Vapaavuori. Hänen mukaansa liike-elämän ja huippu-urheilun kiinnekohta on ankara kilpailutilanne. Molemmat kohtaavat voittoja ja tappioita, onnistumisia ja pettymyksiä päivittäin. Molemmissa menestyminen edellytetään onnistumista useassa eri asiassa samanaikaisesti. Aito menestyminen on kaikkea muuta kuin helppoa. Pärjätäkseen on oltava

hyvä, muita parempi, tosi hyvä, loistava. Huippu-urheilussa kilpailu on erityisen kovaa ja julmaa. Huippu-urheilija kisaa lähtökohtaisesti aina globaalissa, maailmanlaajuisessa sarjassa toisin kuin monet suuretkin yritykset, joiden horisontti luontevasti rajoittuu kansallisiin tai ainakin selkeästi globaalia pienempiin ympyröihin.

Opinnäytetyön yksi viesti urheilijoille ja oppilaitoksille on, että urheilu-, opiskelu- ja työelämässä pätevät samat vaatimukset ja menestystekijät. Tavoitteellisuus, kunnianhimo ja kurinalaisuus ovat perusvaatimuksia. Mitä enemmän aikoo saavuttaa, sitä enemmän vaaditaan työtä. Pitkäjänteisyys ja motivaatio punnitaan varsinkin vastoinkäymisten aikana.

Tiedostamme monia asioita, kuten heikkouksia, vahvuuksia ja unelmia, mutta vain harvoihin asioihin sitoudumme. Ainoastaan sitoutuminen johtaa konkreettiseen toimintaan. Huippu-urheilu on esimerkki vahvasta sitoutumisesta ja työnteosta. Samalla kaavalla on mahdollista menestyä myös opiskelu- ja työelämässä. Ja toisaalta opiskelun kautta voi saada uusia ideoita ja taitoja urheilussa menestymiseen.

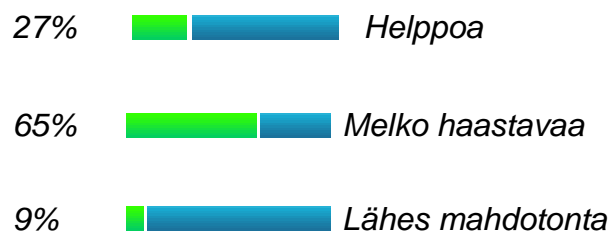
Urheilijoiden paineensietokyky ja fyysinen sekä psyykinen työkykyisyys ovat huippuluokkaa. Työkyvyn merkitys korostuu koko ajan, koska yhä harvempi työntekijä on fyysisesti hyvässä kunnossa, mikä heijastuu väistämättä myös psyykkiseen puoleen. Urheilijat ovat tottuneet vaihteleviin olosuhteisiin, mikä on etu maailmassa, jossa muutostahti tuntuu kiihtyvän koko ajan.

Liiketalouden kenttä on saanut paljon vaikutteita urheiluvalmennuksesta ja toisin päin. Tällä hetkellä yksi johtamisen trendi on valmentava johtaminen, joka on suoraan urheiluvalmennuksesta, tarkemmin jääkiekosta. Jääkiekkovalmentajat ovat kymmenisen vuotta kirjoittaneet liike-elämälle suunnattuja kirjoja johtamisesta ja valmentamisesta. Liikkeenjohdon betonia huippu-urheiluun –seminaari on yksi avaus, jolla urheilumaailma yrittää hyötyä toisin päin.

1.2 Tavoitteena opiskelun ja urheilun win-win-henki

Opinnäytetyön produkti eli opas on markkinointiviestinnän väline ja osa Joensuun Urheiluakatemiaan sidosryhmäviestintää, jonka tavoitteena on luottamuksen rakentaminen sidosryhmien välille ja menestyksekkäiden toimintamallien välittäminen ja kehittäminen. Oppaan tavoite ja tehtävä on kuvata avoimesti urheilijan arkea, haasteita ja mahdollisuuksia. Kohderyhmien tietoisuuden lisääminen helpottaa päivittäistä vuoropuhelua. Opas toimii keskustelunavauksena, joka helpottaa toiminnan edelleen kehittämistä win-win-hengessä, jonka tuloksena urheilijat kehittyvät ja opinnot johtavat tutkintoon.

Huippu-urheilun ja opiskelun yhdistämisen vaativuus vaihtelee lajeittain ja opiskelualoittain (kuvio 1). Haastavinta yhdistäminen on lajeissa, joissa harjoitellaan määrällisesti eniten ja toisaalta myös leiri- ja kilpailumatkat heikentävät mahdollisuutta osallistua lähiopetukseen. Haastavuus kasvaa lajista riippumatta, mitä lähemmäs oman urheilulajin huippua pääsee.



Kuvio 1. Gallup-kysymykseen vastanneista suurin osa pitää huippu-urheilun ja opiskelun yhdistämistä melko haastavana. (Katajamäki 2011)

Huippu-urheilun muutostyöryhmän blogissa (25.02.2011) Tapio Korjus visioi lukukaudettomasta korkea-asteesta.

Urheilijoiden polut ovat erilaisia. Niissä on paljon samaa, mutta usein myös epäreilulla tavalla poikkeavuuksia. Olen jo vuosikausia ihmetellyt, miten talvilajien urheilijat onnistuvat yhdistämään urheilun ja opiskelun.

Miettikää nyt! Lumilajien arvokisasesonki on kuumimmillaan juuri silloin, kun pitäisi opiskella.

Korkea-asteen koulutus, opiskelu ammattikorkeakoulussa, korkeakoulussa tai yliopistossa, osuu samaan ajanjaksoon kuin huippu-urheilijan tärkeimmät vuodet. Ja lukukausi menee aina päällekkäin kilpailukauden kanssa.

Yleisurheilija voi ajoittaa opintojaan peruskuntokaudelle. Hiihtäjä, mäkihyppääjä, alppihiihtäjä tai pikaluistelija ei.

Sinänsä kannatan ehdottomasti huippu-urheilun ja opiskelun yhdistämistä. Opiskelu on hyvää vastapainoa urheilulle, ja vain erittäin harva urheilija maailmassa tienaa itselleen eläkerahat urheilemalla.

Mutta talviurheilijoille yhdistäminen on käytännössä mahdotonta. Jos he panostavat opiskeluun, urheilu kärsii varmasti.

Tässä on ehdottomasti yksi epäkohta, joka pitäisi korjata. Onhan meillä luokattomat lukiotkin. Miksi meidän on roikuttava satavuotisessa ajatuksessa, jonka mukaan lukukausi alkaa syksyllä ja päättyy keväällä?

Miksi lumilajien urheilijamme eivät voisi yhtä hyvin panostaa opiskeluun huhtikuun alusta syyskuun loppuun? Miksi meillä ei voisi olla lukukaudeton korkea-aste?

P.S. Huippu-urheilu antaa nuorelle juuri niitä valmiuksia, joita elämässä tarvitaan. Samalla, kun siirrymme lukukaudettomaan korkea-asteeseen, urheilijoiden tulisi saada opintosuorituksia maineteoistaan maailmalla. Saavathan urheilulukiolaisetkin kurssseja valmentajien vetämistä harjoitustunneista. (Korjus 2011)

1.3 Toiminnallinen opinnäytetyö

Toiminnallinen opinnäytetyö tavoittelee ammatillisessa kentässä käytännön toiminnan ohjeistamista, opastamista, toiminnan järjestämistä ja järjeistämistä. (Vikka & Airaksinen 2003, 9.)

Ammattikorkeakoulussa annetun koulutuksen tavoitteena on, että opiskelija pystyy toimimaan asiantuntijatehtävissä ja sekä tietää että taitaa siihen liittyvät kehittämisen ja tutkimuksen perusteet. (Vikka & Airaksinen 2003, 10.)

Opinnäytetyö suositellaan tehtäväksi toimeksiantajalle, sillä toimeksiannettu opinnäytetyö lisää vastuuntuntua opinnäytetyöstä ja lisäksi opettaa projektinhallintaa. Toimeksiannetussa opinnäytetyössä korostuvat täsmällinen suunnitelma ja tavoitteet, tietyt toimintaehdot, aikataulu ja tiimityö. (Vikka & Airaksinen 2003, 10.)

Lähtökohta toiminnalliseen opinnäytetyöhön on se, että teen oppaan Joensuun Urheiluakatemiaan toimeksiannosta pientä taloudellista korvausta vastaan. Olen itse suunnistajana eli urheilijana osa Joensuun Urheiluakatemiaa. Toisaalta olen opiskelijana osa myös Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulua eli en ole missään suhteessa täysin puolueeton tai ainakaan ulkopuolinen. Toisaalta sisäpiirin tieto ja henkilökohtaiset kokemukset urheilun ja opiskelun yhdistämisestä antavat sitä asiantuntijuutta, jota opinnäytetyön tekemisessä pitää olla. Tutkijan suhde rahoittajiin on ajankohtainen kysymys, jota tutkija miettii tekemisissään ja tekemättä jättämisissään, sekä viimeistään arvioidessaan tutkimuksen luotettavuutta. (KvaliMOTV 2011.)

Tutkimuksen luotettavuutta arvioidaan usein termeillä reliabiliteetti ja validiteetti. Reliaabelius on mittaustulosten tai tutkimuksen toistettavuus eli kykyä ei-sattumanvaraisiin tuloksiin, kun tutkimus tai mittaus toistetaan. Validius on mitattarin tai tutkimusmenetelmän kyky mitata juuri sitä, mitä on tarkoitus mitata. (Hirsijärvi, Remes & Sajavaara 2009, 231.)

Opinnäytetyön ohjaaja toimeksiantajan puolelta on Anu Korhonen, jonka henkilökohtaiset tiedonannot olivat tärkeä osa rakennettaessa kokonaiskuvaa Urheiluakatemiasta. Hän myös kommentoi aktiivisesti oppaan tekstiä. Luonnollisesti toimeksiantajan kommentit vaikuttivat huomattavasti lopulliseen oppaaseen. En näe tässä mitään negatiivista, se on normaali käytäntö, toimeksiantajan valtuus ja velvollisuus. Oppaan tavoite opiskelun ja urheilun win-win-tilanne on juuri se, mitä Urheiluakatemia tavoittelee.

Urheilun ja opiskelun yhdistämistä on tutkittu vähän. Kyseessä onkin uutta tietoa tuottava soveltava tutkimus. Tarvitaan uutta tietoa, joka auttaa paremmin ymmärtämään ratkaistavien ongelmien luonnetta ja löytämään keinoja ongelmista selviämiseen. (Hirsijärvi, Remes & Sajavaara 2009, 18-19.) Tutkiva asenne tarkoittaa valintoja ja niiden perustelua tietoperustaan nojaten. Tietoperusta ja siitä rakentuva viitekehys tulee nousta oman tieteenalan piiristä. (Vikka & Airaksinen 2003, 154.)

Yksi vaihtoehto tiedon hankintaan on kysyä auktoriteeteilta, jotka ovat tietojen, asemansa tai persoonansa takia kunnioitettuja ja arvostettuja henkilöitä. Aseman perusteella auktoriteetti on esimerkiksi ministeri tai opinnäytetyön tapauksessa huippu-urheilija. Tiedon perusteella auktoriteetti on asiantuntija esimerkiksi tutkija. Auktoriteetti voi myös olla väärässä. Auktoriteettien suhteen pätee sama lähdekriittisyys kuin muihin lähteisiin: yksi lähde voi olla väärässä, joten kannattaa käyttää useita lähteitä, joiden perusteella päästään lähemmäs totuutta. (Hirsijärvi, Remes & Sajavaara 2009, 18-19.)

Eriyisesti ihmisiin kohdistuvan tutkimuksen tekeminen edellyttää tutkijalta hyvän tutkimuskäytännön noudattamista, jolloin ensisijaista on tutkittavan ihmisarvon ja itsemääräämisoikeuden kunnioittaminen. (KvaliMOTV 2011.) Teemahaastattelu on lomake- ja avoimenhaastattelun välimuoto. Aihepiirit eli teemat ovat tiedossa etukäteen, mutta kysymysten järjestys ja muoto muuttuvat haastattelun aikana. Teemahaastattelua käytetään paljon kasvatus- ja yhteiskuntatieteiden tutkimuksessa. (Hirsijärvi, Remes & Sajavaara 2009, 208.)

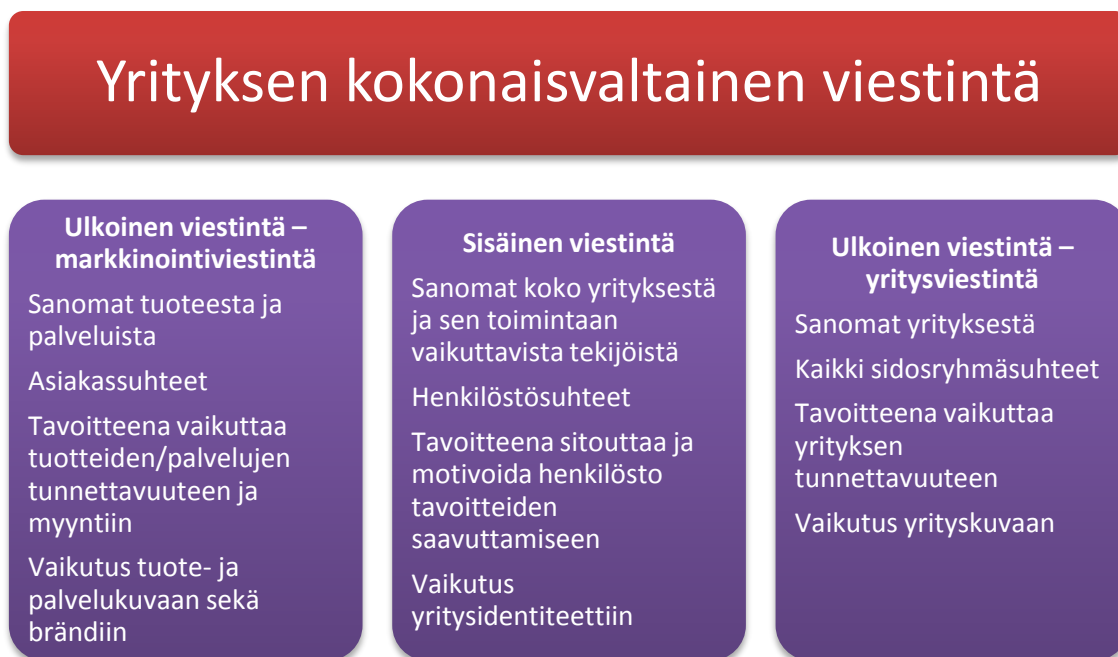
Opinnäytetyön haastattelut ja tiedonannot ovat pääsääntöisesti luonteeltaan julkisia eli huippu-urheilijoiden haastatteluja. Omissa huippu-urheilijoiden haastatteluissa olen kertonut, mihin julkaisuun haastattelu tulee ja antanut mahdollisuuden kommentoida valmista tekstiä. Kumpikaan oppaaseen urheilijaesimerkiksi haastatelluista huippu-urheilijoista ei pyytänyt muutoksia tai korjauksia, mitä voidaan pitää hyvänä merkinä. Huippu-urheilijat ovat erittäin tarkkoja julkisuuskuvansa kanssa puuttuen pieniinkin yksityiskohtiin.

Hyvän tutkimuksen tekeminen niin, että eettiset näkökohdat tulevat riittävästi ja oikein huomioon otetuiksi, on vaativa tehtävä. (Hirsijärvi, Remes & Sajavaara 2009, 26-27.)

Tärkeimpiä eettisiä sääntöjä ovat: toisten tekstiä ei plagioida, tuloksia ei yleistetä kritiikittömästi, tuloksia ei sepitetä, eikä kaunistella. Raportointi ei saa olla harhaanjohtavaa tai puutteellista. (Hirsijärvi, Remes & Sajavaara 2009, 26-27.)

2 Markkinointiviestintä

Markkinointiviestintä on osa markkinointia ja osa yrityksen kokonaisvaltaista viestintää (kuvio 2). Yrityksen kokonaisvaltainen viestintä voidaan jakaa markkinointiviestintään, sisäiseen viestintään ja yritysviestintään. Markkinointi- ja yritysviestintä ovat ulkoista viestintää. (Isohookana 2007, 15.)



Kuvio 2. Yrityksen kokonaisvaltaisen viestinnän viitekehys (Isohookana 2007, 15.)

Yritysviestinnän ja maineen merkitys on korostunut nykyisessä globaalissa taloudessa. Yrityksen maineen peruspilarit ovat hyvät teot, hyvä viestintä ja hyvät suhteet. Yrityksen maine voi kehittyä nopeasti ja sen voi menettää vielä nopeammin. Viestintä on yrityksille strateginen asia. Yritysviestinnässä korostuvat brandit, henkilöt ja erilaiset sidosryhmät. Yrityksen erilaisia sidosryhmiä ovat esimerkiksi asiakkaat, sijoittajat ja tulevat työntekijät. Eri sidosryhmät vaativat erilaista viestintää. (Tienari & Meriläinen 2009, 30-33.)

Mielikuviin vaikutetaan tiedostamatta ja tietoisesti. Mielikuva syntyy joka tapauksessa, joten kannattaa pohtia, millainen sen olisi hyvä olla ja miten siihen voi vaikuttaa. Haluttua mielikuvaa ei voi sanella, mutta johdonmukaisella

toiminnalla ja viestinnällä siihen voi paremmin vaikuttaa. (Juholin 2009, 184,194.)

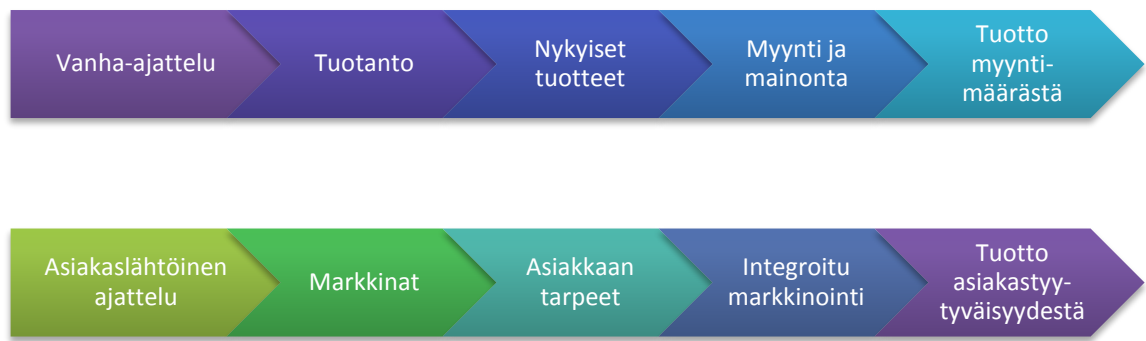
Rehellisyys ja avoimuus on keskeisiä periaatteita viestinnässä. Julkisuuteen kannattaa itse antaa tietoja, jotka eivät ole yrityksen kannalta positiivisia. Ikävät tiedot tulevat kuitenkin julki kontrolloimatta. Julkisuuskuvan tulisi olla todenmukainen. Keinotekoisesti rakennettu yhtiöpositiivinen kuva ei kestä kauaa. (Forssell & Laurila 2007, 176.) Viestinnän merkitys organisaatioille on viimein ymmärretty. Viestinnän osaamista ja kykyä kaivataan enemmän kuin koskaan. (Juholin 2009, 15.)

Yritysjohdajien asenne mediaa kohtaan on muuttunut. Aikeisemmin toimittajat olivat välttämätön paha, mutta 1980-luvulta lähtien yritysjohdajat ovat alkaneet aktiivisesti käyttää mediaa hyväkseen. (Tienari & Meriläinen 2009, 69.)

Myös Suomessa yritysviestintä on muuttunut omistaja- ja sijoittajakeskeiseksi. Siihen liittyvät liiketoimintaa koskevat päätökset, joiden oletetaan mielyttävän sijoittajia, sekä erilaisen sijoittajille suunnatun taloudellisen tiedon jatkuva tuottaminen. (Tienari & Meriläinen 2009, 70.)

2.1 Markkinointiajattelun kehittyminen

Yrityksellä on useita kilpailukeinoja, joista se voi panostaa yhteen tai usempaan. Kilpailukeinoja ovat tuotanto, tuote, myynti, markkinointi ja yhteiskunnallinen markkinointi. Markkinoinnissa ja yhteiskunnallisessa markkinoinnissa markkinointiviestinnän osuus on keskeinen. (Armstrong, Kotler, Herker & Brennan. 2009, 12.)



Kuvio 3. Markkinointiajattelun kehittyminen. (Armstrong ym. 2009, 12.)

Tuotanto-, myynti- ja osittain tuotesuuntautunut markkinointi noudattaa vanhaa-ajattelua (kuvi 3), joka voi edelleen toimia jo olemassaolevien tuotteiden markkinointiin. Uusi ajattelu lähtee markkinatilanteesta ja asiakkaiden tarpeista. Tämä konsepti sopii uusille tuotteille ja palveluille. (Armstrong, Kotler, Herker & Brennan. 2009, 12.)

Tuotantosuuntautuneen ajattelun kulmakivet ovat tuotteen edullinen hinta ja erinomainen saatavuus. Näin ollen tuotannon tehokkuus, erityisesti taloudellisesti, ja logistiikka ovat osa-alueita, joiden optimointi on oleellista menestymiseksi käyttäen tätä kilpailukeinoa. Tuotantosuuntautunut ajattelu on luontevaa, jos tuotteet eivät merkittävästi eroa toistaan, esimerkkinä A4-paperiarkki ja paperiteollisuus. (Armstrong ym. 2009, 10.)

Tuotesuuntautunut ajattelu lähtee siitä, että tuotteen ominaisuudet ovat laadukkaampia, suorituskykyisimpiä, kehittyneimpiä tai sopivimpia käyttötarkoitukseensa. Tämä kilpailukeino vaatii jatkuvaa tuotekehitystä ja tuotteisiin liittyviä parannuksia. Hyviä esimerkkejä ovat matkapuhelimet ja autot. Matkapuhelimista yksinkertaiset peruspuhelimet ovat verrattavissa tuotantosuuntautuneeseen ajatteluun ja niiden valmistus onkin siirretty esimerkiksi Nokian tapauksessa halvemmän hintatason maihin. Kuitenkin älypuhelimien tuotekehitys ja valmistus tapahtuu osittain edelleen Suomessa. Älypuhelimien tapauksessa mediahuomion saavat tällä hetkellä edistyksellisimmät mallit. Autot ovat moninkertaisesti kalliimpia ja kuluttaja etsiikin käyttötarkoitukseensa sopivinta autoa, eikä laadukkainta tai

suorituskykyisintä. Autojen kohdalla perhemallit ja vähän kuluttavat autot ovat suosittuja. (Armstrong ym. 2009, 10.)

Myyntisuuntautuneen ajattelun mukaan tuote myydään, ei osteta. Ajattelutavan mukaan tuote on aina myytävissä ja myyntimäärää pidetään asiakastyytyväisyyttä tärkeämpänä. Myynti on aggressiivinen kilpailukeino, jota käytetään paljon matkapuhelinliittymien markkinoinnissa puhelinmyynnillä, jossa yritetään myydä kilpaileva liittymä, vaikka asiakkaalla on jo liittymä, eikä hän ole todennäköisesti edes ajatellut sen vaihtamista. (Armstrong ym. 2009, 11.)

Asiakaslähtöinen markkinointi tarkoittaa, että on tunnettava asiakkaan halut ja tarpeet sekä arvot ja elämäntyyli. Tarpeiden tyydytys ei kuitenkaan riitä, vaan asiakkaalle halutaan tuottaa lisäarvoa, jota hän ei osannut edes odottaa. Tuotesuuntautuneeseen ajatteluun lisänä on se, että tuotteen lisäksi myös palvelulla voidaan ja halutaan tuottaa lisäarvoa. Autojen tapauksessa takuu ja huoltopalvelut laajentavat tuotetta ja ovat myös oma liiketoiminta-alueensa. Älypuhelinien tapauksessa erilaiset sovellukset eli palvelut tuovat asiakkaalle lisäarvoa. (Armstrong ym. 2009, 11-12.)

Uusin kilpailukeino on yhteiskunnallinen markkinointi, jossa yritetään välttää ristiriitaa asiakkaiden lyhyen aikavälin halujen ja pitkän aikavälin hyvinvoinnin välillä. Yhteiskunnallinen markkinointi tuo esiin asioita, joita yhteiskuntavastuun ja kestävän kehityksen nimessä tehdään vapaaehtoisesti. (Armstrong ym. 2009, 15.)

Yhteiskunnallinen markkinointi edistää vastuullisia toiminta- ja tuotantotapoja, jotka ylittävät lakien ja säädösten mukaiset minimivaatimukset. Yhteiskunnallisen markkinoinnin piiriin kuuluu ihmisoikeuksien kunnioittaminen, ilmastonmuutoksen torjuntaan tähtäävät toimet, liiketoiminnan kielteisten ympäristövaikutusten minimointi ja taloudellinen vastuu. Taloudellinen vastuu pitää sisällään osakkeenomistajien etujen ajamisen lisäksi työpaikkojen säilyttämisen, verotulojen kasvattamiseen ja yhteiskunnallisen hyvinvoinnin luomiseen. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2012)

Suomalainen esimerkki yhteiskunnallista markkinointia kilpailukeinona käyttävästä yrityksestä on Veikkaus. Se on valtion omistama osakeyhtiö, jolle on myönnetty yksinoikeus veikkaus- ja vedonlyöntipelien sekä raha-arpajaisten toimeenpanemiseen Suomessa. Veikkauksen voitto jaetaan opetus- ja kulttuuriministeriön koordinoimana suomalaiselle taiteelle, liikunnalle, tieteelle ja nuorisotyölle.

Veikkauksen missio: Suomalainen voittaa aina. Veikkaus tuottaa suomalaiselle yhteiskunnalle monipuolista arvoa järjestämällä rahapelejä luotettavasti ja vastuullisesti. (Veikkaus 2012)

2.2 Markkinointiviestinnän tavoitteet ja tehtävät

Kuvion 4 mukaan (Isohookana 2007, 92.) kaiken viestinnän lopullinen tarkoitus on tukea yrityksen tavoitteita ja strategiaa. Markkinointiviestinnässä tämä tarkoitus on erittäin selvä. Se on kuitenkin muuttunut vuosien kuluessa. Ennen oli markkinointi ja nyt on markkinointiviestintä. Viestintä on muuttunut aggressiivisesta markkinoinnista hienovaraisempaan markkinointiviestintään, jossa lyhyen aikavälin tulosta tärkeämpänä nähdään pitkän aikavälin tuotto. Markkinoinnin perustehtävä on tuottavien asiakassuhteiden johtaminen, koska on helpompi säilyttää kanta-asiakkaat kuin saada uusia asiakkaita markkinoinnin avulla. Markkinointiviestintä on markkinointia älykkäämpää ja pyrkii vetoamaan arvoihin sekä ajatteluun, eikä vain himoihin ja hetken tyytyväisyyteen. Koska viestinnän tarkoitus on tukea yrityksen strategiaa ja tavoitteita, on lähdettävä liikkeelle yrityksen strategisesta suunnittelusta. (Armstrong ym. 2009, 15.)



Kuvio 4. Yrityksen strateginen suunnitteluprosessi. (Armstrong ym. 2009, 15.)

Yrityksen strategisessa suunnittelussa aina mission eli toiminta-ajatuksen määrittämisestä lähtien pitäisi olla mukana myös markkinoinnillinen ote. Mission tulisi olla realistinen, tarkka, motivoiva ja markkinaympäristöön sopiva.

Markkinointiviestinnän kohdentamisen kannalta keskeistä ovat yrityksen päämäärät ja tavoitteet, jotka konkretisoituvat liiketoimintaportfolioksi, joka on täydellinen kokoelma yrityksen tuotteista ja palveluista. Liiketoimintaportfolio analysoi ja määrittää, mihin tuotteisiin tai palveluihin yrityksen kannattaa jatkossa panostaa ja kuinka paljon. Esimerkiksi Nokian portfolio voitaisiin yksinkertaistaa peruspuhelimiin, älypuhelimiin ja käyttöjärjestelmiin, joiden kehittämisen Nokia lopetti älypuhelimien osalta siityen Microsoftin ekosysteemiin. Näin Nokia keskittyy jatkossa peruspuhelimiin ja älypuhelimiin, joiden kehittämiseen se voi jatkossa paremmin panostaa. (Armstrong ym. 2009, 65.)

Markkinoinnin tehtävä on löytää oikeat asiakkaat eli luoda ja ylläpitää tuottavia asiakassuhteita. Ensimmäinen askel markkinoinnin kohdistamisessa on segmentointi eli asiakkaiden jakaminen ryhmiin erilaisilla perusteilla:

- Maantieteellisesti: manner tai sen osa, valtio, kaupunki, kaupunginosat.
- Demograafisesti: ikä, sukupuoli, tulot, sosiaaliluokka.
- Psykograafisesti: elämäntyyli, persoonallisuus.
- Käyttäytymisen mukaan: tilanne, hyödyt, tuotteen käyttö, lojaalisuus.

Segmentointiperusteita voivat siis olla ikä tai sukupuoli. Esimerkiksi vaatteet on jaettu miesten, naisten ja lasten vaatteisiin. Jos yritys valmistaa vaatteita naisille, on luonnollista mainostaa naistenlehdissä. Se on kohdemarkkinointia, johon segmentoinnilla pyritään. Yksi nykyisen markkinoinnin kiinnostavimmista ryhmistä on lapsiperhe, joka kuluttaa säännöllisesti ja paljon päivittäistavara-kaupassa. Erilaiset kanta-asiakaskortit ja kaikki yhden katon alta -periaate on hyvä huokutin. Segmentointi ei ole kaikkien tuotteiden kohdalla yhtä yksinkertaista. (Armstrong ym. 2009, 190-200.)

Kun asiakkaat on segmentoitu ja löydetty keino tavoittaa heidät, päästään markkinoinnin kiinnostavimpaan keinoon eli asemointiin kilpaileviin tuotteisiin tai palveluihin nähden. Perinteinen käsitys markkinoinnista on markkinointimix joka koostuu tuotteesta hinnasta, saatavuudesta, ja mainonnasta. Ne ovat asemoinnin keinot. Tuote voi olla kallis, joka korostaa laadukasta mielikuvaa, tai halvempi, jolloin rahaa säästyy johonkin muuhun. Tuotteella voi myös olla hyvä

hinta-laatusuhde. Tuote tai palvelu voi olla helposti kaikkien saatavilla, tai sen myynnistä voi huolehtia vain tarkoin valitut jälleenmyyjät, jotka pystyvät asiantuntevasti palvelemaan asiakasta. Hinnaltaan samanarvoisten tuotteiden tilanteessa asiakasta kiinnostaa ominaisuuksien määrä, mutta eniten vaikuttaa kuitenkin mielikuva, imago, joka koostuu monista markkinointiviestinnän vaikutuspiiriin kuuluvista asioista. (Armstrong ym. 2009, 46).



Kuvio 5. 4P-malli eli markkinointimix (Armstrong ym. 2009, 46.)

Englanninkielisen 4P-mallin promotion käännettiin aluksi mainonnaksi, mutta parempi käänнос markkinointimixissä on kuitenkin markkinointiviestintä, varsinkin kun tarkastelee sen osa-alueita. Markkinointiviestintään kuuluvat mainonta, henkilökohtainen myyntityö, myynninedistäminen, suoramarkkinointi sekä Tiedotus- ja suhdetoiminta. (Armstrong ym. 2009, 46.) Markkinointiviestinnän lainalaisuudet ovat voimassa myös nonprofit organisaatioiden kohdalla. (Vuokko 2004, 170.)

Markkinointiviestintä yhdistetään perinteisesti tuotteeseen. Isohookanan (2007, 52.) mukaan tuote-käsitettä voidaan kuitenkin laajentaa seuraavasti:

- Tavarat: autot, tietokoneet.
- Palvelut: matkapalvelut, pankkipalvelut.
- Rajatut alueet, paikat: huvipuistot, kauppakeskukset, huvittelupaikat.
- Aatteet: uskonnot, poliittiset liikkeet, järjestöt.
- Kulttuuri: näytelmä-, musikaali-, oopperateokset, sävellykset.
- Tapahtumat: urheilukilpailut, konsertit, festivaalit.
- Henkilöt: taiteilijat, poliitikot, urheilijat.

Asikkaan ostopäätöseen vaikuttaa siis imago, mielikuva tai brandi, joka on kaiken sen tiedon ilmentymä, joka liittyy tuotteeseen, palveluun tai henkilöön.

Monet yritykset rakentavat tarinan brandin ympärille. (Tienari & Meriläinen 2009, 30-33.)

Vuokon (2004, 203) mukaan imago on hyvän tuotteen tai toiminnan sekä hyvän viestinnän lopputulos. Markkinointiviestinnällä voidaan siis saavuttaa paljon. Markkinointiviestinnän tarkoitus on tukea yrityksen strategiasta johdettuja tavoitteita ja löytää parhaat mahdolliset keinot tavoittaa asiakkaiden tarpeet – tuottaa arvoa asiakkaalle ja saada taloudellista arvoa takaisin tuottavien asiakassuhteiden muodossa.

2.3 Integroitu markkinointiviestintä

Juholinin (2009, 385.) mukaan integroitu markkinointiviestintä on suunnittelu ja organisointiprosessi, joka tähtää viestinnän yhtenäiseen kokonaisuuteen. Markkinointiviestinnän monipuolisesta paletista: mainonta, henkilökohtainen myyntityö, myynninedistäminen, suoramarkkinointi sekä tiedotus- ja suhdetoiminta löytyy ratkaisut kaikkiin tilanteisiin. Integroitu markkinointiviestintä (kuvio 6) huolehtii siitä, resurssit käytetään järkevästi ja tuloksena on yhdenmukainen ja selvä viesti. (Armstrong ym. 2009, 46.)



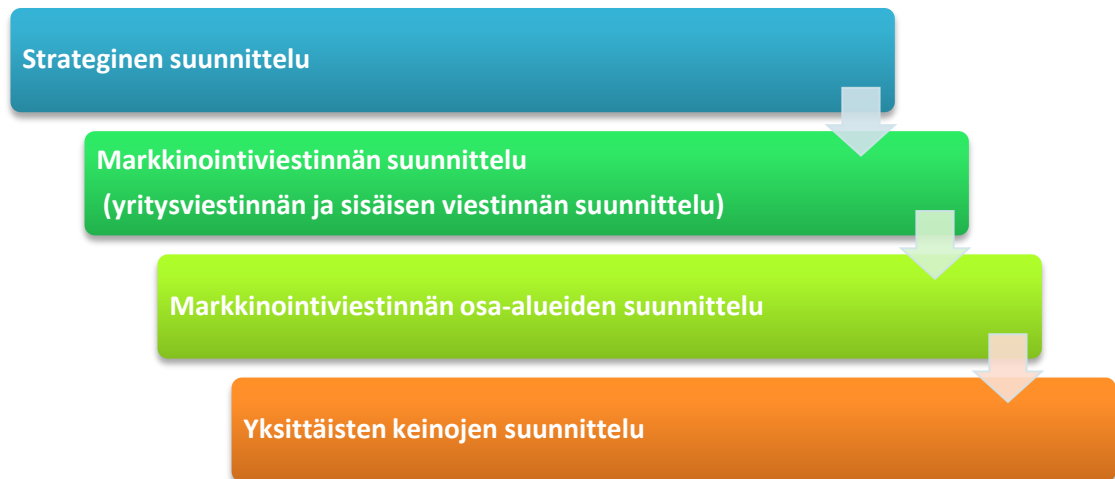
Kuvio 6. Integroitu markkinointiviestintä. (Armstrong ym. 2009, 398-404.)

3 Markkinointiviestinnän suunnittelu

Tuloksellinen markkinointiviestintä edellyttää kokonaisvaltaista suunnittelua. Markkinoinnin suunnittelua (kuviot 7) ei voi erottaa muun liiketoiminnan suunnittelusta. Viestinnän kokonaisvaltaisuus edellyttää, että markkinointiviestinnän, sisäisen viestinnän ja yritysviestinnän suunnittelu tukevat toisiaan. (Isohookana 2007, 91.)

Markkinointiviestinnän strategisen suunnittelun avainkysymykset liittyvät kohderyhmien määrittämiseen, sanoman ja keinojen valintaan. (Isohookana 2007, 91.)

Markkinointiviestinnän suunnittelussa ensimmäinen ja tärkein vaihe on strateginen suunnittelu, jossa määritellään yrityksen liiketoiminta- ja viestintästrategiaan perustuvat ydinviestit. (Forsell & Laurila 2007, 174.)



Kuvio 7. Markkinointiviestinnän suunnittelun tasot (Isohookana 2007, 92.)

3.1 Markkinointiviestinnän kohderyhmät, keinot ja kanavat

Kohderyhmät on tunnettava mahdollisimman hyvin eli on tunnettava vastaanottaja ja hänen maailmansa sekä tiedontarve. (Isohookana 2007, 102.) Verkostoviestinnässä on lisäksi määritettävä kohderyhmien intressit ja roolit. Verkoston kohderyhmillä voi olla hyvinkin erilainen tietämys asiasta, opinnäytetyön tapauksessa huippu-urheilusta. (Möller, Rajala & Svahn 2009, 159.)

Ääriesimerkkeinä ovat nuori huippu-urheilija, jolle urheilu on sillä hetkellä tärkein asia elämässä. Toisaalta häntä voi opettaa opettaja, joka ei ole kiinnostunut urheilusta. Nämä kaksi kohderyhmää piti ottaa huomioon oppaan tekemisessä ja heille tehtiinkin omat osat eri näkökulmista.

Verkostoviestinnässä puhutaan kehitysgendasta ja miten se muotoillaan eri kohderyhmille. Mitä osaa syvennetään tai selvennetään, mitä painotetaan, miten viestitään? Kohderyhmät vaativat niille sopeutetut ilmaisulliset ratkaisut. (Möller, Rajala & Svahn 2009, 159.)

Viestinnän tavoitteita voivat olla tietty yhteisön tunnettuus, yhteisökuva, maine, brändi, imago. Tavoitteita voivat myös olla tiettyjen teemojen tai arvojen

näkyvyys sekä henkilöstön ja muiden sidosryhmien sitoutuminen. (Juholin 2009, 103.)

Markkinointiviestinnän keinot jaetaan Armstrongin ym. (2009, 398-404) mukaan henkilökohtaiseen myyntityöhön, suoramarkkinointiin, myynninedistämiseen, mainontaan sekä tiedotus- ja suhdetoimintaan. Se ei kuitenkaan ole paras mahdollinen tapa tarkastella Joensuun Urheiluakatemiaan sidosryhmäviestintää. Sidosryhmälähtöinen viestintä rakentaa luottamusta ja myös yritysviestinnässä on tapahtunut siirtymä kohti suurempaa ja vastavuoroisempaa keskusteluyhteyttä eli parhaassa tapauksessa avointa vuoropuhelua. (Juholin 2009, 207.)

Sidosryhmähankkeilla yritykset tai organisaatiot tavoittelevat uskottavuutta ja hyväksyttävyyttä muissa kohderyhmissä. Sidosryhmäviestintä on kuuntelemista, sidosryhmiltä saatavan tiedon hyödyntämistä sekä organisaation toiminnan lähtökohtien avaamista kiinnostuneille sidosryhmille. (Kuvaaja & Malmelin 2008, 19-20.)

Sidosryhmäviestinnän suoria keinoja ovat Juholinin (2009, 206-207.) mukaan:

- Henkilökohtainen yhteydenpito ja tapaamiset
- Pienryhmätilaisuudet ja tapaamiset
- Suuret tilaisuudet ja tapahtumat
- Avointen ovien päivät

Välillisiä keinoja taas ovat:

- Verkkoviestintä (Internet, sähköposti)
- Tiedotteet ja kirjeet
- Säännölliset sidosryhmäjulkaisut
- Raportit, esitteet, julkaisut
- Mainonta
- Mediajulkisuus

3.2 Strategiset perusviestit eli ydinviestit

Markkinointiviestinnän kolmas vaihe tavoitteiden asettamisen ja kohderyhmien määrittelyn jälkeen on sanomapäätös eli päätös siitä, mikä on pääsanoma ja

sitä tukevat viestit. Sanoman pitäisi puhutella vastaanottajaa, jäädä mieleen ja kiteyttää se, mitä luvataan viestin vastaanottajalle. (Isohookana 2007, 105.)

Strategiset perusviestit eli ydinviestit kertovat, miksi organisaatio on olemassa, mihin se pyrkii ja millä keinoilla, sekä millaiset arvot ohjaavat sen toimintaa. Lähtökohtana tulisi olla yhteisön perustehtävä eli missio, toiminta ajatus, tulevaisuuden tahtotila eli visio ja keinot, joilla tavoitteisiin pyritään eli strategia. (Juholin 2009, 79.) Oleellista ei ole pelkästään se, mitä sanotaan, vaan yhtä paljon merkitsee, miten asia ilmaistaan. (Isohookana 2007, 106.)

Hyvä ydinviesti on lyhyt, ymmärrettävä, mieleenpainuva ja erottuva. Ydinviestien toistaminen vie ne perille. Viestien tulisi näkyä tai heijastua kaikessa yrityksen toiminnassa ja viestinnässä. Hyvät ydinviestit tuovat yrityksestä esiin jotain ainutlaatuista, jota kilpailijat eivät voit itsestään sanoa. (Forssell & Laurila 2007, 59-60.)

Oppaan tapauksessa Joensuun Urheiluakatemia tavoite on mahdollistaa opiskelijoille paremmat mahdollisuudet urheiluun ja urheilijoille paremmat mahdollisuudet opiskeluun. Optimitilanne on win-win-tilanne eli urheilija kehittyi omassa lajissaan pystyessään harjoittelemaan ja kilpailemaan lajissaan vaadittavalla tavalla. Toisaalta jokainen akatemiaurheilija suunnittelee ja toteuttaa opintojaan niin, että ne etenevät urheilun ehdoilla, mutta johtavat aikanaan tutkinnon suorittamiseen. Se tuo turvaa urheilun aikaiseen ja sen jälkeiseen elämään, sekä tasapainoa arkeen. Tämä kaikkia osapuolia hyödyttävä win-win –henki on oppaan tavoite ja sanoma.

3.3 Tiedotus ja suhdetoiminta

PR eli Public Relations, suomeksi tiedotus ja suhdetoiminta, on kansainvälinen käsite kuvaamaan organisaation suhteita ympäristön kanssa. Tiedotus ja suhdetoiminta on yrityksen tai yhteisön sidosryhmä-, yhteiskunta-, ja ympäristösuhteita sekä viestintää johtava ja toteuttava toiminto. (Juholin 2009, 183, 390.)

Juholin (2009, 49.) määrittelee, että puhtaasti PR-toimintaa ovat julkaisut, tapahtumat, yhteisösuhteet, identiteetti, lobbaus ja yhteiskuntavastuu. Jossain markkinoinnin ja PR:n rajalla ovat maineen hallinta ja yrityskuvamainonta.

Tiedotus ja suhdetoiminta on tavoitteellista ja johdettua viestintää organisaation tai yhteisön ja sen sidosryhmien, yleisöjen tai henkilöiden välillä, joka on yhteisen strategian ja arvojen mukaista ja tähtää sen menestykseen. (Juholin 2009, 395.)

Tiedotus ja suhdetoiminta on tapa luoda organisaatiolle goodwill-arvoa. Avoinuus ja tiedottaminen ovat tapoja ansaita sidosryhmien luottamus. Kiinnostusta pitää osoittaa osallistumalla sidosryhmätilaisuuksiin. Organisaatio hakee tukea ja ymmärrystä ottamalla kantaa, lobbaamalla ja osallistumalla aktiivisesti. (Vuokko 2004, 173.)

Toimeksiantajan pyynnöstä toteutettiin opas tukemaan Joensuun Urheiluakatemia viestintää. Markkinointiviestinnän näkökulmasta opas tai esite ei ole markkinoinnin kulmakivi, mutta parhaimmillaan se on pitkäikäinen ja säilytettävä käyntikortti yrityksen tai organisaation palveluihin tai tuotteisiin sekä osaamiseen ja arvoihin. Hyvä painotuote on yhdistelmä sekä sanallista tietoa että visuaalista tunnetta. Painotuotteen suunnittelun lähtökohdat ovat kohderyhmät, tavoitteet, jakelukanavat ja avainviestit. Ne vastaavat kysymyksiin, kenelle painotuote on tarkoitettu, minkä ongelman palvelu tai tuote poistaa, mitä se tarjoaa asiakkaalle. Toimiva painotuote on selkeä ja ytimekäs. Se syntyy luovien ideoiden ja käytännön faktojen kompromissina. Yhä useammin painotuotteet ovat saatavilla ainoastaan tai lisäksi sähköisessä muodossa. Opas urheilun ja opiskelun yhdistämisen haasteisiin on saatavissa myös sähköisessä muodossa Joensuun Urheiluakatemia akatemia-manuaalista. (Markkinointiviestinnän Toimistojen liitto MTL 2012).

3.4 Markkinointiviestinnän onnistumisen mittaaminen

Markkinoinnin vaikuttavuudesta yrityksen tulokseen on vain vähän tutkittua tietoa. Markkinoinnin vaikuttavuuden ymmärtäminen vaatii kokonaisvaltaista markkinointianalyysiä tuloksellisuuden tarkempaa määrittelyä. Tuloksellisuuden mittaamisessa aikajänne on huomion arvoinen tekijä: Usein markkinointitoimenpiteet realisoituvat pitkällä aikavälillä esimerkiksi tuotteiden tunnettuuden parantuessa myyntikate paranee. Samaan asiaan voi vaikuttaa moni muukin muuttuja, joten markkinoinnin onnistumisen mittaaminen on varsin haasteellista. (Tikkanen & Vassinen 2009, 70-71)

Markkinoinnin onnistumista voidaan yrittää selittää kovilla lukuarvoilla, kuten myynnin arvo ja määrä, liikevoitto tai kannattavuus, myyntikate, asiakkaiden kokonaismäärä, markkinaosuus ja sijoitetun pääoman tuottoaste (ROI). Joensuun Urheiluakatemia tapauksessa pehmeämmät kysymykset voivat kertoa enemmän ja helpommin. Onnistumisen mittareita voivat olla: koettu laatu, käyttäjätyytyväisyys, tunnettuus, loppukäyttäjien valitukset, tuote- tai palveluskollisuus, asiakastytyväisyys ja tuotetieto. (Tikkanen & Vassinen 2009, 89)

Joensuun Urheiluakatemia tapauksessa tunnettuus ja tuotetieto voisivat olla järkeviä mittareita, joita voisi mitata sidosrymiltä säännöllisesti. Kysymyksiä voisivat olla: Mikä on Joensuun Urheiluakatemia tehtävä? Miten tämä tehtävä näkyy toiminnassasi? Kyselyä tulisi tehdä Joensuun Urheiluakatemia urheilijoille ja heidän vertaisopiskelijoille sekä oppilaitosten henkilökunnalle. Myös urheiluseurojen valmentajat ja henkilökohtaiset valmentajat ovat sidosryhmiä, joiden tietoja ja tunteuksia kannattaisi säännöllisesti selvittää.

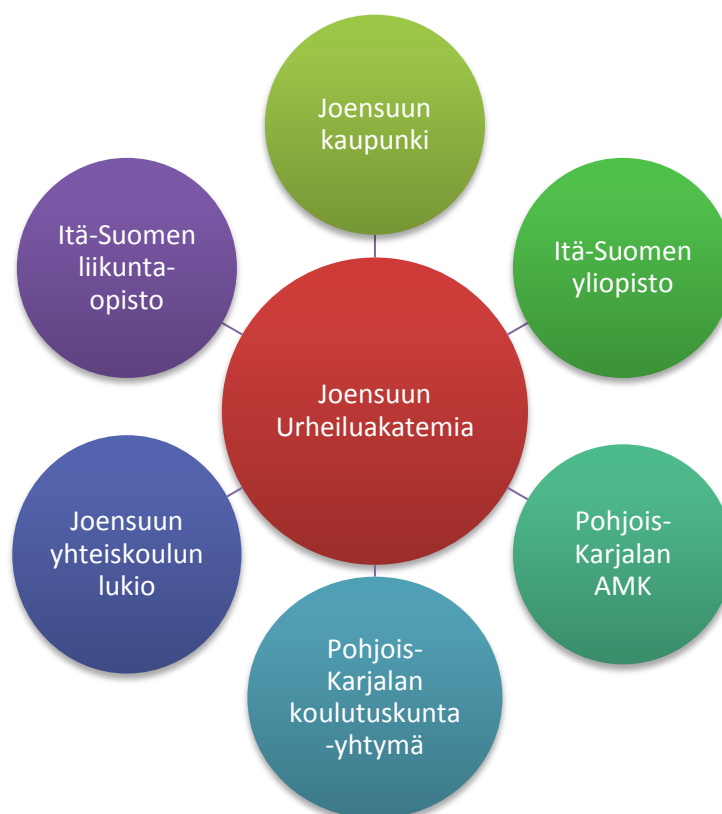
4 Joensuun Urheiluakatemia

Joensuun Urheiluakatemia on yksi Suomen Olympiakomitean hyväksymistä huippu-urheiluakatemiaista. Sen tavoitteena on kehittää ja parantaa urheilijoiden päivittäisharjoittelua sekä tukea urheilijoiden kouluttautumista

haluamalleen alalle tai ammattiin urheilu-uran ohessa. Urheiluakatemit ovat osa Suomalaista valmennusjärjestelmää. Suomen Olympiakomitea johtaa ja koordinoi urheiluakatemiatoimintaa valtakunnallisesti. Joensuun Urheiluakatemia on verkosto, jossa työnjako perustuu seuraaviin periaatteisiin: akatemia koordinoi yhteistyöverkostoa, lajiliitot ja seurat vastaavat valmennuksesta ja oppilaitokset koulutuksesta. (Joensuun Urheiluakatemia 2011)

Verkosto määritellään yritysten tai muiden organisaatioiden muodostamaksi, toimialat ylittäväksi ja periaatteessa rajattomaksi kokonaisuudeksi. Oikeastaan paremmin Joensuun Urheiluakatemiaa kuvaa sana verkko. Myös verkko on yritysten tai organisaatioiden muodostama verkko-organisaatio. Sitä rakennetaan tietoisesti ja tavoitteellisesti. Verkolla on päämäärä, joka ohjaa sen kehittämistä ja toimintaa. Verkon jäsenten roolit ovat ennalta sovittu ja niillä on usein myös itsenäisiä toisistaan eroavia tavoitteita. (Möller, Rajala & Svahn 2009, 10.)

Joensuun Urheiluakatemian verkosto on kuvattu kuviossa 8. Verkosto muodostuu yhteistyöoppilaitoksista, jotka ovat Pohjois-Karjalan AMK, Itä-Suomen yliopisto, Pohjois-Karjalan koulutuskuntayhtymä, Joensuun yhteiskoulun lukio ja Itä-Suomen liikuntaopisto. Lisäksi verkostoon kuuluu Joensuun kaupunki.

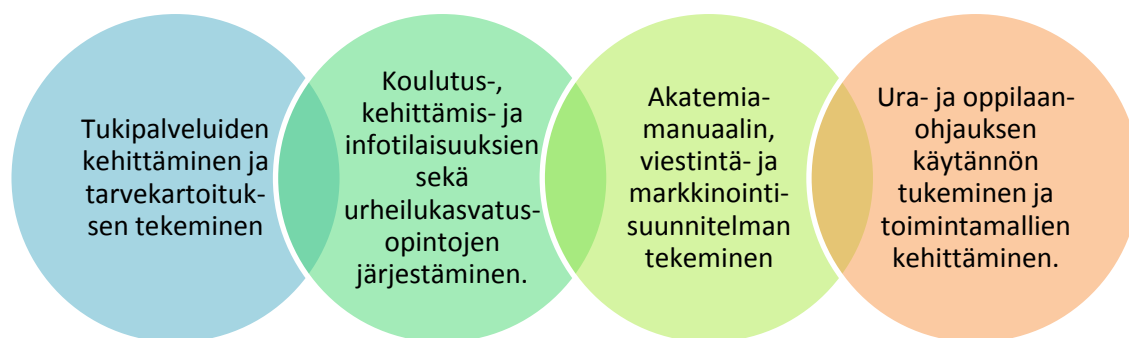


Kuvio 8. Joensuun Urheiluakatemian verkosto.

4.1 JOUTUKE-projekti

Joensuun Urheiluakatemiassa on ollut JOUTUKE-projekti: JOUTUKE (2009-2011) - Joensuun Urheiluakatemian oppilaitosyhteistyö- ja tukipalvelumallin kehittäminen (kuva 9). Sen päätavoitteena on ollut Urheiluakatemian tukipalvelumallin kehittäminen sekä oppilaitosyhteistyön ja viestinnän kehittäminen (Joensuun Urheiluakatemia 2011).

JOUTUKE-projektin tuotoksia on koottu akatemiamanuaaliin, jonka osa opas urheilun ja opiskelun yhdistämisen haasteisiin on. Akatemiamanuaali löytyy osoitteesta: <http://akatemia.ins.fi/web/akatemiamanuaali/>.



Kuvio 9. JOUTUKE-projektin tavoitteet. (Joensuun Urheiluakatemia 2011)

4.2 Nonprofit-organisaatio

Nonprofit-organisaatio -nimi tulee siitä, että organisaation ensisijaisena tarkoituksena ei ole voiton tuottaminen. Nonprofit-organisaatiolle tärkein on missio, minkä vuoksi ja mitä kohderyhmää varten se on olemassa. Markkinointi kohdistuu ulkoisiin sidosryhmiin, joiden panosta tarvitaan mission toteuttamiseksi. (Vuokko 2004, 14.)

Seuraavassa luvussa esiteltävä Joensuun Urheiluakatemia on juuri nonprofit-organisaatio, joka sekkin tarvitsee markkinointia ja viestintää.

Markkinointi on aikaisemmin liitetty vain yritystoimintaan. Markkinointi on määriteltä juuri siten, että se vaikuttaa tuotteiden tai palvelujen kysyntään suoraan tai välillisesti. Markkinointia käsitetään myöhemmissä luvuissa, sillä se on laaja ja monimuotoinen kenttä. Markkinointia sovelletaankin yhä useammin myös nonprofit-organisaatioiden toimintaan. (Vuokko 2004,13-14.)

Nonprofit-organisaatiot voidaan jakaa yksityiselle ja julkiselle sektorille (taulukko 1). Yksityiselle sektorille kuuluvat järjestöt ja yhdistykset. Julkiselle sektorille kuuluvat valtion organisaatiot ja kunnat. Joensuun Urheiluakatemia kuuluu kuntasektoriin, koska sitä hallinnoi Joensuun kaupungin liikuntatoimi. (Vuokko 2004, 15-16.)

Taulukko 1. Muodollisten organisaatioiden luokittelu (Vuokko 2004, 14.)

	Voittoa tavoittelevat organisaatiot	Voittoa tavoittelemattomat organisaatiot
Yksityinen sektori	Yritykset	Järjestöt, yhdistykset
Julkinen sektori	Kuntien ja valtion liikelaitokset	Kunnat, valtion organisaatiot

4.3 Huippu-urheilun muutos

Opetusministeriön asettama huippu-urheilun strategiatyöryhmä luovutti esityksensä kulttuuri- ja urheiluministeri Stefan Wallinille 7.4.2010.

Kansainväliseen menestykseen tähtäävän huippu-urheilun strategisten periaatteiden ja eri toimijoiden vastuiden uudistamista pohtinut työryhmä luovutti esityksensä kulttuuri- ja urheiluministeri Stefan Wallinille. Toimitusjohtaja Risto Niemisen vetämän työryhmän mukaan suomalaiseen huippu-urheiluun tarvitaan uusi suunta, jossa arvot, osaaminen ja yhdessä tekeminen nostetaan ytimeen. Työryhmän mukaan Suomesta puuttuu huippu-urheilun kokonaisvaltainen johtaminen. Huippu-urheilu kenttä on Suomessa sirpaleinen ja näkemys urheilun merkityksestä ja yhteisistä arvoista on hajanaista sekä lajien välinen yhteistyö vähäistä.

– Strategiaryhmän arvio huippu-urheilun tilasta on karua luettavaa. Tämän perusteella voi todeta, että viimeisten arvokisojen menestys on ollut järjestelmästä riippumatonta yksittäisten huippu-urheilijoiden ja yksittäisten lajien omien panostusten tulosta. On siis varsin selvää, että mikäli haluamme menestystä kansainvälisissä arvokisoissa vielä tällä vuosikymmenellä, esittämämme muutos on käynnistettävä välittömästi, kulttuuri- ja urheiluministeri Stefan Wallin sanoo.” (Opetus- ja kulttuuriministeriön tiedote 2010)

Veikkauksen toimitusjohtaja Risto Niemisen johtama huippu-urheilun strategiaryhmä esitti opetus- ja kulttuuriministeriölle, että se rahoittaisi Suomen Olympiakomitean perustaman huippu-urheilun toimintatavan muutosprojektin. Suomen Olympiakomitea nimitti loppukesällä 2010 muutosryhmän, jonka tulee vuoden 2012 loppuun mennessä johtaa toimintatavan muutosprosessia yhdessä siihen sitoutuvien urheilun lajiliittojen kanssa.

Kulttuuri- ja urheiluministeri Stefan Wallin kutsui joukon eturivin yhteiskunnallisen vaikuttamisen, urheilusponsoroinnin, mediavaikuttamisen ja muutosjohtamisen asiantuntijoita tukemaan ja edeuttamaan huippu-urheilun muutosta.

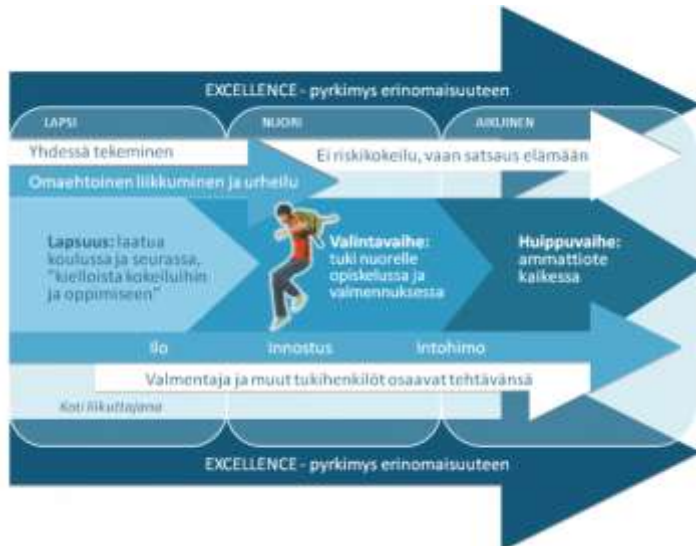
Seurantaryhmän tehtävänä on arvioida loppukesällä 2010 käynnistyneen huippu-urheilun muutostyön vaikuttavuutta sekä muutosprojektin resurssointiesitysten realistisuutta. Lisäksi seurantaryhmä käy vuoropuhelua muutosryhmän kanssa huippu-urheilun vaikuttavuudesta ja sen asemasta suomalaisessa yhteiskunnassa. (Opetus- ja kulttuuriministeriön tiedote 2010)

Huippu-urheilun muutostyöryhmä on vuoden 2011 aikana luonut vision (kuvio 10), jossa urheileva ihminen on keskiössä, ilon, intohimon ja yhdessä tekemisen ilmapiiirissä. Lähtökohtana on pyrkimys erinomaisuuteen kaikessa tekemisessä. Suomalaisen huippu-urheilijan tavoitteina on onnistua ja menestyä. Tavoitteena on myös huippu-urheilun arvostuksen lisääminen Suomessa, joka liittyy läheisesti myös opinnäytetyön tavoitteisiin. (Huippu-urheilun muutos 2011)



Kuvio 10. Visio. (Huippu-urheilun muutostyöryhmä 2011)

Toinen Huippu-urheilun muutostyöryhmän tuotos on urheilijan polku (kuvio 11). Huipulle tähtäävän urheilijan polku on kuvaus siitä, kuinka matka kohti maailman huippua tulisi lajissa parhaimmillaan rakentaa. Polku on jaettu kolmeen vaiheeseen: lapsuuteen, valintavaiheeseen ja huippuvaiheeseen. Valintavaiheessa halutaan tukea nuorelle opiskelussa ja valmennuksessa eli täsmälleen opinnäytetyön hengessä mennään. (Huippu-urheilun muutos 2011)



Kuvio 11. Urheilijan polku. (Huippu-urheilun muutostyöryhmä 2011)

Huippu-urheilun muutostyöryhmä on lisäksi luonnostellut vision uuden huippu-urheiluyksikön rakenteesta (kuvio 12), jossa urheiluakatemioiden rooli edelleen kasvaa. (Huippu-urheilun muutos 2011)



Kuvio 12. Visio uudesta huippu-urheiluyksiköstä (Huippu-urheilun muutostyöryhmä 2011).

5 Opas urheilun ja opiskelun yhdistämisen haasteisiin

Tärkein tiedonkankintamenetelmä oli auktoriteettien, oppaan tapauksessa huippu-urheilijoiden tai heidän lähellä toimivien ihmisten kokemukset. Auktoriteetti voi myös olla väärässä. Auktoriteettien suhteen pätee sama lähdekriittisyys kuin muihin lähteisiin: yksi lähde voi olla väärässä, joten kannattaa käyttää useita lähteitä, joiden perusteella päästään lähemmäs totuutta. (Hirsijärvi, Remes & Sajavaara 2009, 18-19.)

Oppaan lähteinä käytin myös Olympiakomiteoiden ja Mäkelänrinteen urheilulukion materiaaleja. Oppaan johdannosta lukijalle.

Olen laatinut oppaan opinnäytetyönä Joensuun Urheiluakatemia toimeksiannosta. Lähteenä olen käyttänyt mm. Kansainvälisen Olympiakomitean ja Suomen Olympiakomitean materiaaleja. Mäkelänrinteen Urheilulukio, Puolustusvoimien Urheilukoulu ja Joensuun Urheiluakatemia ovat omalla suunnistusuralla antaneet mahdollisuuden keskustella ja vertailla kokemuksia yli lajirajojen. Juuso Metsälä, Pohjois-Karjalan AMK, liiketalous, yrityshallinto.

Eniten tietoa helposti luettavassa ja tavoitettavassa muodossa tarjoaa huippu-urheilija.fi, joka on Suomen Olympiakomitean sivusto, joka jäsentää huippu-urheilu-uran kokonaisuutta, jonka osa-alueita ovat urataidot sekä opinto- ja urasuunnittelu. (Suomen Olympiakomitea 2012)

Kansainvälisen Olympiakomitealla eli KOK:lla on oma internetsivusto Elite Athletes, joka antaa vinkkejä opiskeluun ja elämänhallintaan ja työllistymiseen huippu-urheilu-uran jälkeen (The International Olympic Committee 2012).

Mäkelänrinteen urheilulukio on huippu-urheilun ja opiskelun yhdistämisen edelläkävijä. Se on myös ollut merkittävästi vaikuttamassa Pääkaupunkiseudun urheiluakatemia syntyyntä eli se on myös urheiluakatemiatoinnin pioneereja.

Mäkelänrinteen urheilulukion valmennuslinja tarjoaa kansalliselle ja kansainväliselle huipulle tähtääville urheilijoille hyvät ja joustavat

opiskelu- ja valmentautumismahdollisuudet. (Mäkelänrinteen urheilulukio 2012)

Huippu-urheilijoiden ja huippu-urheiluihmisten ajatuksia on koonnut Respect-julkaisusarjan kolmanteen osaan Erkki Alaja: Ajatuksia, esimerkkejä ja ideoita urheilijoiden elämänhallintataitojen kehittämiseksi.

Tavoitteellinen opiskelu edistää varmuudella myös urheilu-uraa. Siksi kaikki toimenpiteet, joilla helpotetaan tavoitteellisen opiskelun toteuttamista tiiviin valmentautumisen rinnalla, ovat tärkeitä ja saavat täyden tuen Olympiakomitealta.

Kari Niemi-Mikkola. Suomen Olympiakomitea, valmennuksen johtaja Respect-julkaisussa (2009, 115.)

Urheilussa oppii paljon samoja asioita kuin ensimmäisessä työpaikassa. Se on työuraa.

*Virpo Ojakangas-Palmunen
Addecco Finland Oy, HR-, viestintä- ja kehitysjohtaja Respect-julkaisussa (2009, 119.)*

Kansainväliselle huipulle tähtäävä lukioikäinen uimari harjoittelee 16-22 tuntia viikossa. Tämä asettaa suuret haasteet opiskelun ja urheilun yhteensovittamiselle, nuoren ihmisen kasvulle ja elämänhallinnalle.

*Ippe Natunen
Suomen Uintiliitto, valmennuspäällikkö Respect-julkaisussa (2009, 122.)*

Huippu-urheilijan hyödyt työelämässä: jatkuva kehittyminen, pitkäjänteisyys, tavoitteellisuus ja suunnitelmallisuus, kurinalaisuus, sosiaaliset taidot, team-työskentely, esiintymistaidot, jahtamistaidot, kontaktit.

*Petra Thoren
YIT, sijoittajajohtaja Respect-julkaisussa (2009, 124.)*

Urheilijoista löytyy oikeaa asennetta opiskeluun. Tästä kaikesta hyötyvät sitten ennen kaikkea yritykset, jotka saavat näitä urheilijoita töihinsä.

*Riitta Peltonen
Helsingin Kauppakorkeakoulu, koulutussuunnittelija Respect-julkaisussa (2009, 125)*

Naiset ovat perfektionisteja. Yrittäessään ensin opiskella ja urheilla täysillä, he väsyvät ja lopettavat ennen aikojaan. Monelle lapsi lienee lopulta onnellinen ja hyväksyty ratkaisu pois oravanpyörästä.

*Urho Salo
Aamulehti, urheilutoimittaja Respect-julkaisussa (2009, 126)*

Uuteen urheilijatyyppiin kuuluu esimerkiksi maratontohtori Janne Holmen. Hänen jälkeensä on hieman hankalampi sanoa ”mitä pitempi matka sen tyhmempi jätkä”. 28-vuotias juoksija väitteli toukokussa tohtoriksi Uppsalan yliopiston historian laitokselta

Kirjoitti Helsingin Sanomat (20.8.2006) maratonin Euroopan mestarista.

5.1 Suhdetoiminta

Opinnäytetyön loppuvaiheeseen kuului kolme suhdetoiminnaksi laskettavaa sidosryhmätilaisuutta, joissa JOUTUKE-hankkeen projektikoordinaattori Anu Korhonen alusti aihetta ja sen jälkeen pidin Powerpointin avulla esityksen opinnäytetyön produktin pohjalta.

Ensimmäinen tilaisuus 5.10.2011 oli Joensuun yhteiskoulun lukiossa, jossa on urheilupainotus. Paikalla oli lukion henkilöstöä.

Toinen tilaisuus 3.11.2011 oli osa Anu Korhosen opettaman opinto-ohjaajaopiskelijoiden vapaavalintaista kurssia: Urheilu, opiskelu ja ohjaus – opinto-ohjaaja urheilevien opiskelijoiden kasvun ja valintojen tukena. Oma osuuteni oli kohta neljä eli urheilija-case. Kurssin sisältä on alla:

Urheilu, opiskelu ja ohjaus (2 op), opettaja Anu Korhonen

1. *Opinto-ohjaaja urheillevien opiskelijoiden kasvun ja valintojen tukena*
2. *Opintojakson esittely, ajankohtaista huippu-urheilun muutostyöstä, urheilijan opintomahdollisuudet Suomessa (ns. Dual career –ajattelu)*
3. *Akatemian seminaari*
4. *Opintosuunnittelun vaiheet ja valinnat, urheilijan arki ja kokonaiskuormituksen merkitys ("urheilija-case")*
5. *Urheilun tuottama osaaminen, urheilu työnantajana yms.*
6. *Esimerkkejä, "apuvälineitä", käytännön vinkkejä, töiden esittely ja opintojakson päätös*

Kolmas tilaisuus oli 22.11. Pohjois-Karjalan ammattiopiston henkilöstölle.

Suhdetoiminta on erityisen hyvä tapa vaikuttaa sidosryhmiin. Opiskelun ja urheilun win-win-malli sai hyvän vastaanoton.

5.2 Opinnäytetyön toteutus ja toiminnan analyysi

Opinnäytetyön tekeminen alkoi maaliskuussa 2011, kun Joensuun Urheiluakatemialta löytyi kiinnostava aihe opinnäytetyön tekemiseksi. Opinnäytetyön tekeminen jaettiin kolmeen osaan: Käynnistysvaihe, produktin tekeminen sekä loppuraportointi.

Käynnistysvaihe kesti maaliskuusta toukokuuhun keväällä 2011. Käynnistysvaihe piti sisällään neuvottelut aiheen rajaamisesta ja produktin tekemisen suunnittelua. Aihe hyväksyttiin 7.4.2011 tapaamisessa, jossa olivat paikalla ohjaava opettaja Jorma Suomalainen, JOUTUKE-projektin hankekoordinaattori Anu Korhonen, joka nimettiin ohjaajaksi toimeksiantajan puolesta sekä Joensuun Urheiluakatemian valmennuskoordinaattori Kimmo Hyppönen.

Huhtikuussa opinnäytetyön aloittamista vauhdittivat myös JOUTUKE-hankkeen järjestämä Urheilu ammatinvalintana -seminaari, jossa esiintyivät pikaluistelija Mika Poutala, lumilautailija Ilkka-Eemeli Laari ja ex-pituushyppääjä ja -

kolmiloikkaaja Heli Kruger. Lisäksi paikalla oli Huippu-urheilun muutostyöryhmän jäsen Mika Kojonkoski.

Huhtikuussa opinto-ohjaajaopiskelija Katja Hämäläinen haastatteli minua kandidaatin tutkielmaan Itä-Suomen Yliopiston filosofiselle tiedekunnalle, jonka aihe oli: Huippu-urheilun ja ammattikorkeakouluopiskelun yhdistäminen. Tässä haastattelussa nousi esiin samoja kysymyksiä, joita pohdin myöhemmin oman opinnäytetyöni kanssa. Opinnäytetyön produktiin käytin lähteenä Hämäläisen kandidaatin tutkielmaa henkilökohtaisen opinto- ja valmennussuunnitelman osalta, koska näin asiaan saatiin opinto-ohjauksen näkökulma ja toisaalta ylitettiin raja kasvatustieteiden puolelle. Se on henki, jota opinnäytetyö haluaa vaalia, kuten myös liike-elämän ja urheilun rajat rikkova toiminta. Sama henki pitäisi olla myös urheilun ja oppilaitosten välillä, sekä oppilaitoksilla keskenään. Lajirajat ylittävä toiminta on urheilussakin asia, jota tulisi yhä enemmän hyödyntää. Hämäläisen kandidaatin tutkielma, kuten tämä opinnäytetyöni, ovat JOUTUKE-hankkeen tuotoksia.

Produktin tekemiseen meni aikaa viisi kuukautta toukokuusta syyskuuhun. Touko- ja kesäkuu meni lähteitä etsiessä. Yhteiskuntatieteiden teoria on käsitelty aikaisemmissa luvuissa ja huippu-urheilun ja opiskelun yhdistämisen tietoperusta esitellään luvussa 5.1: Ajatuksia huippu-urheilun ja opiskelun yhdistämisestä. Oppaan kirjoitusprosessi eteni eniten heinä- ja elokuussa, kun teoriatausta alkoi hahmottumaan ja toisaalta neljä tapaamista toimeksiantajan kanssa (16.6., 17.8, 15.9, 28.9) selvensivät aina sitä, mihin suuntaan opasta tulisi viedä.

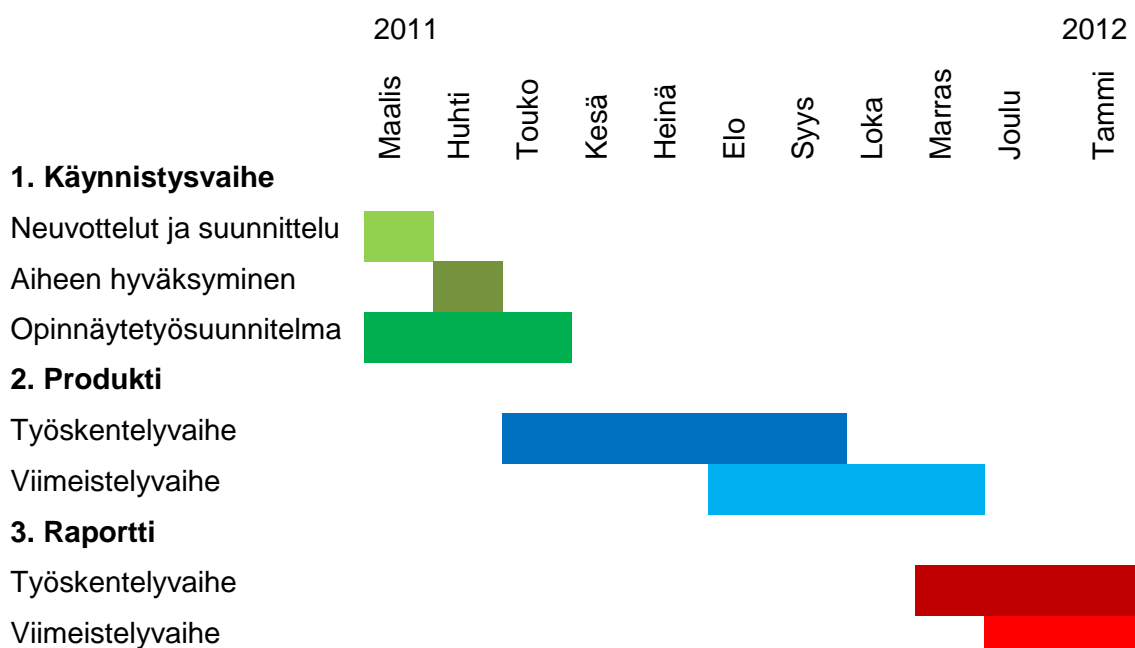
Suurin haaste oli ymmärtää kohderyhmien tiedot ja asenteet sekä löytää oikeat keinot esittää opiskelun ja urheilun win-win-tilanne. Lähtökohtana oli avoimuus ja rehellisyys. Tarkoitus oli tehdä oppaasta tiivis, havainnollinen ja selkeälukuinen, jotta tieto ja hyvät kokemukset onnistuneesta huippu-urheilun ja opiskelun yhdistämisestä tavoitaisi niin Joensuun Urheiluakatemiaan urheilijat kuin oppilaitosten henkilöstön.

Produktin viimeistelyvaihe ajoittui elokuusta marraskuuhun 2011. Valmista tekstiä ja ulkoasua viimeisteltiin todella moneen kertaan, jotta lopputulos saatiin vastaamaan toimeksiantajan tavoitteita.

Opinnäytetyöraportointi tapahtui loppusyksystä 2011 jatkuen vuoden 2012 tammikuuhun.

Taulukko 2. Aikajana: Opinnäytetyön toteutus.

Opinnäytetyön toteutus



Opinnäytetyölle, oppaalle urheilun ja opiskelun yhdistämisen haasteisiin, oli selvä tilaus tärkeimmiltä kohderyhmiltä, jotka ovat Joensuun Urheiluakatemiaan urheilijat ja yhteistyöoppilaitosten henkilökunta. Oppaan tekemisen haasteena oli löytää luotettavia lähteitä urheilun ja opiskelun yhteensovittamisen kentästä, jota on tutkittu vähän, ja joka kehittyy vauhdilla. Urheilun ja opiskelun yhteensovittamisen hyvät mallit ja käytännöt ovat kulkeneet urheilijalta toiselle ja aktiivisten urheilun ja opiskelun lähellä toimien ihmisten kesken. Tiedon löytäminen, jäsentely ja tiivistäminen oppaaksi ei ollut helppo tehtävä, mutta nyt on mustaa valkoisella asiasta.

Produkti on avaus, joka pyrkii avoimesti kuvaamaan urheilijan arkea, haasteita ja mahdollisuuksia, joista on toivottavasti helpompi keskustella eri sidosryhmien

välillä. Oppaan kantava teema ja viesti on opiskelun ja urheilun win-win-henki, jolla saavutetaan tuloksia kaikkien sidosryhmien hyödyksi. Jos oppaan lukijat ymmärtävät tämän viestin, on opas onnistunut tarkoituksessaan.

Prosessi venyi lopulta pitkäksi, mutta suuren osan siitä vei suunnittelu ja raportointi. Varsinainen produkti syntyi suunnittelussa ajassa ja aikataulussa. Produkti ja raportti kypsyivät ja paranivat vanhetessaan, joten lopputuloksen kannalta tehty työ ja luova ajattelu hengähdystaukoineen kannattivat.

6 Pohdinta

Lähtökohta opinnäytetyölle oli Joensuun Urheiluakatemiassa Suomen Olympiakomitean ohjaamana tehtävä huippu-urheilun kehitystyö. Suomalainen huippu-urheilu kulkee kohti mallia, jossa urheiluakatemioiden merkitys kasvaa. Urheiluakatemiassa esikuvana voi pitää amerikkalaista yliopistourheilua, jossa opiskelu ja urheilu on sidottu yhteen. Yliopistoon valittava urheilija saa parhaat mahdolliset harjoitusolosuhteet ja valmennuksen, taloudellista tukea sekä mahdollisuuden opiskeluun. Yliopisto saa motivoituneen opiskelijan ja urheilijan, joka edustaa opiskeluaikaa yliopistoaan. Suomalaisesta mallista puuttuu taloudellinen tuki, mutta mikään ei estä nostamasta urheilijoita esiin imagon ja maineen parantamiseksi. Joensuun Urheiluakatemiassa viestintään nykytilasta on matkaa edellä kuvattuun visioon, mutta viestintää kehitetään määrätietoisesti, josta esimerkki on opas urheilun ja opiskelun yhdistämisen haasteisiin. Viestintään tarkoitus on tukea tavoitetta ja strategiaa, joka Joensuun Urheiluakatemiassa on kehittää ja parantaa urheilijoiden päivittäisharjoittelua sekä tukea urheilijoiden kouluttautumista haluamalleen alalle tai ammattiin urheilu-uran ohessa.

Joensuun Urheiluakatemiassa kehittämisen kannalta on keskeistä lisätä kohderyhmien tietoisuutta kuvaamalla avoimesti urheilijan arkea, haasteita ja mahdollisuuksia. Oppaan kantava teema ja viesti on opiskelun ja urheilun win-win-henki, joka on kaikkien sidosryhmien ymmärrettävä, jotta on mahdollisuus siirtyä sanoista tekoihin eli jokapäiväiseen tekemiseen. Opas on tehty

kohderyhmien tarpeita varten, mutta se ei yksin riitä, vaan vaaditaan jalkatyötä ja henkilökohtaisia keskusteluja eli suoraa sidosryhmäviestintää, joka oli osa oppaan toteutusta. Palaute sidosryhmätilaisuuksista oli myönteistä ja se kannustaa Joensuun Urheiluakatemiaan jatkokehitykseen ja tutkimukseen, esimerkiksi markkinointiviestinnän vaikuttavuuden arviointiin sidosryhmissä, missä keskeiset mittarit voisivat olla tietoisuus Joensuun Urheiluakatemiaan tehtävistä ja toiminnasta, sekä miten se näkyy vastaajan jokapäiväisessä tekemisessä.

Opiskelun ja urheilun yhdistämistä on tutkittu vähän, vaikka urheilijan arjessa ajan- ja elämänhallintataidot korostuvat. Kokonaisrasituksen hallinta tai hallitsemattomuus ratkaisee urheilijana kehittymisen ja heijastuu opiskeluun! Omalla urheilu-uralla olen ymmärtänyt vasta myöhemmin, miten etuoikeutettu olen ollut Mäkelänrinteen urheilulukiossa ja Puolustusvoimien Urheilukoulussa, jotka ovat huippu-urheilun ja opiskelun yhdistämisen edelläkävijöitä Suomessa. Oli luontevaa lähteä etsimään toimivia malleja ja käytäntöjä menestyjiltä, myös urheilijoilta. He ovat Sari Multalan tapaan oman laivansa kapteeneita ja joutuvat venymään Jukka Keskisaloon tapaan yli monenlaisten esteiden matkalla menestykseen. Nämä kielikuvat ovat Erkki Alajan toimittamasta Respect-julkaisusarjasta, joka on ollut tärkeä lähde ja esikuva opinnäytetyölle. Samalla tavalla kuin huippu-urheilijat ovat mestareita urheilussa, on heidän täytynyt menestyä myös elämänhallinnassa. Joensuun Urheiluakatemiaan urheilijoiden olisi hyvä ymmärtää tämä, jolloin heidän mahdollisuudensa menestyä elämässä paranisi, vaikka urheilullinen unelma – tie tähtiin, ei toteutuisikaan. Urheilu on vain osa elämää, mutta se on mitä parhain keino kehittää itseään ja oppia menestystekijöitä, joilla pärjää myös opiskelu- ja työelämässä.

Urheilijana minulle on aina ollut itsestään selvää käyttää paljon aikaa harjoittelun suunnitteluun, valmistautua ja keskittyä harjoitteluun kaikilla sielun ja ruumin voimilla sekä pystyä analysoimaan kilpailusuoritusta objektiivisesti. Opinnäytetyön lopuksi yhtä selvää on, miten huolellinen suunnittelu, toteutus yhteistyössä toimeksiantajan tai asiakkaan kanssa, sekä raportointi ovat kaikki välttämättömiä osia tuloksen tekemiseksi nyt ja varsinkin tulevaisuudessa – urheilu-, opiskelu- ja työelämässä.

Lähteet

- Alaja, E. 2009. Respect – Ajatuksia, esimerkkejä ja ideoita urheilijoiden elämänhallintataitojen kehittämiseksi. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.
- Airaksinen, T. & Vilkka, H. 2003. Toiminnallinen oppinäytetyö. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Armstrong, G., Kotler, P., Herker, M. & Brennan, R. 2009. Marketing an introduction. Harlow, England: Pearson Education limited.
- Forsell, J. & Laurila, E. 2007. Hyvät media-suhteet. Myytit, todellisuus ja parhaat käytännöt. Juva: WS Bookwell Oy.
- Hirsijärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Huippu-urheilun faktapankki, Kilpa- ja huippu-urheilun tutkimuskeskus. Huippu-urheilu ja opiskelu - mahdollinen yhtälö: http://www.kihu.fi/faktapankki/nakokulma/07_huippu_urheilu_%20ja_opiskelu/. 10.1.2012.
- Huippu-urheilun muutostyöryhmä. 2011. Visio. http://www.huippu-urheilunmuutos.fi/site/?lan=1&page_id=9. 10.1.2012.
- Huippu-urheilun muutostyöryhmä. 2011. Urheilijan polku. http://www.huippu-urheilunmuutos.fi/site/?lan=1&page_id=2. 10.1.2012.
- Huippu-urheilun muutostyöryhmä. 2011. Näin uudistamme suomalaista huippu-urheilua. http://www.huippu-urheilunmuutos.fi/site/?lan=1&mode=tiedotteet&laji=1&tiedote_id=59. 22.06.2011.
- Hämäläinen, K. 2011. Huippu-urheilun ja ammattikorkeakouluopiskelun yhdistäminen. Itä-Suomen yliopisto. Kandidaatin tutkielma.
- Isohookana, H. 2007. Yrityksen markkinointiviestintä. Juva: WS Bookwell Oy.
- Joensuun Urheiluakatemia. 2011. <http://www.jns.fi/Resource.phx/sivut/sivut-liikunta/urheiluakatemia/index.htm>. 09.01.2012.
- Juholin, E. 2009. Viestintä strategiasta käytäntöön. Porvoo: WS Bookwell Oy.
- Katajamäki, H. 2011. Urheilu-uran ja opiskelun yhdistäminen nähdään haastavaksi. -urheilun muutostyöryhmä. http://www.huippu-urheilunmuutos.fi/site/?lan=1&mode=tiedotteet&laji=1&tiedote_id=39. 01.03.2011
- Korjus, T. 2011. Lukukaudeton korkea-aste? Huippu-urheilun muutostyöryhmä. http://www.huippu-urheilunmuutos.fi/site/?lan=1&mode=tiedotteet&laji=2&tiedote_id=33. 25.02.2011
- Kuvaaja, S. & Malmelin, K. 2008. Vastuullinen yritysviestintä. Kilpailuetua vuoropuhelusta. Helsinki: Edita Publishing.
- KvantiMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. 2012. Tutkimusetiikka ja tutkimuksen luotettavuus. Tampere: Yhteiskunta-tieteellinen tietoarkisto. <http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L3.html>. 09.01.2012.
- Markkinointiviestinnän Toimistojen liitto MTL. 2012. <http://www.mtl.fi/esitteet-ja-painotuotteet>. 2.2.2012
- Mäkelänrinteen urheilulukio. 2012. <http://www.marsky.fi/valmennus/>. 10.1.2012.

- Möller, K., Rajala, A., Svahn, S. 2009. Tulevaisuuden liiketoimintaverkot, johtaminen ja arvonluonti. Tampere: Esa Print Oy.
- The International Olympic Committee. 2012. Elite Athletes: <http://www.olympic.org/elite-athletes>. 10.1.2012.
- Tienari, J. & Meriläinen, S. 2009. Johtaminen ja organisointi globaalissa taloudessa. Helsinki: WSOYpro Oy.
- Tikkanen, H. & Vassinen, A. 2009. StratMark: Strateginen markkinointiosaaminen. Helsinki: Talentum Media Oy.
- Työ- ja elinkeinoministeriö 2012. Yhteiskunta- ja yritysvastuu. <http://www.tem.fi/index.phtml?s=3232>. 21.1.2012
- Opetus- ja kulttuuriministeriön tiedote 7.4.2010
- Opetus- ja kulttuuriministeriön tiedote 22.12.2010
- Suomen Olympiakomitea. 2012. Huippu-urheilija.fi: <http://www.huippu-urheilija.fi/>. 10.1.2012.
- Vuokko, P. 2004. Nonprofit-organisaatioiden markkinointi. Porvoo: WS Bookwell Oy.
- Vapaavuori, J. 2011. Liikkeenjohdon betonia huippu-urheiluun –seminaarin avaussanat. Helsinki. <http://www.vapaavuori.net/index.php?news&nid=330>. 24.10.2011
- Veikkaus 2012. Yritystieto ja vastuullisuus. <https://www.veikkaus.fi/fi/yritys>. 21.1.2012.



JOHDANTO

Samat vaatimukset ja menestystekijät urheilu-, opiskelu- ja työelämässä

Urheilussa menestyminen vaatii hyvin pitkälti samoja taitoja kuin menestyminen opinnoissa ja työelämässä. Tavoitteellisuus, kunnianhimo ja kurinalaisuus ovat perusvaatimuksia. Mitä enemmän aikoo saavuttaa, sitä enemmän vaaditaan työtä. Pitkäjänteisyys ja motivaatio punnitaan varsinkin vastoinikäymisten aikana.

Urheilijat ovat omatoimisia, mutta myös tiimi- ja joukkuepelaamista tarvitaan yksilölajeissakin viimeistään kilpailutilanteen ulkopuolella. Valmentamisessa kommunikointi korostuu. Urheilijoille itsetuntemus ja -arviointitaidot ovat välttämättömiä kehittymisen kannalta kuten myös tavoitteiden asettaminen ja varsinkin tavoitteiden seuranta.

Urheilijoiden paineensietokyky ja fyysinen sekä psyykinen työkykyisyys ovat huippuluokkaa. Työkyvyn merkitys korostuu koko ajan, koska yhä harvempi työntekijä on fyysisesti hyvässä kunnossa, mikä heijastuu väistämättä myös psyykkiseen puoleen. Urheilijat ovat tottuneet

vaihteleviin olosuhteisiin, mikä on etu maailmassa, jossa muutosta tuntuu kiihtyvän koko ajan.

Oikean asenteen, vastuunkantokyvyn ja riittävän motivaation avulla nuorella on mahdollisuus edetä urheilu- ja siviiliurallaan ja saavuttaa itselleen asettamat tavoitteet. Lähtökohtana on tukea yksilön omaa ajattelua ja päätöksentekokykyä. Vain ymmärtämisen ja tiedostamisen kautta urheilija voi aidosti sitoutua urheiluun.

Tiedostamme monia asioita, kuten heikkouksia, vahvuuksia ja unelmia, mutta vain harvoin asioihin sitoudumme. Ainoastaan sitoutuminen johtaa konkreettiseen toimintaan. Huippu-urheilu on esimerkki vahvasta sitoutumisesta ja työnteosta. Samalla kaavalla on mahdollista menestyä myös opiskelu- ja työelämässä. Ja toisaalta opiskelun kautta voi saada uusia ideoita ja taitoja urheilussa menestymiseen.

Opiskelua ja urheilua ei kannata nähdä vastakohtina vaan etsiä niistä yhtäläisyyksiä ja win-win -tilanteita, joista on hyötyä molemmissa. Opiskelu vaikuttaa joka tapauksessa urheiluun ja urheilu opiskeluun, mutta on oma valinta miten ne vaikuttavat!

Lukijalle

Olen laatinut oppaan opinnäytetyönä Joensuun Urheiluakatemia toimeksiannosta. Lähteenä olen käyttänyt mm. Kansainvälisen Olympiakomitean ja Suomen Olympiakomitean materiaaleja. Mäkelänrinteen Urheilulukio, Puolustusvoimien Urheilukoulu ja Joensuun Urheiluakatemia ovat omalla suunnistusralla antaneet mahdollisuuden keskustella ja vertailla kokemuksia yli lajirajojen.

Juuso Metsälä
Pohjois-Karjalan AMK, liiketalous, yrityshallinto

OPOILLE JA OPETTAJILLE

Opiskelun ja urheilun vastakkainasettelusta win-win -tilanteeseen

Suomessa arvostetaan koulutusta ja janotaan urheilumenestystä. Niiden yhdistämistä pidetään kuitenkin haastavana peruskoulun jälkeen, jolloin opiskelun ja urheilun polku haarautuu. Peruskoulussa opiskelu ja urheilu kuuluvat luonnollisesti yhteen liikuntatutintien myötä, mutta korkea-asteella ne mielletään jopa toistensa vastakohtiksi, vaikka molemmat kuuluvat Opetus- ja kulttuuriministeriön alaisuuteen. Tätä turhaa vastakkainasettelua purkavat urheiluakatemit, jossa urheilu ja opiskelu on pystytty yhdistämään samaksi sanaksi USA:n yliopistourheilun tapaan. Urheiluakatemit ovat vielä nuoria verkostoja, joiden merkitys tulee kasvamaan.

USA:n yliopistourheilussa synergiaetu on ilmeinen, koska urheilijat edustavat kilpailuissa yliopistoaan. Yliopistoille tämä etu on niin merkittävä, että parhaille urheilijoille tarjotaan stipendejä koko opiskelujalle.

Suomessa urheilijan on löydettävä oma polku huipulle, sillä valmista ei ole. Urheilu-uran ja sen jälkeisen elämän kannalta tärkeimpiä valintoja on opiskelupaikan ja -paikkakunnan valinta. Lyhyet välimatkat kotoa harjoituspaikoille ja opiskelupaikalle helpottavat arkea. Esimerkiksi Joensuusta löytyvät laadukkaat harjoituspaikat ja monipuolinen koulutustarjonta – läheltä toisiaan. Yhteistyön kehittäminen ja synergiaetujen löytäminen ovat tulevaisuuden mahdollisuuksia.

Urheilijanuoren arki

Urheilussa menestyminen vaatii vuosien pitkäjänteistä ja määrätietoista työtä. Huippu-ura kestää enimmillään kymmenen vuotta ja monissa tapauksissa paljon vähemmän. Parhaassa tapauksessa urheilija kokee saavuttaneensa potentiaalinsa ja lopettaa uransa omasta tahdostaan. Pahimmassa tapauksessa huippu-ura loppuu loukkaantumiseen tai muuhun yllättävään tapahtumaan. Joka tapauksessa huippu-uran jälkeinen elämä kestää tähtihetkiä pitempään ja siihen varautuminen vapauttaa nauttimaan huippu-urasta.

Harvassa urheilulajissa voi päästä ammattiuurheilijaksi heti peruskoulun jälkeen. Usein huipulle tähtäävän nuoren harjoittelun tärkeimmät vuodet ajoittuvat ikävuosille 15-25. Toisella asteella toimivia ratkaisuja urheilun ja opiskelun yhdistämiseksi löytyy esimerkiksi urheilulukioista. Suurimmat haasteet koetaan lähes poikkeuksetta siinä vaiheessa, kun muutetaan pois kotoa opiskelujen perässä. Äidin ruokia ja huolenpitoa sekä isän lompakkoa ja kyytejä tulee nopeasti ikävä samalla kun ystävät ja valmentaja jäävät kotipaikkakunnalle. Samaan aikaan harjoittelussa on pyrittävä ammattimaisuuteen, sillä ammattilaisia vastaan kilpaillaan aikuisten huipputasolla lähes kaikissa lajeissa.

Opiskelu on urheilijalle arvokas sijoitus pahan päivän varalle, sillä ura voi katketa jo paljon ennen huippua. Opiskelu tuo urheilijalle taloudellista tukea sekä sosiaalista turvaa ja hyväksyntää. Parhaimmillaan opiskelu tuo vastapainoa ja vapauttaa keskittymään urheiluun.

Korkeakouluopiskelijat kohtaavat monia uusia haasteita samaan aikaan. Tunnolliset opiskelijat saattavat päätyä lopettamaan urheilu-uransa ja toisaalta moni urheilija joutuu ongelmiin opintojensa kanssa, kun läsnäoloja ei tule tarpeeksi tai kurssit jäävät muuten roikkumaan. Kumpikin vaihtoehto on huono ja seurausta urheilun ja opiskelun näkemisestä täysin erillisinä kokonaisuuksina.

Urheilijan arki varsinkin korkeakouluopintojen aikana on parhaimmassakin tapauksessa hallittu kaaos. Korkea-asteen oppilaitokset ovat Suomessa oma akateeminen maailmansa, jossa usein juuri kotoa muuttaneen nuoren on selviydyttävä samalla, kun harjoittelussa siirrytään kovimmalle tasolle.

Monet urheilijat ovat lahjakkaita ja menestysnälkäisiä myös opiskelussa. Monet tavoittelevatkin huipputuloksia niin urheilussa kuin opiskelussa. Se on tietenkin hieno asia, mutta jos opiskeluaikaa pidennetään tai tavoitteita lasketaan, niin työmäärä voi kasvaa kohtuuttomaksi. Menestysnälkä voi ajaa ylläsitustilaan, joka on paitsi fyysisen, myös ennen kaikkea psyykkisen rasituksen aikaansaama.

Stressikään ei siis erottele opiskelua ja urheilua. Vuorokaudessa on 24 tuntia, joista vähintään 8 tuntia pitäisi mennä nukkumiseen. Työpäivän

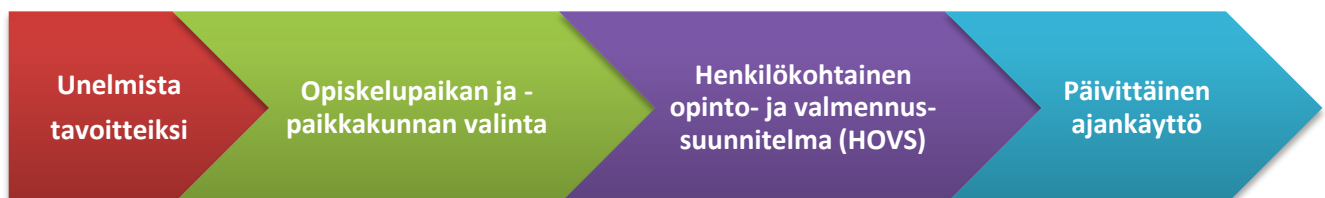
pituus on yleisesti 8 tuntia, jota voidaan pitää optimaalisena aikana tehokkuuden suhteen.

Ylityötä tekemällä työn teho ei parane. Yhtä lailla työteho heikkenee, jos rentoutumiseen ja nukkumiseen jää liian vähän aikaa, vaikka työtaakka olisi kohtuullinen. Sama pätee opiskeluun ja urheiluun. Jos opiskeluun menee 8 tuntia päivässä, menee harjoittelu ylitöiden puolelle, eikä kehittyminen ole optimaalista.

Henkilökohtaiset unelmat ajavat urheilijoita eteenpäin ja motivoivat fyysisesti ja psyykkisesti kovaan harjoitteluun. Samalla tavalla kirkas tavoite opiskelussa motivoi ja selkeyttää opintosuunnitelmaa. Aikaansaava ajankäyttö on mahdollista vain, jos edelliset kohdat ovat kunnossa. Ajankäyttö ei ole sitä, että täyttää kalenterinsa ja stressaantuu. Ajankäyttö on valintoja ja tekemistä tavoitteen toteuttamiseksi. Sopiva tavoite, jatkuva seuranta ja itsensä palkitseminen tehdystä työstä tuovat onnistumisen tunteen.

Urheilijan ajan- ja elämänhallintataidot korostuvat. Selkeät tavoitteet ja hyvät suunnitelmat ovat tarpeen. Kokonaisrasituksen hallinta tai hallitsemattomuus ratkaisee urheilijana kehittymisen ja heijastuu opiskeluun.

Opinto- ja urasuunnittelun vaiheet



Opinto- ja urasuunnittelu lähtee unelmista, joiden saavuttamista päivittäisen ajankäytön pitäisi palvella.

Mikä on unelma-ammatti tai hienoin saavutus, jonka urheilija voi omassa lajissaan saavuttaa? Unelmat ajavat ihmisiä eteenpäin. Unelmat ovat kuitenkin usein epärealistisia haavekuvia. Tavoitteeksi kutsutaan unelmaa, jolla on aikaraja. Opiskelutavoitteet riippuvat pitkälti tavoitteista urheilussa. Mitä kovemmat tavoitteet ovat urheilussa, sitä enemmän opiskelu on tukeva ja tasapainottava tekijä.

Huippu-urheilu ja opiskelu moniin ammatteihin vaatii tiettyä kutsumusta. Urheilija voi haluta lääkäriksi, vaikka opiskelu on kaikkea muuta kuin helppoa, eikä kovin joustavaa. Mikä ala kiinnostaa? Missä kaupungissa on mahdollista yhdistää urheilu oman alan opiskeluun?

Kaikissa lajeissa urheilijoilla ei ole kuitenkaan mahdollisuutta valita. Monissa lajeissa on valmennuskeskuksia vain muutamilla paikkakunnilla. Joukkuelajeissa joukkue ja kotipaikka voi vaihtua jopa kesken kauden.

Jos urheilija kuitenkin pystyy valitsemaan paikkakunnan, ovat lyhyet välimatkat iso etu. Urheilijan arki pyörii kolmiossa koti-harjoituspaikka-opiskelupaikka.

Henkilökohtainen opinto- ja valmennus-suunnitelma (HOVS) antaa urheilijalle työkalun suunnitella opintojaan. Siihen tulisi sisällyttää kilpailut tai pelit, leirit, tentit ja muut joustamattomat menot sekä tietenkin yrittää löytää ratkaisuita purkaa päällekkäisyyksiä.

Urheilun ja opiskelun joustavalla yhdistämisellä ymmärretään usein lupana olla pois luennoilta. Se on kuitenkin vasta ensimmäinen osa eli vapaus, jota seuraa vastuu. Urheilijan tavoite tulee olla tutkinnon suorittaminen. Tutkinto jakautuu opintokokonaisuuksiin, joiden tarkoitus on oppia ja osoittaa osaamistaan.

Opiskelijoiden oman vastuun tukeminen

Huippu-urheilu vaikuttaa väistämättä opiskeluun. Sitä voisi kuitenkin pitää myönteisenä asiana ja hyödyntää sen tarjoamia haasteita ja mahdollisuuksia. Urheilijat eivät suunnittele harjoituksia, leirejä tai pelimatkoja tarkoituksella opetuksen päälle. Moni urheilija oppii mielummin asioita tunnilla kuin omatoimisesti. Tentinkin on helpoin tehdä heti kertaustunnin ja kurssin jälkeen, eikä kuukauden päästä uusintatentissä.

Urheilijalle tulee väistämättä poissaoloja oppitunneilta ja luennoilta, kuten tavallisillekin opiskelijoille.

Tieto ei ole sidottu aikaan tai paikkaan. Oppitunnit ja luennot tarjoavat tietoa, mutta joskus passiivista kuuntelua ja läsnäoloa hyödyllisempää voi olla aktiivinen itseopiskelu. Luentomateriaalit löytyvät nykyisin jo sähköisistä oppimisympäristöistä. Työ ja opiskelu digitalisoituu, joten sähköiset oppimisympäristöt ja itsenäinen opiskelu antavat valmiuksia työelämään, jossa passiivinen kuunteleminen vaihtuu aktiiviseen ja itsenäiseen tekemiseen.

Yhä nopeammin muuttuvassa maailmassa taidot korostuvat tietojen sijaan. Tietoa on saatavilla haitaksi asti. Tiedon etsiminen ja soveltaminen, sekä lähdekritiisyys korostuvat jatkuvasti.

Urheilijoille ja muille opiskelijoille tulisi korostaa omaa vastuuta oppimisesta. Olisi tärkeää löytää ne keinot, joilla oppii parhaiten.

Urheilijoiden on joka tapauksessa omaksuttava itseopiskelutekniikoita, joten monipuolisten opiskelutaitojen ja -menetelmien hallintaa sekä itseohjautuvuutta tulisi korostaa.

Urheilijan arki on tasapainoilemista kokonaiskuormituksen kanssa

Ennen tehtiin töitä kahdeksasta neljään, eikä työasioita mietitty vapaa-ajalla. Liike-elämässä ja varsinkin esimiestehtävissä tämä käsitys työnteosta on muuttunut täysin. Työasiat pyörivät mielessä aina, kun kännykkä soi, työpuhelu?

Huippu-urheilijan arki ei ole pelkästään 1-4 tuntia fyysistä harjoittelua päivässä ja 8-10 tuntia lepoa sen vastapainoksi. Urheilija joutuu ennen treenejä ja treenien jälkeen huolehtimaan syömisestä, varusteiden huoltamisesta, mielikuvaharjoittelusta ja seuraavan päivän harjoituksista. Urheilu vaikuttaa kaikkeen tekemiseen 24 tuntia vuorokaudessa.

Opiskelu on urheilijalle arvokas sijoitus pahan päivän varalle, sillä ura voi katketa jo paljon ennen huippua. Opiskelu tuo urheilijalle taloudellista tukea sekä sosiaalista turvaa ja hyväksyntää. Parhaimmillaan opiskelu tuo vastapainoa ja vapauttaa keskittymään urheiluun.

Urheilijan ajan- ja elämäntaitotaidot korostuvat. Selkeät tavoitteet ja hyvät suunnitelmat ovat tarpeen. Kokonaisrasituksen hallinta tai hallitsemattomuus ratkaisee urheilijana kehittymisen ja heijastuu opiskeluun.

Kysymyksiä

Missä tapauksissa 100-prosenttinen läsnäolovelvollisuus on todella pakollista?

Miten tenttien suorittamista voisi tehdä joustavammaksi?

Mitä mahdollisuuksia nykytekniikka antaa itse- ja etäopiskeluun?

Milloin nähdään lukukaudeton korkea-aste, jolloin esimerkiksi talvilajien urheilija voi keskittyä opintoihin ylimenokaudellaan, joka osuu nykyisen kevätlukukauden jälkeiseen aikaan?

URHEILIJALLE

Oma vastuu ja aktiivisuus opiskelussa ja urheilussa menestymisen kulmakivet

Huippu-urheilijalta vaaditaan lahjakkuutta myös oman lajin ulkopuolella. Sosiaalisia taitoja tarvitaan valmentajan ja muiden läheisten taustajoukkojen kanssa toimiessa. Myös ulospäin viestinnässä vaaditaan taitoa. Vastustajia ja mediaa voi käsitellä hyvin tai huonosti ja kummastakin on seuraamuksensa. Huippu-urheilussa myös talouden merkitys korostuu, joten rahaa on osattava hankkia ja toisaalta se on osattava käyttää oikein.

Opiskelu kuuluu urheilun ulkopuolisiin taitoihin. Opiskelussa urheilija ei pärjää urheilutuloksillaan, vaan häntä arvioidaan tenttien ja tehtävien perusteella. Omaa aktiivisuuttaan kannattaa osoittaa neuvottelemalla tulevien poissaolojen korvaavuuksista ja toisaalta kantamalla vastuu itseopiskelusta ja tehtävien palauttamisesta.

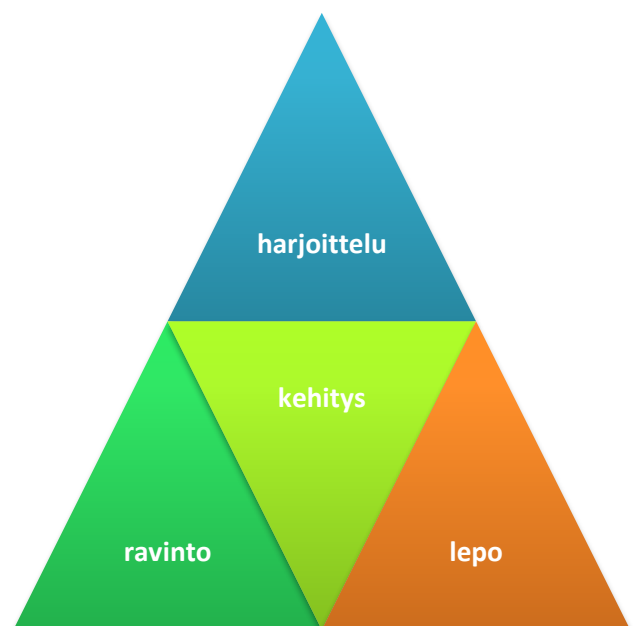
Urheilupoissaolojen korvaavuuksikäytännöt vaihtelevat oppilaitosten välillä ja niiden sisällä. Parasta on aina sopia henkilökohtaisesti opettajan kanssa. Apuna voi käyttää esimerkiksi opiskelun ja valmentautumisen yhdistämisen tueksi laadittuja HOVS-lomakkeita.

Kannattaa myös olla valmiina ehdottamaan tapaa tai tehtävää itse. Valmisteltu ja perusteltu ehdotus on opettajan helppo hyväksyä ja se antaa urheilijasta aktiivisen kuvan, kunhan tehtävä tulee tehdyksi määräaikaan mennessä!

Urheilijaelämää

Urheilijalla on käytettävissään 24 tuntia päivässä, josta nukkumiseen ja lepäämiseen menee 10

tuntia. 8 tuntinen työpäivä on hyvä mitta sille, paljonko psyykkisesti ja fyysisesti rasittava harjoittelu ja opiskelu saavat viedä aikaa yhteensä. Urheilijana kehittyminen tapahtuu harjoittelun, ravinnon ja levon yhteisvaikutuksesta ja tasapainosta. Terveet elämäntavat ja tasapaino urheilun ulkopuolisen elämän kanssa ovat menestystekijöitä. Huippu-urheilijan erottaa oikea asenne, motivaatio ja kyky kantaa vastuuta – myös urheilun ulkopuolella.



Urheilijana kehittymiseen vaikuttavat: harjoittelu, ravinto ja lepo.

Miksi kannattaa opiskella?

Opiskelu on arvokas sijoitus pahan päivän varalle, sillä ura voi katketa jo paljon ennen huippua. Opiskelu tuo urheilijalle taloudellista tukea sekä sosiaalista turvaa ja hyväksyntää. Parhaimmillaan opiskelu tuo vastapainoa ja vapauttaa keskittymään urheiluun.

Korkea-asteen opiskeluun kuuluu myös merkittävä taloudellinen tuki. Opintotuki ja asumislisä sekä opiskelijalounaat ja muut

rahanarvoiset edut helpottavat urheilijan arkea. Etujen eteen on kuitenkin tehtävä töitä.

Urheilun kannalta opiskelu on tietenkin haaste ajankäytön suhteen. Ajankäytön lähtökohta ovat unelmat. Toiveammatti? Merkittävä urheilusaavutus? On tärkeää määrittää tavoitteet koko opiskeluajalle ja joka kurssille. Tavoitteiden asettamista seuraa arvio siitä, kuinka paljon työtä tavoitteen toteutuminen vaatii. Tässä kohtaa on mahdollista ahnehtia.

Monet urheilijat ovat lahjakkaita ja menestysnälkäisiä myös opiskelussa. Monet tavoittelevatkin huipputuloksia niin urheilussa kuin opiskelussa. Se on tietenkin hieno asia, mutta jos ei opiskeluaikaa pidennetä, tai joitakin tavoitteita lasketa, niin työmäärä kasvaa kohtuuttomaksi. Menestysnälkä voi ajaa ylirasitustilaan, joka on paitsi fyysisen, myös ennen kaikkea psyykkisen rasituksen aikaansaama.

Tavoitteet-suunnitelma-ajankäyttö

Stressikään ei erottele opiskelua ja urheilua. Vuorokaudessa on 24 tuntia, joista 8 tuntia menee nukkumiseen. Työpäivän pituus on yleisesti 8 tuntia, jota voidaan pitää optimaalisena aika tehokkuuden suhteen. Ylityötä tekemällä työn teho ei parane. Yhtä läillä työteho heikkenee, jos lepää ja nukkuu liian vähän. Sama pätee opiskeluun ja urheiluun. Jos opiskeluun menee 8 tuntia päivässä, menee harjoittelu ylitöiden puolelle.

Henkilökohtaiset unelmat ajavat urheilijoita eteenpäin ja motivoivat fyysisesti ja psyykkisesti kovaan harjoitteluun. Samalla tavalla kirkas tavoite opiskelussa motivoi ja selkeyttää opintosuunnitelmaa. Aikaansaava ajankäyttö on mahdollista vain, jos edelliset kohdat ovat

kunnossa. Ajankäyttö ei ole sitä, että täyttää kalenterinsa ja stressaantuu. Ajankäyttö on valintoja ja tekemistä tavoitteen toteuttamiseksi. Sopiva tavoite, jatkuva seuranta ja itsensä palkitseminen tehdystä työstä tuovat onnistumisen tunteen.

Urheilijan ajan- ja elämänhallinnan kannalta keskeistä on tiedostaa haasteet etukäteen. Silloin on aikaa suunnitella, priorisoida ja esimerkiksi siirtää kurssi tai joku muu kokonaisuus tulevaisuuteen.

Haasteita urheilijan uralla ovat: opiskelujen aloitus, siirtyminen aikuisten sarjaan, armeija, muutto omaan kotiin, loukkaantuminen, uusi valmentaja, perheen perustaminen, muutto ulkomaille, menestyminen, työnhaku ja uran päättäminen. Näihin haasteisiin vinkkejä antaa mm. huippu-urheilija.fi



Miten tavoitteesi näkyvät päivittäisessä ajankäytössä?

Urheilijan arjessa ajan- ja elämänhallintataidot korostuvat. Selkeät tavoitteet ja hyvät suunnitelmat ovat tarpeen. Kokonaisrasituksen hallinta tai hallitsemattomuus ratkaisee urheilijana kehittymisen ja heijastuu opiskeluun!

2000-luvun urheilijalle

Huippu-urheilijalta vaaditaan 2000-luvulla lahjakkuutta myös oman lajin ulkopuolella. Opiskelu kuuluu urheilun ulkopuolisiin taitoihin, joka on hyvä hallita. Harvassa lajissa urheilijan polku kulkee maailman huipulle ilman opiskeluvuosia, joiden aikana harjoittelun ja urheilun tulee olla ykkösprioriteetti – opiskelua unohtamatta. Opiskelun merkitys konkretisoituu urheilijalle uran päättyessä. Tutkinto tai osittain suoritettut opinnot helpottavat kiinni pääsemistä opiskelu- ja työelämään.

Monet urheilijat ovat lahjakkaita ja motivoituneita myös opiskelun saralla. Silloinkin on tärkeää kiinnittää huomiota kokonaisrasitukseen. Onneksi menestyksekkäitä esimerkkejä opiskelun ja huippu-urheilun yhdistämisestä on useita.

”Uuteen urheilijatyyppiin kuuluu esimerkiksi maratontohtori Janne Holmen. Hänen jälkeensä on hieman hankalampi sanoa ”mitä pitempi matka sen tyhmempi jätkä”. 28-vuotias juoksija väitteli toukokussa tohtoriksi Uppsalan yliopiston historian laitokselta.”

Kirjoitti Helsingin Sanomat 20.8.2006 vuoden 2002 maratonin Euroopan mestarista.

Kysymyksiä

Olenko ollut aktiivinen ja ennakoiva opintojen aikatauluttamisen suhteen?

Näkyvätkö tavoitteeni päivittäisissä valinnoissani ja ajankäytössäni?

Mitkä ovat parhaat ominaisuutesi urheilijana? Miten ne ominaisuudet näkyvät opiskelussa?

Onko viisautta käyttää opintoihin pitempi aika, mutta tehdä ne laadukkaasti kiirehtimisen sijaan?

Onko tärkeämpää saada hyviä arvosanoja vai oppia?

URHEILIJAESIMERKIT

Kauppätieteitä ja koripalloa



Juho Nenonen ajaa korille

Korisliigakausi 2011-2012 on 24-vuotiaalle Juho Nenoselle jo seitsemäs. Nenonen on saavuttanut kaksi kultaa (Honka 2007 ja 2008) sekä kaksi hopeaa (Kataja 2009 ja 2011) ja pronssin (Honka 2006). Vuosi sitten Nenonen oli Korisliigan paras kuudes pelaaja (Kataja 2010) ja samana vuonna Kataja voitti Suomen Cupin. Mikä sai muuttamaan Espoosta Joensuuhun?

– Asun Joensuussa, koska se on ainutlaatuinen paikka opiskelun ja urheilun yhdistämisen kannalta – koti. Joensuussa on mahdollisuus pelata koripalloa hyvällä tasolla, joukkue ja organisaatio ovat tunnettuja laadustaan ja yliopiston läheisyys mahdollisti opiskelun yhdistämisen koripallon pelaamiseen ja

harjoitteluun parhaalla mahdollisella tavalla, kertaa Nenonen.

Opiskelet kauppätieteitä, pääaineena johtaminen. Mitä haasteita olet kohdannut ja miten olet selvinnyt niistä?

– Suurin haaste on pakollisten luentojen tai tenttien päällekkäisyys pelien tai harjoitusten kanssa, sekä opintojen tai pelien aiheuttama stressi ja sen kanssa kamppailu. Harjoitukset ja pelit menevät aina koulun edelle, sillä tämä on kuitenkin palkkatyö. Olen ollut onnekas siinä, että minulla on ollut aina joustavia valmentajia, jotka ovat ymmärtäneet, kun on ollut tärkeä tentti tai muu tärkeä koulumeno. Stressin kanssa on vain opittava elämään ja yritettävä hakea tukea

opiskelusta silloin kun koripallo tuottaa haasteita, ja toisin päin. Molemmat tukevat toisiaan, sillä kun pääsee harjoittelemaan saa ajatukset irti koulusta ja silloin kun opiskelee ja lukee, niin koris unohtuu hetkeksi, neuvoo Nenonen.

Miten on mahdollista, että olet valmistumassa jopa normaalitahtia nopeammin?

– No, siihen on varmasti monta syytä, mutta suurin on varmaan se, että Joensuu on opiskelun ja urheilun yhdistämisen kannalta ideaali paikka; yliopisto ja Areena ovat niin lähellä toisiaan, että luennoilta ehtii harjoituksiin muutamassa minuutissa, joka mahdollistaa tehokkaan ajankäytön. Toinen tärkeä tekijä on oman ajan tehokas käyttäminen. Kun jaksaa istua kirjastossa ja opiskella, tv:n katsomisen sijasta, niin opintopisteitä tulee yllättävän helposti. Kolmantena voisi mainita vielä tietyn urheilijoille ominaisen määrätietoisuuden. Olen tehnyt selkeät tavoitteet jokaiselle vuodelle ja tehnyt töitä sen eteen, että saavutan kyseiset tavoitteet, kertoo Nenonen.

Tavoitteita Nenosella riittää:

– Tämän vuoden akateemisenä tavoitteena on viedä opinnot loppuun. Koripallossa tavoitteena on kehittyä jatkuvasti ja saada lisää vastuuta seurajoukkueessa. Pitemmän tähtäimen tavoitteena on päästä pelaamaan ulkomaille ammattilaisena, paljastaa Nenonen.

Juho Nenosen pelipäivä

– Klo 7-8 aamutoimet ja aamupuuro hellalle. Aamulla pyrin heräämään hyvissä ajoin, sillä mikäli minulla on luento kymmenen ja yhdentoista välillä, en pääse aamuharjoitukseen joukkueen kanssa, joka tarkoittaa sitä, että menen aamulla harjoittelemaan omatoimisesti yleensä kahdeksan ja yhdeksän välillä.

– Klo 12 Bussi lähtee. Pakkaan pelikamat aamulla ja tulen bussille suoraan koululta. Lounas nautitaan noin klo 14, jota ennen syvennyn korvatulppien avustuksella opiskeluun. Bussissa koitan lukea mahdollisimman paljon, sillä kirjoittaminen heiluvassa bussissa on usein haastavaa. Lounaan jälkeen koitan usein opiskella vielä sen hetken, että väsymys ja bussin hurina tuodittavat päikkäreille, jotka kestävät noin tunnin verran. Usein päiväunet päättyvät kahvitaukoon, jonka jälkeen palkitsen itseni jollain kevyemmällä tekemisellä, kuten musiikin kuuntelulla tai leffojen katselulla. Olen huomannut, että keskittymisen kannalta on hyvä, ettei edes yritä opiskella koko bussimatkaa.

– Pelipaikalle saavumme noin 1,5 tuntia ennen ottelun alkua, eli viikolla klo 17 ja viikonloppuna klo 15.30. Tuo aika menee peliin valmistautumiseen, teippailuun, heittelyyn ja lämpäämiseen. Pelistä pääsee bussiin viikolla noin yhdeksän maissa ja viikonloppuna puoli kahdeksan maissa.

– Pelin jälkeen tulee tehtyä kouluhommia erityisesti silloin kun ”dead linet” pusket päälle. Joskus on tullut tehtyä hommia aina kahteen kolmeen saakka yöllä, kun uni ei tule silmään ja on pakko saada työt ajoissa valmiiksi. Kotosalla ollaan yleensä kahden ja neljän välillä, riippuen hieman pelipaikasta ja viikonpäivästä. Seuraavana aamuna on onkin usein koulua, joka aiheuttaa tiettyjä haasteita heräämiselle ja täytyy myöntää, että joskus on tullut nukuttua torstai aamuisin pommiin.

Vieraspelireissuja siunaantuu kauteen runkosarjassa 22, jonka lisäksi pudotuspeleissä tuli kuusi ottelua ja Suomen Cupin pelejä taisi olla vieraisa kaksi. Tähän voidaan vielä lisätä muutama harjoituspelimatka, eli yhteensä reilu 30 pelimatkaa mahtuu yhteen kauteen. Lyhin matka on kolme tuntia suuntaan ja pisin noin yhdeksän tuntia, eli bussissa istumista riittää.

”Tavoitteena on tietysti olla Suomen nopein nainen”



Noora Hämäläinen keskittyy

Joensuun Katajan Noora Hämäläinen on saavuttanut 100 metrin hopeaa (2009) ja pronssia (2010) Kalevan Kisoissa, joten tavoite olla Suomen nopein nainen on realistinen.

Tänä vuonna tavoite ei vielä täyttynyt, sillä huippu-urheilijoiden muotitauti mykoplasma keskeytti kauden.

Sanotaan, että urheilija ei tervettä päivää näe. Yksikään urheilija ei ole selvinnyt uraansa ilman vastoinkäymisiä.

– Suurimpia vastoinkäymisiä on ollut takareiden revähdys ja selkäongelmat. Selkäongelman vuoksi jouduin jättämään pituushypyn kokonaan. Tänä kesänä minulla todettiin mykoplasma, joka oli vaivana sen verran, että jouduin jättämään kisakauden sen takia kesken. Kaikista vastoinkäymisistä olen selvinnyt, koska sitkeyttä

ja motivaatiota riittää. Perhe ja valmentaja ovat tietysti myös tärkeä tuki, jos vastoinkäymisiä tulee eteen. Alussa tietenkin kaikki kirpaisee, koska kova työ tuntuu menevän hukkaan, mutta sen jälkeen on entistä motivoituneempana ja nälkäisempänä menossa kohti uusia haasteita. Vammoista olen oppinut lihahuollon ja palautumisen tärkeyden, kertoo Kiihtelysvaarasta kotoisin oleva Hämäläinen.

Miksi asut Joensuussa?

– Asun Joensuussa, koska perheeni ja valmentajani ovat täällä. Lajin kannalta siinä ei ole paljoa hyvää, paitsi tietysti Joensuu Areena. Arenassa on huippu hyvä harjoitella. Huonoa Joensuussa on, että kaikki kilpailut ovat kaukana ja tulee paljon matkustusta, harmittelee Hämäläinen.

Pikajuoksujen maailman huiput taitavat tarvita Hämäläistä vähemmän villasukkia vuoden mittaan, vaikka tuskin jamaikalaisetkaan vain jammailevat auringonpaisteessa.

Mitä opiskelet?

– Opiskelen liiketaloutta ja olen suuntautunut markkinointiin ja yrittäjyyteen. En oikein tiennyt mitä olisin halunnut opiskella, joten ajattelin liiketalouden olevan hyvä vaihtoehto, koska siitä voi työllistyä moneen eri paikkaan, perustelee Hämäläinen.

Minkälaisia haasteita opiskelu tuo urheiluun?

– Suurin haaste on aikataulun suunnittelu. Aikataulu pitää yrittää suunnitella siten, että voimia jää opiskeluun sekä urheiluun. Sen suurempia haasteita ei ole ollut, koska opiskelu on ollut melko joustavaa. Osa päivistä on tietysti pitkiä ja raskaita. Ensiksi istutaan monta tuntia koulussa ja siihen päälle vielä muutamat harjoitukset. Se vaatii henkistä kestävyyttä, muistuttaa Hämäläinen, jolla opiskelun ja huippu-urheilun yhdistäminen on sujunut saumatta.

– Akatemia ratkaisee suurimman ongelman, koska aamuisin pääsee tekemään harjoituksia. Ongelmia ei ole juurikaan ollut. Jos jotain ongelmaa on, siitä on pystytty neuvottelemaan opettajien kanssa, kertoo Hämäläinen.

Mitkä ovat tavoitteesi urheilussa ja opiskelussa?

– Tavoitteena on kehittyä joka vuosi paremmaksi pikajuoksijaksi, sekä parantaa joka vuosi ennätyksiä. Tavoitteena on tietysti olla Suomen nopein nainen sekä päästä edustamaan Suomea arvokisoihin. Tavoitteena on suoriutua opiskeluista hyvin arvosanoin ja valmistua ajoissa, luettelee Hämäläinen selkeitä tavoitteitaan.

Noora Hämäläisen nopeusharjoitus

1. Valmistautuminen

– Syön yleensä noin 3-4 tuntia ennen treeniä, tietysti se riippuu aina millainen treeni on kyseessä. Myös päiväunet kuuluu joka päiväsiin rutiineihin, sikäli mikäli on aikaa. Muuten elellään vain normaalia elämää.

2. Lämmittely

– Alkulämmittelyyn kuluu aikaa noin 40 minuuttia, joka sisältää: hölkkää ja muutamia kevyitä 100 metrin juoksuja, nopeat venyttelyt, koordinaatioita (polvennostojuoksua, pakarajuoksu jne).

3. Pääharjoitus lähtö ja nopeus

– Nopeusharjoitus sisältää ensin lähdöt 2*3*30 m. Lähdöissä tehot ovat melkein 100 %. Nopeusosio on 2*3*60 m, joissa tehot noin 85-95 %. Juoksujen välissä pidetään tietysti riittävät palautukset.

4. Loppuverryttely

– Harjoituksen päätteeksi tehdään jäähdyttely, yleensä noin 10 minuuttia kevyttä hölkkää.

5. Harjoituksen jälkeen

– Palautusjuomaa aloitan juomaan heti treenin jälkeen, siis jo ennen jäähdyttelyä. Venyttelyt teen treenien jälkeen kotona katsoessa telkkaria.

HENKILÖKOHTAINEN OPINTO- JA VALMENNUSSUUNNITELMA (HOVS)

Suomessa huippu-urheilijaksi tähtäävä nuori on käytännössä yksin vastuussa urheilu-uran ja opiskelun yhdistämisestä. Yhdistäminen on vielä urheilupainotteisissa lukioissa tai ammattikouluissa suhteellisen helppoa, mutta korkeakouluissa tilanne on toinen. Yhteyttä urheilumaailman ja korkeakoulun välillä ei usein ole.

Korkea-koulussa opiskelevan urheilijan opintoja ja harjoittelua tulisi suunnitella kokonaisuutena, ei toisistaan irrallisina palasina. Hyvänä työkaluna opiskelijan ajankäytön suunnittelussa voisi toimia henkilökohtainen opiskelu- ja valmennussuunnitelma HOVS. Henkilökohtaisen opiskelu ja valmennussuunnitelman avulla opiskelijan ajankäyttö ja tavoitteet niin urheilussa kuin opiskeluissakin pystytään hahmottamaan viikon, jakson, koko lukukauden tai useamman lukukauden ajalta. Myös päällekkäisyyksiin pystytään reagoimaan hyvissä ajoin ja sopimaan joustosta ja korvaavuuksista. (Hämäläinen 2011)

Henkilökohtainen opiskelu- ja valmennussuunnitelma on nimenomaan opiskelijan ja koulun välinen suunnitelma tai sopimus. Tavoitteena on, että opiskelijan henkilökohtaista opintosuunnitelmaa HOPSia laadittaessa urheilu-ura ja siihen liittyvät vaatimukset otettaisiin paremmin huomioon. Tarvittaessa Urheiluakatemia tai henkilökohtainen valmentaja voisi olla henkilökohtaisen opinto- ja valmennussuunnitelman laadinnassa mukana tuomassa ulkopuolista näkökulmaa suunnittelutyöhön. (Hämäläinen 2011)

Henkilökohtaisen opinto- ja valmennussuunnitelman lisäksi urheilijoiden olisi mahdollista hyödyntää myös laajempaa opiskelu- ja elämänurasuunnitelmaa. Sen avulla urheilija voi miettiä tulevaisuuttaan; mitkä ovat koulutukselliset tavoitteet, millä aikataululla niitä lähdetään tavoittelemaan ja missä urheilija voi niitä tavoitella huomioon ottaen urheilu-uran tuomat vaatimukset. Myös henkilökohtaisen elämän tavoitteita tulisi miettiä elämänura-suunnitelmaa tehtäessä. Näin etukäteen elämän eri alueita miettimällä ja arvottamalla vältetään päätösten jälkeistä dissonanssia. Muun muassa Suomen olympiakomitean apurahan saavat urheilijat joutuvat laatimaan tämänkaltaisen suunnitelman rahoitusta saadakseen. (Hämäläinen 2011)

Henkilökohtaisen opiskelu- ja valmennussuunnitelman laatimisen tueksi on olemassa valmiita lomakepohjia, joita jokainen oppilaitos ja urheilija voi muokata ja soveltaa omien tarpeidensa mukaisesti.

Urheilijat ovat hyviä tavoitteiden ja suunnitelmien seurannassa. Urheilullisten tavoitteiden lisäksi pitäisi seurata myös opiskelun ja urheilun yhdistämisen onnistumista. Onko urheilusta ja opiskelusta aiheutuva kokonaisrasitus hallussa? Mikä helpottaa suunnittelemalla ja mistä kohtaa pitää priorisoida ja keventää? Voisiko vuosittain toistuvia päällekkäisyyksiä leiri- tai kilpailuajankohtina suunnitella paremmin?

HOVS-lomakkeita löytyy [Joensuun Urheiluakatemian akatemiamanuaalista](#).

LINKIT

Joensuun Urheiluakatemia​ akatemiamanuaali

<http://www.jns.fi/akatemiamanuaali/>

Huippu-urheilija.fi

<http://www.huippu-urheilija.fi/>

Urheilijan ravitsemus - Olympiakomitea

http://www.noc.fi/huippu-urheilu/tukipalvelut/urheilijan_ravitsemus/

Kansainvälisen Olympiakomitean urasivut

<http://www.olympic.org/elite-athletes>

KIITOKSET

Mäkelänrinteen Urheilulukio

<http://www.hel.fi/hki/mrl/fi/Etusivu>

Puolustusvoimien Urheilukoulu

<http://www.urheilukouluntuki.fi/>

Suomen Suunnistusliitto

<http://www.suunnistusliitto.fi/SSL/sslwww.nsf/start>