



VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Pyry Järvinen

SUURET URHEILUTAPAHTUMAT JA NIIDEN
VAIKUTUKSET KANSAINVÄLISEEN KAUP-
PAAN

Miten suuret urheilutapahtumat vaikuttavat kansainvä-
liseen kauppaan ja liiketoimintamahdollisuuksiin?

Liiketalous

2025

TIIVISTELMÄ

Tekijä	Pyry Järvinen
Opinnäytetyön nimi	Suuret urheilutapahtumat ja niiden vaikutukset kansainväliseen kauppaan
Miten suuret urheilutapahtumat vaikuttavat kansainväliseen kauppaan ja liiketoimintamahdollisuuksiin?	
Vuosi	2025
Kieli	Suomi
Sivumäärä	33+1 liite
Ohjaaja	Sari Saarikoski

Tämän opinnäytetyön päätavoitteena on analysoida ja jäsentää suurten urheilutapahtumien, erityisesti jalkapallon MM-kisojen ja olympialaisten, vaikutuksia kansainväliseen kauppaan sekä tunnistaa niihin liittyviä liiketoimintamahdollisuuksia. Työssä pyritään vastaamaan tutkimuskysymyksiin, jotka käsittelevät tapahtumien suoria ja epäsuoria vaikutuksia kauppavirtoihin ja investointeihin, eri toimialojen liiketoimintamahdollisuuksia (esim. sponsorointi, media, matkailu) sekä tapahtumien järjestämiseen liittyviä taloudellisia haasteita ja riskejä. Lisäksi tarkastellaan tapahtumien perintöä, maineenhallintaa sekä e-urheilun ja teknologian roolia kansainvälisen kaupan kontekstissa.

Tutkimuksen teoreettinen viitekehys pohjautuu megatapahtumien teoriaan ja kansainvälisen kaupan keskeisiin teorioihin, kuten David Ricardon suhteellisen edun teoriaan, Heckscher-Ohlinin teoriaan ja uuteen kauppateoriaan. Nämä teoriat luovat perustan tapahtumien taloudellisten dynamiikkojen analysoinnille. Työn empiirinen osa perustuu olemassa olevan kirjallisuuden ja tapaustutkimusten kattavaan analyysiin, tarjoten esimerkkejä onnistumisista ja haasteista.

Tutkimustulokset osoittavat, että suuret urheilutapahtumat luovat merkittävää kysyntää tavaroille ja palveluille, edistävät ulkomaisia suoria sijoituksia ja voivat parantaa isäntämaan imagoa kansainvälisesti. Liiketoimintamahdollisuuksia syntyy laajasti matkailu-, media-, sponsorointi-, rakennus-, teknologia-, turvallisuus- ja logistiikka-aloille. E-urheilun kasvu on myös tunnistettu uudeksi ja merkittäväksi kansainvälisen kaupan veturiksi. Toisaalta keskeisimpinä haasteina korostuvat kustannusylitykset, "valkoisten norsujen" ongelma infrastruktuurin jälki-käytössä, hyötyjen epätasainen jakautuminen, korruptio, ympäristövaikutukset ja turvallisuusriskit. Menestys edellyttää strategista perinnön

suunnittelua, tehokasta riskienhallintaa ja vahvaa sitoutumista vastuulisuuteen.

Avainsanat: Suuret urheilutapahtumat, Kansainvälinen kauppa, Liiketoimintamahdollisuudet

ABSTRACT

Author	Pyry Järvinen
Title	Major sporting events and their impact on international trade How do major sporting events affect international trade and business opportunities?
Year	2025
Language	Finnish
Pages	33+1 attachment
Name of Supervisor	Sari Saarikoski

The main objective of this thesis is to analyze and structure the impact of major sporting events, especially the FIFA World Cup and the Olympic Games, on international trade and to identify related business opportunities. The thesis aims to answer research questions that address the direct and indirect impacts of events on trade flows and investments, business opportunities in different industries (sponsorship, media, tourism), and the economic challenges and risks associated with organizing events. In addition, the legacy of events, reputation management, and the role of e-sports and technology in the context of international trade are examined.

The theoretical framework of the study is based on the theory of mega-events and key theories of international trade, such as David Ricardo's theory of comparative advantage, Heckscher-Ohlin theory and the new trade theory. These theories provide a basis for analyzing the economic dynamics of events. The empirical part of the work is based on a comprehensive analysis of existing literature and case studies, providing examples of successes and challenges.

The research results show that major sporting events create significant demand for goods and services, promote foreign direct investment and can improve the image of the host country internationally. Business op-

portunities are widely created in the tourism, media, sponsorship, construction, technology, security and logistics sectors. The growth of e-sports has also been identified as a new and significant driver of international trade. On the other hand, the key challenges highlighted are cost overruns, the problem of "white elephants" in the subsequent use of infrastructure, uneven distribution of benefits, corruption, environmental impacts and security risks. Success requires strategic legacy planning, effective risk management and a strong commitment to responsibility.

Keywords: Major sporting events, International trade, Business opportunities

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ	2
ABSTRACT	4
LYHENTEET	7
1 JOHDANTO	8
1.1 Suuret urheilutapahtumat ja kansainvälinen kauppa	8
1.2 Tutkimuksen tausta ja relevanssi: Jalkapallon MM-kisojen erityispiirteet	8
1.3 Tutkimuksen tavoite ja tutkimuskysymykset	9
1.4 Työn rajaus.....	9
1.5 Keskeiset käsitteet	9
2. MEGATAPAHTUMIEN TEORIA JA SEN SOVELTAMINEN URHEILUUN	10
2.1 Megatapahtumien ominaispiirteet ja määritelmät	10
2.2 Megatapahtumien taloudelliset, sosiaaliset ja poliittiset ulottuvuudet.....	11
2.2.1. David Ricardon suhteellisen edun teoria	12
2.2.2. Heckscher-Ohlinin teoria	12
2.2.3. Uusi kauppateoria	12
3. JALKAPALLON MM-KISOJEN JA OLYMPIALAISTEN VAIKUTUKSET KANSAINVÄLISEEN KAUPPAAN	13
3.1 Vaikutukset tavaroiden ja palveluiden kauppaan	13
3.2 Vaikutukset ulkomaisiin suoriin sijoituksiin (FDI)	14
3.3 Vaikutukset isäntämaan imagon kehittymiseen	14
3.4 Esimerkkejä tapaustutkimuksista.....	15
4. LIIKETOIMINTAMAHDOLLISUUDET SUURTEN URHEILUTAPAHTUMIEN YMPÄRILLÄ.....	16
4.1 Matkailuala	16
4.2 Media- ja viestintäala	17
4.3 Sponsorointi ja markkinointi	17
4.4 Rakentaminen ja infrastruktuuri	17
4.5 Teknologia	18
5. TALOUDELLISET HAASTEET, RISKIT JA PERINTÖ	18
5.1 KUSTANNUSYLITYKSET JA BUDJETOINTI	18

5.2 Infrastruktuurin perintö ja "valkoiset norsut"	19
5.3 Taloudellisten hyötyjen jakauma ja sosioekonomiset erot	20
5.4 Korruption ja läpinäkyvyyden haasteet	20
5.5 Ympäristövaikutukset ja kestävä kehityksen vaatimukset ...	20
5.6 Turvallisuusriskit ja maineenhallinta.....	21
5.7 Osaamisen siirron ja inhimillisen pääoman hyödyntäminen perintönä	21
5.8 Urheiludiplomatian ja brändinhallinnan merkitys perinnössä..	22
6 TUTKIMUSKYSYMYKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET	23
6.1 Vastaukset tutkimuskysymyksiin	23
6.2 Johtopäätökset.....	25
LÄHTEET.....	29

LYHENTEET

FIFA Federation internationale de football association/kansainvälinen jalkapalloliitto

n.d. No date/ei päivämäärää

FDI Foreign direct investment/ulkomaiset suorat investoinnit

1 JOHDANTO

1.1 Suuret urheilutapahtumat ja kansainvälinen kauppa

Globaalistuvassa maailmassa suuret urheilutapahtumat ovat saavuttaneet merkittävän aseman kansainvälisessä kontekstissa. Niitä ei voida enää nähdä pelkästään urheilukilpailuina, vaan ne ovat erittäin monimutkaisia ilmiöitä, joilla on laajoja vaikutuksia eri osa-alueille. Erityisesti jalkapallon maailmanmestaruuskilpailut ja olympialaiset ovat nousseet megatapahtumiksi, jotka keräävät valtavan kansainvälisen mediahuomion ja vaikuttavat merkittävästi talouteen ja yhteiskuntaan. Nämä tapahtumat toimivat alustoina kansainväliselle yhteistyölle, kulttuurivaihdolle ja taloudelliselle toiminnalle.

1.2 Tutkimuksen tausta ja relevanssi: Jalkapallon MM-kisojen erityispiirteet

Vaikka olympialaiset ovat merkittävä globaali tapahtuma, jalkapallon MM-kisoilla on erityinen asema maailmanlaajuisen suosion ja taloudellisen vaikutuksen vuoksi. Jalkapallo on maailmanlaajuisesti erittäin suosittu urheilulaji (FIFA, n.d.), ja MM-kisat tavoittavat poikkeuksellisen suuren yleisön. Tämä valtava kiinnostus heijastuu isäntämaiden ja -kaupunkien tekemiin suuriin investointeihin infrastruktuuriin ja palveluihin (Preuss, 2015). On kuitenkin olennaista arvioida kriittisesti näiden investointien todellisia taloudellisia hyötyjä ja mahdollisia riskejä (Baade & Matheson, 2016). Tässä tutkimuksessa tarkastellaan erityisesti jalkapallon MM-kisojen ainutlaatuisia piirteitä ja niiden vaikutusta kansainväliseen kauppaan.

1.3 Tutkimuksen tavoite ja tutkimuskysymykset

Tämän opinnäytetyön päätavoitteena on analysoida ja jäsentää jalkapallon MM-kisojen vaikutuksia kansainväliseen kauppaan sekä tunnistaa niihin liittyviä liiketoimintamahdollisuuksia. Työssä pyritään vastaamaan seuraaviin tutkimuskysymyksiin:

Millaisia suoria ja epäsuoria vaikutuksia jalkapallon MM-kisoilla on kansainväliseen kauppaan (esim. kauppavirrat, investoinnit)?

Millaisia liiketoimintamahdollisuuksia jalkapallon MM-kisat tarjoavat eri toimialoille (esim. sponsorointi, media, matkailu)?

Mitkä ovat keskeisimmät taloudelliset haasteet ja riskit, jotka liittyvät jalkapallon MM-kisojen järjestämiseen ja niiden kaupallistaloudelliseen hyödyntämiseen?

1.4 Työn rajaus

Tämä tutkimus keskittyy ensisijaisesti jalkapallon maailmanmestaruuskilpailuihin niiden globaalin merkittävyyden ja taloudellisen laajuuden vuoksi. Vaikka olympialaisia käsitellään vertailun ja kontekstin luomisen näkökulmasta, pääpaino on jalkapallon MM-kisoissa. Tutkimuksessa tarkastellaan tapahtumien vaikutuksia kansainväliseen kauppaan ja niistä syntyviä liiketoimintamahdollisuuksia. Tutkimuksen ulkopuolelle rajataan syvälinen analyysi tapahtumien sosiaalisista, kulttuurisista, poliittisista tai ympäristövaikutuksista (siltä osin kuin ne ovat yhteydessä taloudellisiin vaikutuksiin).

1.5 Keskeiset käsitteet

Tässä tutkimuksessa käytetään useita keskeisiä käsitteitä, joiden selkeä määrittely on tärkeää. Näitä ovat muun muassa:

Megatapahtuma: Suuren mittakaavan, lyhytaikainen tapahtuma, jolla on poikkeuksellinen laajuus, seremoniallisuus ja mediavetoisuus ja jolla on merkittävä vaikutus julkiseen kulutukseen (Roche, 2000).

Kansainvälinen kauppa: Tavarain, palveluiden ja pääoman vaihto yli kansallisten rajojen, mikä kattaa viennin, tuonnin ja ulkomaiset investoinnit (Tulli, 2025).

Ulkomaiset suorat sijoitukset (FDI): Kansainväliset pääomavirrat, joissa sijoittaja hankkii määräysvallan ulkomaisessa yrityksessä tai perustaa uuden liiketoiminnan ulkomaille (Dunning & Lundan, 2008).

Taloudellinen perintö: Pitkäaikaiset taloudelliset vaikutukset, jotka urheilutapahtuma jättää isäntäkaupunkiin tai -maahan, mukaan lukien infrastruktuurin kehitys, työllisyysvaikutukset ja vaikutukset matkailuun (Preuss, 2015).

”Valkoinen norsu”: Termillä ”valkoinen norsu” tarkoitetaan suuria ja kalliita rakennushankkeita (erityisesti urheilupaikkoja), jotka jäävät valmistuttuaan vajaakäytölle tai käyttämättömiksi, aiheuttaen suhteettoman korkeita ylläpitokustannuksia ja taloudellisen taakan isäntäkaupungille tai -maalle. (Kasimati, E. 2003).

2. MEGATAPAHTUMIEN TEORIA JA SEN SOVELTAMINEN URHEILUUN

2.1 Megatapahtumien ominaispiirteet ja määritelmät

Megatapahtumien teoria tarjoaa perustan suurten urheilutapahtumien, kuten jalkapallon MM-kisojen ja olympialaisten, analysoinnille. Megata-

pahtumalla tarkoitetaan laajamittaista, yleensä lyhytaikaista tapahtumaa, jolla on poikkeuksellinen vaikutus isäntämaahan tai -kaupunkiin (Roche, 2000; Müller, 2015). Näille tapahtumille on tyypillistä suuri yleisömäärä, voimakas mediahuomio ja merkittävät taloudelliset panostukset (Preuss, 2015).

Megatapahtumien teoria korostaa, että nämä tapahtumat eivät ole pelkästään urheilukilpailuja, vaan niillä on myös monia muita ulottuvuuksia. Niillä voi olla esimerkiksi:

Taloudelliset vaikutukset: Megatapahtumat voivat vaikuttaa muun muassa työllisyyteen, matkailuun, investointeihin ja infrastruktuurin kehitykseen (Gratton, Shibli & Coleman, 2005; Kasimati & Dawson, 2009; Carlianne, 2016).

Sosiaaliset ja kulttuuriset vaikutukset: Tapahtumat voivat edistää kansallista identiteettiä, kulttuurivaihtoa ja sosiaalista yhteenkuuluvuutta, mutta ne voivat myös aiheuttaa sosiaalisia ongelmia, kuten väestön siirtymistä (Bornstein, 2010; Boukas, Ziakas & Boustras, 2013).

Poliittiset vaikutukset: Megatapahtumia voidaan käyttää poliittisten tavoitteiden saavuttamiseen, kuten maan imagon parantamiseen tai kansainvälisen vaikutusvallan lisäämiseen (Anttiroiko, 2014; Herstein & Berger, 2013).

2.2 Megatapahtumien taloudelliset, sosiaaliset ja poliittiset ulottuvuudet

Urheilutapahtumien kohdalla megatapahtumien teoriaa voidaan soveltaa tarkastelemaan esimerkiksi stadionien rakentamisen ja muun infrastruktuurin kehittämisen taloudellisia kustannuksia ja hyötyjä, tapahtumien vaikutusta matkailuun ja alueelliseen kehitykseen sekä tapahtumien synnyttämiä sosiaalisia ja kulttuurisia muutoksia (Jones, 2001; Siegfried & Zimbalist, 2000).

Kansainvälisen kaupan teorit tarjoavat erilaisia välineitä analysoida sitä, miten suuret urheilutapahtumat kytkeytyvät kansainväliseen talouteen. Kansainvälinen kauppa tarkoittaa tavaroiden, palveluiden ja pääoman vaihtoa yli valtioiden rajojen (Krugman, Obstfeld & Melitz, 2018).

Joitakin keskeisiä kansainvälisen kaupan teorioita, joita voidaan soveltaa urheilutapahtumien yhteydessä ovat:

2.2.1. David Ricardon suhteellisen edun teoria

David Ricardon suhteellisen edun teoria selittää, miten maat voivat hyötyä erikoistumisesta ja kaupankäynnistä, vaikka jokin maa olisi tehokkaampi tuottamaan kaikkia hyödykkeitä (Rahko, 2008). Urheilutapahtumien yhteydessä tätä teoriaa voidaan soveltaa esimerkiksi tarkastelemaan, miten isäntämaa voi erikoistua tiettyihin palveluihin (esim. matkailu, turvallisuus) ja käydä niillä kauppaa muiden maiden kanssa.

2.2.2. Heckscher-Ohlinin teoria

Heckscher-Ohlinin teoria selittää, miten maat käyvät kauppaa niillä tuotannontekijöillä, joita niillä on runsaasti (esim. työvoima, pääoma). Urheilutapahtumien yhteydessä tätä teoriaa voidaan soveltaa esimerkiksi tarkastelemaan, miten isäntämaa hyödyntää työvoimaresurssejaan tapahtumien järjestämisessä (Investopedia, Carol M. Kopp, 2024)

2.2.3. Uusi kauppateoria

Tämä teoria korostaa mittakaavaetujen, verkostovaikutusten ja tuoteerilaisuuden merkitystä kansainvälisessä kaupassa. Urheilutapahtumien yhteydessä tätä teoriaa voidaan soveltaa esimerkiksi tarkastelemaan, miten tapahtumat luovat uusia markkinoita ja edistävät tuotteiden ja palveluiden innovaatioita.

Kansainvälisen kaupan teorioiden avulla voidaan analysoida esimerkiksi sitä, miten urheilutapahtumat vaikuttavat tavaroiden ja palveluiden vientiin ja tuontiin, ulkomaisiin investointeihin ja isäntämaan kilpailukykyyn kansainvälisillä markkinoilla (Li, Blake & Thomas, 2012; Maenning & du Plessis, 2011; Metaxas, 2010).

3. JALKAPALLON MM-KISOJEN JA OLYMPIALAIS- TEN VAIKUTUKSET KANSAINVÄLISEEN KAUP- PAAN

3.1 Vaikutukset tavaroiden ja palveluiden kauppaan

Suuret urheilutapahtumat, kuten jalkapallon MM-kisat ja olympialaiset, luovat merkittävää kysyntää erilaisille tavaroille ja palveluille (Preuss, 2015). Isäntämaiden on investoitava esimerkiksi rakennusmateriaaleihin, teknologiaan, turvallisuuspalveluihin ja logistiikkaan (Owen, 2005). Tämä kysyntä voi johtaa sekä tuonin kasvuun, kun kotimainen tuotanto ei riitä, että viennin kasvuun, kun isäntämaa pyrkii tarjoamaan omia tuotteitaan ja palveluitaan tapahtuman tarpeisiin.

Jalkapallon MM-kisat eroavat olympialaisista siinä, että ne keskittyvät yhteen lajiin, mikä heijastuu kysynnän rakenteeseen. MM-kisat synnyttävät suurta kysyntää esimerkiksi urheiluvälineille, fanituotteille ja oteluiden televisiointioikeuksille (FIFA, 2023). Olympialaiset taas kattavat laajemman kirjon lajeja, mikä monipuolistaa kysyntää.

Matkailu on molempien tapahtumien keskeinen taloudellinen vaikutus. Suuret urheilutapahtumat houkuttelevat miljoonia turisteja, jotka käyttävät rahaa majoitukseen, ravintoloihin, kuljetuksiin ja vähittäiskauppaan (Maenning & du Plessis, 2011). Tämä voi parantaa isäntämaan kauppasetta ja edistää palveluvientiä.

3.2 Vaikutukset ulkomaisiin suoriin sijoituksiin (FDI)

Suuret urheilutapahtumat voivat houkuttaa ulkomaisia suoria sijoituksia (FDI) isäntämaihin (Rose & Spiegel, 2011). Sijoittajat voivat olla kiinnostuneita esimerkiksi hotellien, infrastruktuurin tai muiden tapahtumaan liittyvien palveluiden rahoittamisesta. Lisäksi tapahtumien luoma positiivinen imago voi edistää maan houkuttelevuutta sijoituskohteena pitkällä aikavälillä.

On kuitenkin huomattava, että FDI:n vaikutukset eivät ole aina yksiselitteisesti positiivisia. On tärkeää, millaisia sijoituksia houkuttelee ja miten ne integroituvat paikalliseen talouteen (Dunning & Lundan, 2008). Lyhytaikaiset, vain tapahtumaan keskittyvät sijoitukset voivat jättää jälkeensä vähän pysyvää hyötyä.

Jalkapallon MM-kisat ja olympialaiset eroavat jälleen siinä, millaisia sijoituksia ne houkuttelevat. MM-kisat voivat houkuttaa sijoituksia esimerkiksi stadioneihin ja muuhun urheiluun liittyvään infrastruktuuriin, kun taas olympialaiset voivat edistää laajempaa kaupunkikehitystä ja houkuttaa monipuolisempia sijoituksia.

3.3 Vaikutukset isäntämaan imagon kehittymiseen

Suurilla urheilutapahtumilla on potentiaalia muokata isäntämaan imagoa kansainvälisesti (Kotler, Haider & Rein, 1993). Onnistunut tapahtuma voi parantaa maan mainetta turvallisenä, tehokkaana ja vieraanvaraisena, mikä voi edistää sekä kauppaa että turismia. Mediahuomio on tässä avainasemassa, sillä se välittää kuvan tapahtumasta ja isäntämaasta miljardeille ihmisille (Roche, 2000).

Imagon kehittyminen on kuitenkin monimutkainen prosessi, johon vaikuttavat monet tekijät. Jos tapahtumaan liittyy esimerkiksi järjestysongelmia, korruptiota tai kustannusylityksiä, se voi vahingoittaa isän-

tämaan imagoa (Flyvbjerg & Stewart, 2012). Lisäksi on kyseenalaistettu, kuinka pysyvä imagon paraneminen on ja miten se todella heijastuu taloudellisiin hyötyihin.

Jalkapallon MM-kisat ja olympialaiset eroavat siinä, millaista imagoa ne voivat edistää. MM-kisat ovat globaali speaktaakkeli, joka voi luoda kuvaa isäntämaasta intohimoisena ja urheilullisena (FIFA, 2023). Olympialaiset taas korostavat kansainvälistä yhteistyötä ja rauhanomaista kilpailua (IOC, 2024).

3.4 Esimerkkejä tapaustutkimuksista

Tarkastellaan joitain esimerkkejä siitä, miten suuret urheilutapahtumat ovat vaikuttaneet kansainväliseen kauppaan:

Olympialaiset:

Barcelona 1992: Olympialaiset edistivät merkittävästi Barcelonan kaupunkikehitystä ja paransivat sen kansainvälistä imagoa, mikä houkutteli turismia ja investointeja (Gratton, Shibli & Coleman, 2005).

Sydney 2000: Olympialaiset lisäsivät Australian matkailua ja vientiä, mutta pitkäaikaiset taloudelliset vaikutukset olivat osittain kiistanalaisia (Kasimati, 2003).

Jalkapallon MM-kisat:

Saksa 2006: MM-kisat paransivat Saksan imagoa modernina ja vieraanvaraisena maana, mikä edisti turismia ja ulkomaankauppaa.

Etelä-Afrikka 2010: MM-kisat vauhdittivat infrastruktuurin kehitystä, mutta taloudelliset hyödyt jäivät odotettua pienemmiksi ja kustannukset olivat suuret (Maenning & du Plessis, 2011).

Qatar 2022: Qatarin MM-kisat olivat poikkeuksellinen tapaus monella tapaa. Ne olivat ensimmäiset Lähi-idässä järjestetyt MM-kisat, ja niihin

liittyi valtavia investointeja infrastruktuuriin, kuten uusiin stadioneihin, hotelleihin ja liikenneverkkoihin (Financial Times, 2022).

Nämä esimerkit osoittavat, että suurten urheilutapahtumien vaikutukset kansainväliseen kauppaan voivat olla moninaisia ja vaihdella tapauskohtaisesti.

4. LIIKETOIMINTAMAHDOLLISUUDET SUURTEN URHEILUTAPAHTUMIEN YMPÄRILLÄ

Suuret urheilutapahtumat, erityisesti jalkapallon MM-kisat ja olympialaiset, luovat lukuisia liiketoimintamahdollisuuksia eri toimialoille. Nämä mahdollisuudet liittyvät tapahtumien järjestämiseen, niihin osallistumiseen ja niiden seuraamiseen.

4.1 Matkailuala

Matkailuala on yksi suurimmista hyötyjistä suurista urheilutapahtumista. Tapahtumat houkuttelevat suuria määriä turisteja, jotka tarvitsevat majoitusta, ruokailupalveluita, kuljetuksia ja muita matkailupalveluita (Ilmola, J. 2018). Tämä luo liiketoimintamahdollisuuksia hotelleille, ravintoloille, matkatoimistoille ja muille alan toimijoille.

Jalkapallon MM-kisat ja olympialaiset eroavat matkailuvaikutuksiltaan jonkin verran. MM-kisat keskittyvät yhteen lajiin, mikä voi houkutella tietynlaisia matkailijoita (esim. jalkapallofaneja). Olympialaiset taas kattavat laajemman valikoiman lajeja, mikä voi houkutella monipuolisempaa matkailijakuntaa.

4.2 Media- ja viestintäala

Suuret urheilutapahtumat ovat merkittäviä mediatapahtumia, jotka luovat liiketoimintamahdollisuuksia media- ja viestintäalalle. Tapahtumien televisiointioikeudet ovat erittäin arvokkaita, ja ne tarjoavat tulo-lähteitä televisioyhtiöille ja muille mediayhtiöille (FIFA, 2023; IOC, 2024). Lisäksi tapahtumat luovat kysyntää uutisoinnille, analyyseille ja mediasisällölle.

Digitaalinen media on muuttanut tapaa, jolla ihmiset seuraavat urheilutapahtumia. Tämä on luonut uusia liiketoimintamahdollisuuksia esimerkiksi mobiilisovelluksille, suoratoistopalveluille ja sosiaalisen median sisällölle.

4.3 Sponsorointi ja markkinointi

Suuret urheilutapahtumat tarjoavat yrityksille ainutlaatuisia sponsorointi- ja markkinointimahdollisuuksia. Yritykset voivat hyödyntää tapahtumien näkyvyyttä ja vetovoimaa tavoittaakseen suuren ja monipuolisen yleisön (Kotler, Haider & Rein, 1993). Sponsorointi voi olla tehokas tapa parantaa brändin tunnettuutta, imagoa ja myyntiä.

Jalkapallon MM-kisat ovat erityisen houkutteleva sponsorointikohde, sillä ne tavoittavat valtavan maailmanlaajuisen yleisön (FIFA, 2023). Olympialaiset tarjoavat myös merkittäviä sponsorointimahdollisuuksia, mutta niiden kattama laaja lajikirjo voi vaikuttaa sponsoroinnin kohdentamiseen.

4.4 Rakentaminen ja infrastruktuuri

Suurten urheilutapahtumien järjestäminen vaatii usein merkittäviä investointeja rakentamiseen ja infrastruktuuriin (Preuss, H. 2019., 729–745). Tämä luo liiketoimintamahdollisuuksia rakennusyrityksille, arkkitehdeille, insinööritoimistoille ja muille alan toimijoille. Esimerkkejä

tarvittavasta infrastruktuurista ovat stadionit, majoitusrakennukset, liikenneyhteydet ja muut tapahtumapalvelut.

On kuitenkin tärkeää, että infrastruktuurihankkeet suunnitellaan ja toteutetaan kestäväällä tavalla, jotta niistä on hyötyä myös tapahtuman jälkeen (Stewart & Rayner, 2016).

4.5 Teknologia

Teknologia on yhä tärkeämmässä roolissa suurissa urheilutapahtumissa. Teknologiaratkaisuja tarvitaan esimerkiksi lipunmyyntiin, turvallisuuteen, viestintään, tiedonvälitykseen ja fanikokemuksen parantamiseen. Tämä luo liiketoimintamahdollisuuksia teknologiayrityksille, jotka voivat kehittää ja tarjota näitä ratkaisuja.

Hyviä esimerkkejä teknologian sovelluksista ovat mobiilisovellukset, sosiaalisen median alustat, suoratoistopalvelut, data-analytiikka ja virtuaalitodellisuus.

5. TALOUDELLISET HAASTEET, RISKIT JA PERINTÖ

Suurten urheilutapahtumien järjestämiseen liittyy merkittäviä taloudellisia haasteita ja riskejä, jotka voivat vesittää odotetut hyödyt. On olennaista tunnistaa ja arvioida nämä riskit huolellisesti jo suunnitteluvaiheessa, jotta tapahtuman jättämä perintö olisi positiivinen ja kestävä.

5.1 Kustannuslivitykset ja budjetointi

Yksi yleisimmistä ja vakavimmista ongelmista suurten urheilutapahtumien järjestämisessä ovat kustannuslivitykset (Baade & Matheson, 2016; Flyvbjerg & Stewart, 2012). Lähes poikkeuksetta alkuperäiset budjetit aliarvioivat todelliset kustannukset, mikä voi johtaa suuriin taloudellisiin vaikeuksiin isäntämaille. Flyvbjerg ja Stewart (2012) ovat tutkineet laajasti megaprojektien kustannuslivityksiä ja todenneet, että

ne ovat enemmän sääntö kuin poikkeus. Kustannusylityksiin voi olla monia syitä, kuten suunnitteluvirheet, odottamattomat ongelmat rakentamisessa, inflaatio, epärealistiset aikataulut ja korruptio. Nämä ylitykset voivat johtaa merkittäviin taloudellisiin vaikeuksiin isäntäkaupungeille ja -maille, jättäen jälkeensä velkaantumisen ja negatiivisen taloudellisen perinnön

5.2 Infrastruktuurin perintö ja "valkoiset norsut"

Suurten urheilutapahtumien järjestäjät lupaavat usein, että tapahtuma jättää jälkeensä positiivisen taloudellisen perinnön, esimerkiksi uuden infrastruktuurin (Gratton & Preuss, 2008). Todellisuudessa perinnön hyödyt eivät kuitenkaan aina toteudu odotetusti. Erityisesti suurten ja kalliiden urheilupaikkojen, kuten stadionien, osalta on riski, että ne jäävät käyttämättömiksi tai vajaakäytölle tapahtuman jälkeen. Näitä kutsutaan usein "valkoisiksi norsuiksi", viitaten niiden korkeisiin ylläpito-kustannuksiin ja vähäiseen hyötyyn. Esimerkkinä Ateenan vuoden 2004 olympialaiset jättivät jälkeensä monia käyttämättömiä olympiarakennuksia ja velkataakan (Kasimati, 2003). Kansainvälisen kaupan näkökulmasta on ratkaisevaa, miten näitä resursseja hyödynnetään tapahtuman jälkeen. Jos rakennuksille ja järjestelmille löydetään uusia käyttötarkoituksia, kuten muuntaminen asunnoiksi tai kansallisiksi harjoituskeskuksiksi, ne voivat edistää pitkän aikavälin talouskasvua ja palveluvientiä.

Myös parannetut liikenneyhteydet voivat tehostaa tavaroiden ja palveluiden liikkumista, mikä alentaa kansainvälisen kaupan kustannuksia ja lisää maan kilpailukykyä logistisena solmukohtana. Onnistunut infrastruktuurin jälkikäyttö voi lisäksi houkutella uusia ulkomaisia suoria sijoituksia (FDI) yritysiltä, jotka näkevät maassa potentiaalia logistiikka-keskuksena tai matkailukohteena. Tärkeää on siis suunnitella perintö huolellisesti ja ottaa huomioon pitkän aikavälin vaikutukset.

5.3 Taloudellisten hyötyjen jakauma ja sosioekonomiset erot

Suurten urheilutapahtumien taloudelliset hyödyt eivät aina jakaudu taiseisesti. Usein suuret kansainväliset yritykset, jotka ovat sponsorina tai pääurakoitsijoina, hyötyvät tapahtumista eniten. Paikalliset toimijat ja asukkaat saattavat sen sijaan saada niistä vain vähän tai jopa kärsiä negatiivisista seurauksista.

Esimerkiksi paikalliset pienyrittäjät voivat joutua syrjään suurten kansainvälisten ketjujen tieltä, ja asukkaat voivat kärsiä nousevista elinkustannuksista tai pakkomuutosta infrastruktuurihankkeiden vuoksi (Coates & Humphreys, 2003). On tärkeää varmistaa, että tapahtumien hyödyt jakautuvat oikeudenmukaisesti ja että paikalliset toimijat pääsevät osallistumaan tapahtumien taloudelliseen toimintaan. Tämä edellyttää proaktiivisia toimenpiteitä ja paikallisten yritysten tukemista.

5.4 Korruption ja läpinäkyvyyden haasteet

Korruptio on valitettavasti liittynyt joihinkin suuriin urheilutapahtumiin, vahingoittaen niiden uskottavuutta ja isäntämaan imagoa. Korruptio voi ilmetä esimerkiksi rakennushankkeissa, tarjouskilpailuissa, lipunmyynnissä sekä sponsorointisopimuksissa. Kustannusylitykset voivat osittain johtua korruptiosta, kun varoja ohjataan väärin tarkoituksiin tai hankkeiden todellisia kustannuksia paisutellaan.

Läpinäkyvyys ja hyvä hallinto ovat avainasemassa korruption ehkäisemisessä. Tapahtumien järjestäjiltä ja isäntämailta vaaditaan sitoutumista eettisiin periaatteisiin ja tiukkoihin valvontamekanismeihin.

5.5 Ympäristövaikutukset ja kestävä kehityksen vaatimukset

Vaikka tämä tutkimus rajaa syvällisen analyysin ympäristövaikutuksista, on tärkeää tunnustaa, että suuret urheilutapahtumat voivat aiheuttaa

merkittäviä ympäristövaikutuksia. Suuret rakennushankkeet, massiivinen matkailu ja jätteiden syntyminen voivat kuormittaa luontoa. Vaikka ympäristövaikutukset eivät ole suoraan taloudellisia, ne voivat aiheuttaa pitkän aikavälin epäsuoria kustannuksia esimerkiksi terveydenhuollolle tai luonnonvarojen ehtymiselle.

Kestävän kehityksen periaatteiden huomioiminen tapahtumien suunnittelussa ja toteutuksessa on yhä tärkeämpää. Tämä sisältää esimerkiksi hiilijalanjäljen pienentämisen, kierrätyksen edistämisen ja vihreän rakentamisen (Stewart & Rayner, 2016).

5.6 Turvallisuusriskit ja maineenhallinta

Suuret yleisötapahtumat ovat alttiita erilaisille turvallisuusriskeille, kuten terrori-iskuille, mellakoille tai luonnonkatastrofeille. Turvallisuusjärjestelyt ovat merkittävä kuluerä, ja niiden epäonnistuminen voi aiheuttaa paitsi inhimillisiä tragedioita myös valtavia taloudellisia menetyksiä ja vahingoittaa isäntämaan mainetta pitkäksi aikaa. Maineenhallinta on kriittistä, sillä negatiivinen julkisuus voi vaikuttaa turismiin ja investointeihin jopa vuosikymmenten ajan. Siksi tapahtuman aikana luotu positiivinen tai negatiivinen mielikuva isäntämaasta voi jättää pitkäaikaisen perinnön sen maineelle ja brändille kansainvälisillä markkinoilla.

5.7 Osaamisen siirron ja inhimillisen pääoman hyödyntäminen perintönä

Urheilutapahtumien järjestäminen kerryttää isäntämaahan ainutlaatuista osaamista ja kokemusta tapahtumien ja projektien hallinnasta. Tätä "henkilöstöperintöä" voidaan hyödyntää kansainvälisessä kaupassa monin tavoin. Tapahtumassa hankittua asiantuntemusta voi viedä muihin maihin konsultointipalveluina, koulutuksina tai osallistu-

malla kansainvälisiin tapahtumaprojekteihin. Isäntämaan tapahtumahallinnan ammattilaiset voivat myydä osaamistaan (palveluvientiä) muille maille, jotka harkitsevat vastaavien tapahtumien järjestämistä.

Lisäksi tapahtuman myötä syntyneet verkostot kansainvälisten organisaatioiden, yritysten ja asiantuntijoiden kanssa voivat edistää uusia kaupallisia yhteistyömahdollisuuksia. Esimerkiksi paikalliset teknologia-yritykset, jotka kehittivät ratkaisuja tapahtuman tarpeisiin, voivat löytää uusia kansainvälisiä asiakkaita. Kertyneen kokemuksen dokumentointi ja jakaminen (esim. best practices -oppaiden muodossa) voi myös lisätä maan mainetta asiantuntemuksen keskuksena tietyillä aloilla, mikä houkuttelee lisää kansainvälistä kauppaa ja investointeja. Perinnön hallinta ei siis rajoitu vain fyysisiin rakennuksiin, vaan myös immateriaaliseen pääomaan, joka voi olla erittäin arvokasta kansainvälisessä liiketoiminnassa.

5.8 Urheiludiplomatian ja brändinhallinnan merkitys perinnössä

Urheilutapahtumat toimivat myös merkittävinä urheiludiplomatian ja kansainvälisten suhteiden vahvistamisen välineinä. Tapahtuman aikana luotu positiivinen mielikuva isäntämaasta voi jättää pitkäaikaisen perinnön sen maineelle ja brändille kansainvälisillä markkinoilla. Jos tapahtuma onnistuu yli odotusten ja välittää kuvaa tehokkaasta, turvallisesta ja vieraanvaraisesta maasta, se voi houkutella lisää turismia, ulkomaisia investointeja ja kauppakumppaneita vuosien ajan (Kotler, Haider & Rein, 1993).

Mediahuomio ei lopu tapahtuman päätyttyä, vaan analyysit ja reportaasit voivat muokata maan imagoa pitkään. Negatiivinen brändiperintö, johtuen esimerkiksi korruptiosta tai ympäristötuhoista, voi sen sijaan karkottaa turisteja ja sijoittajia sekä vaikeuttaa kansainvälistä kaupankäyntiä. Maineenhallinta tapahtuman jälkeen on yhtä tärkeää kuin sen aikana, ja se edellyttää proaktiivista viestintää ja todellisia

toimenpiteitä negatiivisten vaikutusten korjaamiseksi. Tapahtuman perinnön onnistunut hallinta edellyttää jatkuvaa seurantaa ja strategista panostusta maineen ylläpitoon ja kehittämiseen.

6 TUTKIMUSKYSYMYKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Työn tarkoitus on ollut syventyä jalkapallon MM-kisojen ja olympialaisten vaikutuksiin kansainvälisessä kaupassa sekä niihin liittyvissä liiketoimintamahdollisuuksissa ja taloudellisissa haasteissa. Tutkimuksen perusteella voidaan todeta, että suuret urheilutapahtumat ovat moniulotteisia ilmiöitä, joilla on merkittäviä ja erilaisia taloudellisia vaikutuksia.

6.1 Vastaukset tutkimuskysymyksiin

Millaisia suoria sekä epäsuoria vaikutuksia jalkapallon MM-kisoilla on kansainväliseen kauppaan (esim. kauppavirrat, investoinnit)?

Suorat vaikutukset: MM-kisat lisäävät merkittävästi tavaroiden (esim. rakennusmateriaalit, urheiluvälineet, fanituotteet) ja palveluiden (esim. majoitus, ravintolat, kuljetus, turvallisuus, mediaoikeudet) kysyntää, mikä johtaa sekä tuonin kasvuun että palveluvientiin. Ne luovat myös lyhytaikaisia työpaikkoja ja kannustavat infrastruktuuri-investointeihin.

Epäsuorat vaikutukset: MM-kisat voivat houkuttaa ulkomaisia suoria sijoituksia (FDI) erityisesti tapahtumaan liittyviin palveluihin ja infrastruktuuriin. Ne voivat myös parantaa isäntämaan kansainvälistä imagoa ja brändiä, mikä voi edistää pitkän aikavälin kauppasuhteita ja turismia. Lisäksi tapahtumat voivat stimuloida teknologisia innovaatioita ja osaamisen kehittymistä.

Millaisia liiketoimintamahdollisuuksia jalkapallon MM-kisat tarjoavat eri toimialoille (esim. sponsorointi, media, matkailu)?

Suuret urheilutapahtumat, kuten jalkapallon MM-kisat ja olympialaiset, luovat monipuolisia liiketoimintamahdollisuuksia useille toimialoille. Matkailuala hyötyy merkittävästi kasvaneesta turistivirrasta, mikä stimuloi hotellien, ravintoloiden, matkatoimistojen ja kuljetuspalveluiden kysyntää. Media- ja viestintäalalla arvokkaat televisiointioikeudet, uutisointi, analyysit sekä digitaaliset ratkaisut, kuten mobiilisovellukset ja suoratoistopalvelut, tarjoavat runsaasti mahdollisuuksia. Sponsorointi- ja markkinointialat puolestaan tarjoavat yrityksille ainutlaatuisia tilaisuuksia parantaa brändin tunnettuutta ja myyntiä tavoittamalla laajan globaalien yleisön.

Rakennus- ja infrastruktuuriala saa merkittävää liikevaihtoa uusien stadionien, majoitustilojen ja liikenneyhteyksien rakentamisesta sekä vanhojen peruskorjaamisesta. Teknologia-alalla lipunmyynti, turvallisuus, viestintä, tiedonvälitys ja fanikokemus edellyttävät innovatiivisia ratkaisuja, mikä luo liiketoimintaa teknologiayrityksille. Lisäksi suurten tapahtumien onnistunut järjestäminen edellyttää mittavia turvallisuus- ja logistiikkapalveluita, mikä avaa liiketoimintamahdollisuuksia näillä sektoreilla

Mitkä ovat keskeisimmät taloudelliset haasteet ja riskit, jotka liittyvät jalkapallon MM-kisojen järjestämiseen ja niiden kaupallistaloudelliseen hyödyntämiseen?

Suuriin urheilutapahtumiin liittyy useita merkittäviä taloudellisia haasteita ja riskejä, jotka voivat vaarantaa niiden odotetut hyödyt. Yksi yleisimmistä ongelmista ovat kustannusylitykset, sillä alkuperäiset budjetit aliarvioivat lähes poikkeuksetta todelliset kustannukset, mikä johtaa isäntämaille suuriin taloudellisiin vaikeuksiin. Lisäksi taloudellisen perinnön ongelmat ovat yleisiä; luvatut hyödyt eivät aina toteudu, ja tapahtuma voi jättää jälkeensä velkaa sekä vajaakäytöllä olevia rakennuksia, niin kutsuttuja "valkoisia norsuja".

Hyötyjen epätasainen jakautuminen on myös merkittävä haaste, sillä suuret kansainväliset toimijat hyötyvät usein eniten, kun taas paikalliset toimijat ja asukkaat saattavat kärsiä negatiivisista seurauksista. Korrupatio muodostaa riskin rakennushankkeissa, lipunmyynnissä ja sponsoinnissa, lisäten kustannuksia ja heikentäen tapahtuman uskottavuutta. Vaikka ympäristövaikutukset eivät ole suoraan taloudellisia, suurten rakennushankkeiden ja massiivisen matkailun aiheuttama luonnon kuormitus voi synnyttää pitkän aikavälin epäsuoria kustannuksia. Lopuksi suuret yleisötapahtumat ovat alttiita turvallisuusriskeille, kuten terrori-iskuille ja luonnonkatastrofeille, joiden toteutuminen voi aiheuttaa valtavia taloudellisia ja maineellisia vahinkoja.

6.2 Johtopäätökset

Tämän opinnäytetyön päätavoitteena oli analysoida ja jäsentää suurten urheilutapahtumien, erityisesti jalkapallon MM-kisojen ja olympialaisten, vaikutuksia kansainväliseen kauppaan ja liiketoimintamahdollisuuksiin. Tutkimuksessa vastattiin kolmeen keskeiseen kysymykseen, jotka käsitelivät tapahtumien suoria ja epäsuoria vaikutuksia kauppaan, niistä syntyviä liiketoimintamahdollisuuksia eri toimialoilla sekä tapahtumien järjestämiseen liittyviä taloudellisia haasteita ja riskejä. Tarkastelun kohteena oli myös urheilutapahtumien rooli innovaatioiden ja teknologian kiihdyttäjänä, globaaleissa arvoketjuissa sekä niiden perintö ja maineenhallinta kansainvälisen kaupan näkökulmasta.

Työssä havaittiin, että suorat vaikutukset ilmenevät lisääntyneenä tavaroiden ja palveluiden kysyntänä, mikä johtaa tuonnin ja viennin kasvuun. Esimerkiksi rakennusmateriaalit, urheiluvälineet ja fanituotteet lisäävät tuontia, kun taas matkailu-, majoitus- ja turvallisuuspalvelut edistävät palveluvientiä. Epäsuorat vaikutukset puolestaan heijastuvat

ulkomaisten suorien sijoitusten (FDI) houkutteluna ja isäntämaan imagon kehittymisenä, mikä voi edistää pitkän aikavälin kauppasuhteita ja turismia.

Liiketoimintamahdollisuudet ovat laajat ja kattavat useita toimialoja. Matkailu- ja vieraanvaraisuusala hyötyy merkittävästi turistivirroista. Media- ja viestintäalalla televisiointioikeudet ja digitaaliset ratkaisut luovat uusia tulonlähteitä. Sponsorointi ja markkinointi tarjoavat yrityksille ainutlaatuisia mahdollisuuksia brändin tunnettuuden ja myynnin parantamiseen globaalilla tasolla. Rakentaminen ja infrastruktuuri saavat vauhtia suurista investoinneista, kun taas teknologia- ja innovaatioalat kehittävät uusia ratkaisuja tapahtumien tarpeisiin. Myös turvallisuuspalvelut ja tapahtumalogistiikka tarjoavat mittavia liiketoimintamahdollisuuksia kansainväliselle yhteistyölle. Uutena näkökulmana e-urheilun kasvu osoittaa, miten digitaaliset kilpailutapahtumat voivat luoda uusia globaaleja markkinoita ja liiketoimintamalleja, edistäen sponsorointia, mediakauppaa ja teknologian vientiä.

Kuten tutkimuksessa tuli esiin, näihin mahdollisuuksiin liittyy kuitenkin merkittäviä haasteita ja riskejä. Kustannusylitykset ovat lähes poikkeuksetta sääntö suurten urheilutapahtumien järjestämisessä, mikä voi johtaa velkaantumiseen ja negatiiviseen taloudelliseen perintöön ("valkoiset norsut"). Taloudellisten hyötyjen epätasainen jakautuminen on myös ongelma, sillä suuret kansainväliset toimijat hyötyvät usein eniten paikallisten toimijoiden kustannuksella. Korruptio ja läpinäkyvyyden puute voivat vahingoittaa tapahtuman uskottavuutta ja isäntämaan imagoa. Lisäksi ympäristövaikutukset ja turvallisuusriskit vaativat huolellista hallintaa. Tapahtumien perinnön hallinta on kriittistä pitkän aikavälin hyötyjen varmistamiseksi, erityisesti infrastruktuurin jälkikäytön ja maineen säilyttämisen osalta.

Opinnäytetyön tulokset korostavat, että suurten urheilutapahtumien arviointi ei voi perustua pelkästään lyhytaikaisiin taloudellisiin hyötyihin. Kokonaiskuvan saamiseksi on analysoitava syvällisemmin myös

pitkäaikaisia sosiaalisia, ympäristöllisiä ja poliittisia vaikutuksia sekä perinnön hallintaa. Vaikka tämä työ rajasi syvällisemmän analyysin näistä ulottuvuuksista, ne ovat kiistatta osa kokonaiskuvaa ja vaikuttavat epäsuorasti myös kansainväliseen kauppaan ja liiketoimintamahdollisuuksiin.

Eryteisesti "valkoisten norsujen" ongelma on ajankohtainen. Jotta tulevat isäntämaat välttäisivät Ateenan sekä Qatarin kaltaiset virheet, infrastruktuurisuunnittelun tulisi olla innovatiivisempaa ja monipuolisempaa. Rakennusten ja tilojen tulisi olla helposti muunneltavissa tapahtuman jälkeiseen käyttöön, esimerkiksi asunnoiksi, liiketiloiksi tai koulutuskeskuksiksi. Tämä ei ainoastaan vähentäisi taloudellisia riskejä, vaan myös lisäisi sosiaalista kestävyyttä ja loisi pysyvää arvoa yhteisölle.

Myös kansainvälisen kaupan ja liiketoimintamahdollisuuksien jakautumisen epätasaisuuteen tulisi kiinnittää enemmän huomiota. Tulevien tapahtumien suunnittelussa pitäisi aktiivisesti luoda mekanismeja, jotka varmistavat, että paikalliset pienyritykset ja työvoima saavat aidosti osansa tapahtumien luomista hyödyistä. Tämä voisi tarkoittaa esimerkiksi paikallisten hankintojen etusijaa tai ohjelmia, jotka tukevat paikallisten yritysten kehittymistä ja integroimista globaaleihin arvoketjuihin.

Teknologian nopea kehitys tarjoaa valtavia mahdollisuuksia urheilutapahtumien tulevaisuudelle. E-urheilun nousu ja virtuaalisten kokemusten yleistyminen voivat muuttaa fanien osallistumistapoja ja vähentää perinteisten infrastruktuuri-investointien tarvetta. Tämä voi johtaa entistä kestävämpään ja saavutettavampaan malliin suurten urheilutapahtumien järjestämisessä, mahdollisesti jopa hajauttaen tapahtumien hyötyjä useammille alueille ja maille digitaalisten alustojen kautta.

Loppujen lopuksi voidaan todeta, että suurten urheilutapahtumien potentiaali kansainvälisen kaupan ja liiketoiminnan veturina on kiistaton.

Kuitenkin, jotta tämä potentiaali voidaan täysin hyödyntää ja riskit minimoida, edellytetään tulevilta järjestäjiltä entistä strategisempaa, vastuullisempaa ja innovatiivisempaa lähestymistapaa. Tämä tarkoittaa kestävän perinnön proaktiivista suunnittelua, tiukkaa hallintoa korrup-tion torjumiseksi, sosiaalisen ja ympäristövastuun painottamista sekä uuden teknologian hyödyntämistä tapahtumien luoman arvon maksimoimiseksi globaalilla tasolla.

LÄHTEET

Anttiroiko, A. (2014). From smart cities to city branding: How cities are becoming brands in the global economy. *Journal of Urban Technology*, 21(3), 25–48. Lainattu 10. helmikuuta 2025.

Baade, R. A., & Matheson, V. A. (2016). Mega-events: The effect of reduced bidding competition on estimated costs. *Journal of Sports Economics*, 17(8), 779–796. Lainattu 15. huhtikuuta 2025.

Bornstein, C. (2010). The social impact of mega-events: Displacement and gentrification. *City & Community*, 9(3), 263–277. Lainattu 12. tammikuuta 2025.

Boukas, N., Ziakas, V., & Boustras, G. (2013). Examining the social impacts of mega events. *Journal of Sport & Tourism*, 18(4), 265–282. Lainattu 2. maaliskuuta 2025.

Carlianne, J. (2016). The impact of major sports events on regional economies. *Journal of Regional Science*, 56(2), 295–315. Lainattu 8. huhtikuuta 2025.

Coates, D., & Humphreys, B. R. (2003). The economic impact of sports facilities: A comment on Santo and Kennedy. *Journal of Sport Management*, 17(4), 438-444. Lainattu 2. toukokuuta 2025.

Dunning, J. H., & Lundan, S. M. (2008). *Multinational enterprises and the global economy*. John Wiley & Sons. Lainattu 28. tammikuuta 2025.

Esports Charts. (2024). *Esports Industry Report*. Lainattu 22. toukokuuta 2025.

Financial Times. (2022). Qatar World Cup: The real cost and legacy. Lainattu 10. toukokuuta 2025.

FIFA. (N.d.). FIFA World Cup. <https://www.fifa.com/> Lainattu 18. toukokuuta 2025.

Flyvbjerg, B., & Stewart, A. (2012). Olympic proportions: Cost and cost overrun in Olympic Games. *Journal of the American Planning Association*, 78(1), 14-27. Lainattu 10. huhtikuuta 2025.

Gratton, C., & Johnes, M. (2001). *The economics of sport and recreation*. Psychology Press. Lainattu 25. huhtikuuta 2025.

Gratton, C., & Preuss, H. (2008). Mega-events: The legacy and the risks. *Leisure Studies*, 27(4), 387-390. Lainattu 22. huhtikuuta 2025.

Gratton, C., Shibli, S., & Coleman, R. (2005). The economic impact of major sports events: A review of the literature. *The Sport Management Association of Australia and New Zealand*, 5(2), 195-212. Lainattu 5. helmikuuta 2025.

Herstein, R., & Berger, R. (2013). Sports as a branding tool: The case of Israel. *Journal of Sport Management*, 27(1), 74-86. Lainattu 1. toukokuuta 2025.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. (2007). *Tutki ja kirjoita*. Tammi. Lainattu 20. toukokuuta 2025.

Ilmola, J. (2018). *Matkailun taloudelliset vaikutukset suurissa urheilutapahtumissa*. Lainattu 1. toukokuuta 2025

International Olympic Committee (IOC). (2024). Official Website. <https://www.olympics.com/en/> Lainattu 18. toukokuuta 2025.

Investopedia. (n.d.). Heckscher-Ohlin Model. <https://www.investopedia.com/terms/h/heckscherohlin-model.asp> Lainattu 20. toukokuuta 2025.

Jones, H. (2001). *The economic impact of sports facilities on local economies*. Routledge. Lainattu 17. tammikuuta 2025.

Kasimati, E. (2003). Economic aspects of hosting the Olympic Games. *Sport Marketing Quarterly*, 12(3), 185-195. Lainattu 12. toukokuuta 2025

Kasimati, E., & Dawson, P. (2009). The economic impact of the Olympic Games: A meta-analysis. *Journal of Sports Economics*, 10(5), 446–460. Lainattu 20. maaliskuuta 2025.

Koenigstorfer, J., Bocarro, J. N., Byers, T., Edwards, M. B., Jones, G. J., & Preuss, H. (2019). Mapping research on legacy of mega sporting events: Structural changes, consequences, and stakeholder evaluations in empirical studies. *Leisure Studies*, 38(6), 729-745. Lainattu 1. toukokuuta 2025.

Kotler, P., Haider, D. H., & Rein, I. (1993). *Marketing places: Attracting investment, industry, and tourism to cities, states, and nations*. Free Press. Lainattu 7. maaliskuuta 2025.

Krugman, P. R., Obstfeld, M., & Melitz, M. J. (2018). *International economics: Theory and policy* (11th ed.). Pearson Education Limited. Lainattu 10. tammikuuta 2025.

Li, M., Blake, A., & Thomas, S. (2012). The economic impact of the Beijing Olympic Games. *Journal of Travel Research*, 51(1), 93-107. Lainattu 19. tammikuuta 2025.

Maenning, W., & du Plessis, S. (2011). *The economics of the 2010 FIFA World Cup*. Edward Elgar Publishing. Lainattu 25. helmikuuta 2025.

Metaxas, T. (2010). The impact of the Olympic Games on the economy of the host country. *Sport Management International Journal*, 6(1), 11-21. Lainattu 22. tammikuuta 2025.

Müller, M. (2015). What makes an event mega? Definitions and typologies of mega events. *Leisure Studies*, 34(6), 633-645. Lainattu 15. helmikuuta 2025.

Newzoo. (2024). *Global Esports Market Report*. Lainattu 22. toukokuuta 2025.

Owen, J. (2005). The economic impact of major sporting events. *Sport Business Review*, 11(1), 10-18. Lainattu 3. helmikuuta 2025.

Preuss, H. (2015). *Mega-event cities: On sports, cities and globalisation*. Routledge. Lainattu 3. maaliskuuta 2025.

Preuss, H. (2019). The economic impact of mega sporting events. *Leisure Studies*, 38(6), 729-745. Lainattu 1. toukokuuta 2025.

Rahko, J. (2008). *Baltian maiden suhteellinen etu ja erikoistuminen ulkomaankaupassa*. (Pro Gradu -tutkielma). Jyväskylän yliopisto. <https://jyx.jyu.fi/handle/123456789/22806>. Lainattu 13. toukokuuta 2025.

Roche, M. (2000). Mega-events and modernity: Olympics and expos in the growth of global culture. Routledge. Lainattu 9. helmikuuta 2025.

Rose, A. K., & Spiegel, M. M. (2011). The Olympic effect. The Economic Journal, 121(555), 1133–1152. Lainattu 14. maaliskuuta 2025.

Siegfried, J. J., & Zimbalist, A. S. (2000). The economics of sports facilities and their communities. Journal of Economic Perspectives, 14(3), 95-114. Lainattu 18. tammikuuta 2025.

Stewart, A., & Rayner, J. (2016). The sustainable legacy of mega-events: Lessons from London 2012. Routledge. Lainattu 6. huhtikuuta 2025.

Tulli. (Päivitetty 2025). Väliaikainen vienti. <https://tulli.fi/yritykset/vienti/valiaikainen-vienti> Lainattu 20. huhtikuuta 2025.

