

Opinnäytetyö (AMK)

Liiketalous Tradenomi

2018

Markus Tölkö

# URHEILUKENTILLE SOPIVIEN JALKAPALLOMAALIEN MYYNTI KUNNILLE JA KAUPUNGEILLE

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Liiketalous | Yrittäjyys

Joulukuu 2018 | 36 sivua, 2 liitesivua

Markus Tölkö

# URHEILUKENTILLE SOPIVIEN JALKAPALLOMAALIEN MYYNTI KUNNILLE JA KAUPUNGEILLE

[Click here to enter text.](#)

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää mitä seikkoja tulee ottaa huomioon, kun myydään jalkapallomaaleja kunnille/kaupungeille. Opinnäytetyö tehtiin Pohjavirta Finland Oy:lle. Työn tavoitteena oli kerätä tietoa jalkapallomaalien uusista standardeista, maalien turvallisuudesta sekä asiakkaan ostokriteereistä.

Opinnäytetyön yhteydessä tehtiin markkinakartoitus jalkapallomaaleista. Kyselyllä haluttiin saada tietoa kuntien ja kaupunkien nykyisten maalien määrästä, kunnosta sekä mahdollisista ongelmista maaleissa ja hankintasopimuksista. Kysely kohdennettiin kuntien ja kaupunkien liikuntasivesteereille tai liikuntavälineistöstä päättävälle henkilölle. Kyselyyn vastasi 131 kuntaa/kaupunkia eli vastausprosentti oli 45%.

Kyselyn pohjalta saatiin käsitys jalkapallon suosiosta eri kunnissa ja kaupungeissa. Vastausten perusteella saatiin tietoa tällä hetkellä käytössä olevien jalkapallomaalien ongelmakohdista. Vastausten perusteella kuntien/kaupunkien koko vaikutti maalien määrään ja liikuntavälineisiin käytettyyn budjettiin. Vastauksissa nousivat esille jalkapallomaalien liikuteltavuus sekä maalien kestävyys

Johtopäätöksenä voidaan todeta, että jalkapallomaalien myynnissä tulee kiinnittää huomiota ennen kaikkea asiakkaan tarpeisiin. Hintakilpailussa standardit täyttävä jalkapallomaali häviää jalkapallomaalille, joka ei täytä standardeja. Halpakin maali muuttuu kalliiksi, kun maalia täytyy muokata standardin täyttäväksi. Tarjouskilpailutuksissa pitäisi kiinnittää huomiota maalien käytännöllisyyteen ja uuteen standardiin, jotta kentille saadaan käytännölliset ja turvalliset jalkapallomaalit. Opinnäytetyössä saatuja tuloksia voisi tulevaisuudessa hyödyntää myyntikampanjan suunnittelussa.

ASIASANAT:

Jalkapallomaali. Jalkapallomaalien myynti. Jalkapallomaalien standardi. Markkinakartoitus. Markkinakartoitus jalkapallomaaleista.

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Business | Entrepreneurship

December 2018 | number of pages 36, number of pages in appendices 2

Markus Tölkö

## SELLING FOOTBALL GOALS TO CITIES AND MUNICIPALITIES

The purpose of this thesis was clarify what you need to considered when selling football goals to cities and to municipalities. Another main point is to search information to the new football goal standards, safety of the goals and buying criteria. A Market research was made for cities and municipalities about football goals. Important information about the quantity of goals, condition of the goals and problems with the current goals. Also information about purchase agreement emerge from the answers.

While selling football goals you need to pay attention for the customer's needs. Standard filling football goals are more expensive than regular goals, and for that reason standard goals may lose bidding competitions. Bidding competition should pay more attention on the new standards of the football goals and also remember that the goals are practical for players and staff.

The method for this thesis was quantitate, due to the large group of cities and municipalities. The thesis was made for Pohjavirta Finland Oy, and the questionnaire was targeted for the chief of exercise service. Total of 131 cities and municipalities took part in the inquiry and the response rate was 45%. Durability and mobility of the goals stood out from the answers.

The main purpose for inquiry was to get comprehensive idea of how popular football is and how many goals they have. Also the condition of the goals was important knowledge. A few problems with the current goals came up, which is important knowledge for future sales campaigns. Difference with small and large cities was notable with the quantity of goals, as it was with the budget for buying exercise equipment.

Idea for future research is to use results from this this thesis for creating a sales campaign.

KEYWORDS:

Football goals. Selling football goals. Football goal standard. Market mapping.

# SISÄLTÖ

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>6</b>
<b>2 JALKAPALLON SUOSIO SUOMESSA</b>	<b>9</b>
<b>3 JALKAPALLOMAALIT</b>	<b>12</b>
3.1 Maalien turvallisuus	15
3.2 Standardit ja ohjeet	16
3.3 Maalien turvallisuutta parantavat ratkaisut	17
<b>4 JALKAPALLOMAALIEN MYYPÄÄTÖSTÄ TEHTÄESSÄ</b>	<b>21</b>
4.1 Asioita joihin jalkapallomaaleja myytäessä tulee kiinnittää huomiota	22
4.2 Ostokriteerit ostopäätöstä tehtäessä	25
4.3 Kunnan ostokriteerit	26
<b>5 SELVITYS JALKAPALLOMAALIEN MYYPÄÄTÖSTÄ KUNNILLE JA KAUPUNGEILLE</b>	<b>30</b>
5.1 Kyselyn suunnittelu ja toteutus	31
5.2 Kohderyhmä	31
5.3 Aineiston keruu	32
5.4 Tutkimuksen tulokset	32
<b>6 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET</b>	<b>38</b>
6.1 Päätelmät	39
6.2 Opinnäytetyön prosessi ja tavoitteet	40
6.3 Luotettavuus ja eettisyys	41
6.4 Jatkotutkimus ehdotukset	41
<b>LÄHTEET</b>	<b>43</b>

## LIITTEET

- Liite 1. Kyselytutkimuksen saatekirje.
- Liite 2. Markkinakartoitus kysely.

## KUVAT

Kuva 1 Etelä- ja Keski-Suomen pallokentät. Kuva <a href="http://lipas.cc.jyu.fi/lipas/">http://lipas.cc.jyu.fi/lipas/</a> verkkosivulta	11
Kuva 2 Taitettava jalkapallomaali pelikäytössä sekä taitettuna. (Kuva: Pohjavirta Finland Oy)	13
Kuva 3 Antivandaali jalkapallomaali. (Kuva Pohjavirta Finland Oy)	14
Kuva 4 Jalkapallomaalin vastapaino. (Kuva Pohjavirta Finland Oy)	19
Kuva 5 25% vastanneista ilmoitti jalkapallomaalien kanssa olevan ongelmia.	35
Kuva 6 Jalkapallomaalien markkinointikanavien suosio.	36

## TAULUKOT

Taulukko 1 Lisenssipelaajien määrät lajikohtaisesti Suomessa (Länsiväylä. 2016)	10
---	----

# 1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni käsittelee jalkapallomaalien myyntiä kunnille ja kaupungeille Suomessa, sekä tutkii, mitä tulee ottaa huomioon jalkapallomaaleja myytäessä markkinakartoituksen avulla. Jalkapallomaalien standardia tiukennettiin vuonna 2017 (Tukes), ja maalien kunto on ajoittain uutisissa. Lähtökohtana on, ettei jalkapallomaali saa kaatua pelikäytössä. Joka ikisessä kaupungissa löytyy huonokuntoisia maaleja, jotka ovat suoranainen turvallisuusriski. Tiukentuneen standardin johdosta maaleja aletaan uusida, jotta kentillä on mahdollisimman turvalliset maalit. Kyselytutkimuksen kautta saadaan kuva maalien nykyisestä kunnosta, sekä tulevaa myyntityötä tukevaa dataa siitä minkälaisia jalkapallomaaleja kentille halutaan. Tulevat myyntikampanjat on helpompi toteuttaa alueittain, kun tarjotaan maaleja, joille on kysyntää.

Opinnäytetyön toimeksianto tulee Pohjavirta Finland Oy:ltä. Aihe on ajankohtainen, sillä maalien standardeja tiukennettiin jonka johdosta kaupungit ryhtyvät uusimaan kenttien maaleja. Opinnäytetyön tarkoituksena on saada kuva maalien tämän hetkisestä kunnosta, sekä minkälaisia maaleja kaupungit haluavat kentilleen. Isommat kaupungit hankkivat keskuskentälleen viralliset turvamaalit, joissa on kiinteä 125kg vastapaino joka osaltaan estää maalin kaatumista. Pienemmissä kunnissa taas maalit eivät ole välttämättä niin kovalla käytöllä, että niihin halutaan sijoittaa suurta rahasummaa, vaan vanhoista maaleista muokataan turvallisemmat. Tarkoitus on saada kokonaisvaltainen kuva alueittain, minkälaisia maaleja kentille halutaan. Halutaanko kentille turvamaalit, antivandaalimaalit vaiko kenties Uefa-standardin omaavat maalit.

Opinnäytetyön tarve syntyi kevään 2018 myyntikampanjan aikana, kun kilpailu jalkapallomaalien myynnissä on kiristynyt, ja asiakkaiden ostokriteerit haluttiin selvittää. Omakohtaisten kokemusten pohjalta jalkapallomaalien helppo siirrettävyys on erittäin tärkeää. Seuraamalla jalkapallojoukkueen harjoituksia huomaa nopeasti maalien siirrettävyyden tuottavan päänsivua. Maalien renkaiden kanssa on kuitenkin ongelmana Palloliiton ohjeistus, jonka mukaan maalista pitää poistaa ylimääräiset renkaat joista pallo saattaa kimmota takaisin kentälle. Jalkapallo-ottelun tuomari tarkastaa maalit ennen ottelua, ja pyytää tarvittaessa tekemään viimeiset korjaukset maaleihin, jotta ottelu voidaan aloittaa. (Palloliitto 2017)

## **Työn tavoitteet**

Opinnäytetyön tavoitteena on saada kuva mitä tulee ottaa huomioon, kun myydään jalkapallomaaleja kunnille, ja tuloksia on tarkoitus käyttää kevään 2019 myyntikampanjassa. Kyselytutkimuksen vastauksista saadaan selkeä kuva ensinnäkin maalien nykykunnosta alueittain. Keskusteluiden, sekä omien myyntikontaktien perusteella alustavaa kuvaa maalien nykytilanteesta on jo pystytty rakentamaan. Vastauksien perusteella saadaan selkeä kuva maalien nykyisestä kunnosta. Kyselytutkimuksen tarkoituksena on myös selvittää, minkälaisille maaleille on kysyntää. Jalkapallomaalien konsepti on yksinkertainen, mutta maalimalleja on kuitenkin erittäin paljon. Alueilla joilla maalit kerätään pois kentiltä talveksi maalien säilytys aiheuttaa päänvaivaa. Näihin tapauksiin on tarjolla taitettavia jalkapallomaaleja. Maalin takarauta taittuu kaasujousella, jolloin 5x2m juniorimaali taipuu 25cm syvyytilaan. Normaalisti tämän kokoluokan maali vie 2m tilan syvyydessä.

Kyselytutkimuksen vastauksien perusteella pystytään tarjoamaan heti alueittain juuri heidän haluamiaan maaleja. Keväällä lumien sulaessa kentät avataan nopeasti ja jalkapallomaalien sesonki on lyhyt ja aggressiivinen. Valmiin materiaalipankin avulla lyhyessä sesongissa ollaan vahvoilla verrattuna aiempaan, kun kyetään heti tarjoamaan oikeita maaleja. Keväällä 2018 Pohjavirta Finland Oy hävisi tarjouskilpailuita tarjoamalla lyhyellä sesongilla vääriä maaleja kuntien tarpeisiin. Opinnäytetyön tavoite on tukea tulevia myyntikampanjoita.

## **Toimeksiantajan esittely**

Pohjavirta Finland Oy on vuonna 2011 perustettu turkulainen yritys, jonka päätoimialana on urheiluvälineiden maahantuonti ja myynti. Ensimmäiset keväällä 2011 myyntiin tulleet tuotteet olivat laadukkaita italialaisia jalkapallopelipöytiä, joita valikoimassa on edelleen. Toiminnan laajentuessa myös tuotevalikoima on kasvanut kattamaan satoja tuotteita, ja tällä hetkellä Pohjavirta Finland Oy on merkittävä toimija Suomen urheilu- ja liikuntavälinemarkkinoilla, asiakkainaan niin kuntia ja kaupunkia, yrityksiä, urheiluseuroja, kuin yksityishenkilöitäkin. Jalkapallomaalit ovat tällä hetkellä tuotevalikoiman suosituin tuoteryhmä.

Yrityksestä kerrotaan, että toiminnan keskeisiä arvoja ovat avoimuus, luotettavuus ja rohkeus. "Toimimalla reilusti, avoimen asiantuntevasti ja luotettavasti, olemme asiakkaillemme kumppaneita omalla erikoisosaamisemme alalla. Tätä aitoa kumppanuutta kuvastaa halu löytää paras kokonaisratkaisu asiakkaan tarpeisiin."

kertoo yrityksen toimitusjohtaja Petteri Savolainen.

Pohjavirta Finland Oy:n toiminnan tavoitteena on tarjota asiakkaalle laadukas tuote, joka kestää kovassakin käytössä. Arjessa tavoitteena on että jokainen asiakas on tyytyväinen.

Tulevaisuuden tavoitteena on tuoda markkinoille yhä uusia tuotteita, jopa innovaatioita, jotka saavat ihmiset liikkumaan ja pitämään hauskaa.

"Tulevaisuudessa tulemme olemaan alamme ykkösiä, myös laajentaen oman asiantuntijuutemme alaa. Meille jokainen työntekijä on tärkeä, tärkein voimavaramme. Kasvamme maltilla, ja toimintaa ohjaa ajatus kestävästä kasvusta ja kehityksestä."

Pohjavirta Finland Oy:n liikevaihto on vuonna 2018 n. miljoona euroa. Yrityksellä on tällä hetkellä omistajien lisäksi kaksi työntekijää myyntitehtävissä, ja yrityksen toimipisteet sijaitsevat Turussa ja Vantaalla.

Pohjavirta Finland Oy:llä on julkisen puolen liikuntavälineisiin keskittyvä sivusto Liikuntamestari.fi, sekä lisäksi pelipöytiä myyvä Pohjavirta.fi. Liikuntamestari.fi-sivustolla löytyy kovaa julkista käyttöä kestäviä liikuntavälineitä jalkapallomaaleista salibandykaukaloihin, sekä voimisteluvälineisiin.

Pohjavirta Finland Oy:llä on lisäksi verkkokaupat Huippupelaaja.fi, Tasapeli.fi sekä Pires.fi. Nämä myyvät tuotteita yksityishenkilöille, aktiiviseen arkeen ja harrastamiseen.

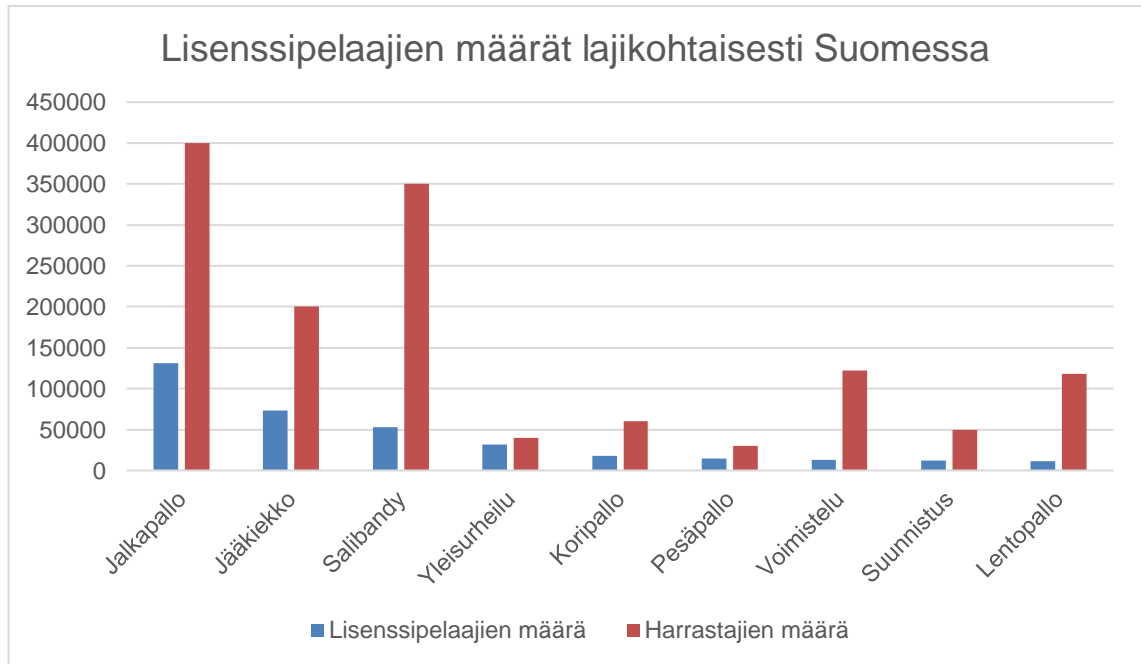
(Toimitusjohtaja Petteri Savolaisen haastattelu. 2018)



## 2 JALKAPALLON SUOSIO SUOMESSA

Jalkapallo on yksi maailman suosituimmista urheilulajeista, ja sitä pelataan ympäri maailmaa. Kansainvälisen jalkapalloliiton Fifan mukaan maailmassa on vuonna 2007 ollut 270 miljoonaa rekisteröitynyttä pelaajaa. Arvioiden mukaan jalkapalloa seuraa tai harrastaa jopa 3,5miljardia ihmistä. Suomessakin jalkapallo on kasvattanut suosiotaan, ja Suomessa on jo noin 950 rekisteröitynyttä seuraa. Pelipassin omaavia on jo noin 140 000 (Suomi Futis 2016). Jalkapallon suosio jatkaa kasvuaan niin Suomessa kuin maailmanlaajuisestikin. Jalkapallon kansainvälisenliiton FIFA:n ”Big Count 2006” kertoo lajin harrastemäärän kasvaneen kuluvalle vuosikymmenellä lähes kymmenellä prosentilla (Suomen Palloliitto 2007). Jalkapalloa harrastaa maailman laajuisesti 270 miljoonaa ihmistä, mikä on noin 4% koko maailman väkiluvusta. Naisia lajin harrastajista on noin 10% eli 26miljoonaa. Tämän lisäksi on noin 5miljoonaa erotuomaria, valmentajaa ja toimihenkilöä. Euroopassa jalkapallon harrastajia on noin 7% koko väkiluvusta eli 62miljoonaa.

Suomen Palloliiton Kilpa ja Huippu-urheilun tutkimuskeskuksella teettämän lisenssiselvityksen mukaan lajin harrastuneisuus on kasvanut 2000-luvulla 27% yltäen edellisellä lisenssikaudella lukemaan 112 463. Kansallisen liikuntatutkimuksen (2005-2006) mukaan jalkapalloa pelaa viikoittain 390 000 suomalaista, minkä lisäksi lajilla on vapaaehtoistoimijoita yli 90 000. Seuraavassa taulukossa näkyy lisenssipelaajien määrät lajikohtaisesti Suomessa. Taulukosta näkyy jalkapallon erittäin suuri suosio harrastajien keskuudessa.



Taulukko 1 Lisenssipelaajien määrät lajikohtaisesti Suomessa (Länsiväylä. 2016)

Neljän viime vuoden aikana kasvu on ollut 20%. Tähän vaikuttaa mm. olosuhteiden parantuminen lajin harrastamiseen ympärivuotisesti, sillä jalkapallohalleja ja tekonurmikenttiä rakennetaan koko ajan lisää (Savon Sanomat 2016). Lisääntynyt harrastajamäärä luo kuitenkin paineita välineistön suuntaan. Jalkapallomaalit ovat suurimmat jalkapalloon tarvittavat välineet. Esimerkiksi jääkiekkoon verrattuna jalkapallossa ei ole kaukaloa. Jalkapallossa pelataan avoimella kentällä, ja kentän päädyissä on maalit. Maalien turvallisuus nousee säännöllisesti pinnalle uutisotsikoihin. Vuonna 2009 uutisoitiin laajasti Lohjalla tapahtuneesta tapaturmasta, jossa jalkapallomaali kaatui 8-vuotiaan tytön päälle (Yle 2009).

Suomessa on erittäin paljon pallokenttiä, joilla pystytään pelaamaan jalkapalloa, ja joilta usein löytyy jalkapallomaalit. Seuraavassa kuvassa näkyy Etelä- ja Keski-Suomen pallokentät. Pallokentät eivät ole välttämättä vain nurmikenttiä, vaan kuvassa näkyy kaikki Lipas-palveluun kirjatut pallokentät. Näitä ovat mm. Hiekkakentät joita löytyy mm. Turusta erittäin paljon.



### 3 JALKAPALLOMAALIT

Virallisia jalkapallo-otteluita pelataan aikuisten peleissä 7,32x2,44m kokosiin jalkapallomaaleihin, ja Suomessa junioreiden peleissä 5x2m kokosiin jalkapallomaaleihin. UEFA ohjeistaa tarkat mitat virallisten otteluiden jalkapallomaaleille. Virallisissa otteluissa jalkapallomaalissa ei saa olla kiinteää takarautaa josta pallo saattaa kimmota takaisin peliin. Maaliverkko tulee pingottaa maalin taakse asennettaviin tolppiin. Jalkapallomaaleja on kuitenkin useita eri kokoja näiden lisäksi. Harjoituskäyttöön ja pienpeleihin on suunniteltu pienempiä maaleja, joiden avulla harjoittelua voidaan kehittää. Kuntien kentilläkin pienemmät maalit ovat alkaneet yleistymään, kun harjoittelua on haluttu kehittää. Kentille on virallisten kokoisten 7,32x2,44m sekä 5x2m maalien lisäksi alkanut lisääntyä käsipallosta ja futsalista tutun kokoisia 3x2m jalkapallomaaleja. 3x2m koon jalkapallomaalit tulevat tarpeeseen varsinkin pienempien pelaajien kohdalla. Virallinen lasten pelimaali edelleen puuttuu, ja lasten pelit pelataan 5x2m kokoiseen jalkapallomaaliin. Pienille lapsille 5m leveä ja 2m korkea jalkapallomaali on kuitenkin tarpeettoman iso, ja lasten pelejä katsoessa saattaa tulla tilanteita että vastustajan pelaajat osaavat potkaista tarpeeksi korkealle jolloin maalivahti ei yksinkertaisesti yletä torjumaan korkeita laukauksia.

Virallisten pelimaalien sekä 3x2m kokoisten jalkapallomaalien lisäksi kentillä on paljon vielä pienempiä harjoitusmaaleja. Pienemmät maalit ovat erittäin suosittuja pienpelimaaleja, ja varsinkin harjoituksissa niitä käytetään erittäin paljon. Pienten maalien etu on lisäksi, että ne eivät vie paljoa säilytystilaa. Maalit saadaan sivuun pieneen tilaan, ja ne on helppo kantaa takaisin kentälle kun niitä taas tarvitaan. Esimerkiksi 1,2x0,8m kokoisia maaleja löytyy mm. Turusta jo usealta kentältä. Pienempien maalien avulla pystytään kehittämään pallonkäsittelyä pienessä tilassa, kun kaukolaukauksilla on erittäin vaikea saada maalia pieneen maaliin.

Jalkapallohalleissa ongelmana usein ongelmia tuottaa maalien säilyttäminen. Maalit vievät ison tilan kentän päädyissä, ja maalit saattavat jäädä vaarallisesti kentän rajojen läheisyyteen joka voi johtaa pelaajien loukkaantumiseen pelitilanteessa. Jalkapallohallien tilaongelmia varten markkinoille on tullut taitettavia jalkapallomaaleja. Taitettava jalkapallomaali on pelitilanteessa yhtä jämäkkä kuin kiinteä jalkapallomaali, mutta taitettuna maali mahtuu 25cm syvyystilaan. Normaalisti jalkapallomaali on 2m syvä, joten taitettava maali on huomattavasti helpompi säilöä. Kaasujousilla varustetut

jalkapallomaalit ovat vielä toistaiseksi Suomessa vielä harvinaisia, mutta esimerkiksi Saksassa niitä löytyy jo julkisilta kentiltä. Seuraavassa kuvassa näkyy taitettava jalkapallomaali pelikäytössä ja taitettuna. Taitettava jalkapallomaali voidaan siirtää talveksi esimerkiksi liikuntahalliin futsal-maaliksi.



Kuva 2 Taitettava jalkapallomaali pelikäytössä sekä taitettuna. (Kuva: Pohjavirta Finland Oy)

Julkisten vapaasti käytössä olevien jalkapallokenttien suurimpia ongelmia on väärinkäyttö ja ilkivalta. Uudet maalit kaadetaan tai verkot rikotaan hyvin pian ilkivallan takia. Normaalit jalkapallomaalit eivät kestä ilkivaltaa ja ne hajoavat helposti, jos ne halutaan hajottaa. Kentille joilla ilmenee paljon ilkivaltaa, on tarjolla antivandaalimaaleja. Antivandaalimaali on hitsattu yhtenäiseksi, eikä siinä ole perinteisestä jalkapallomaalista tuttua maaliverkkoa. Maaliverkon sijaan jalkapallomaalissa on hitsatut raudat maaliverkkona. Antivandaalimaali on mahdollista ankkuroida maahan, jolloin maalia ei voida kaataa tai siirtää. Seuraavassa kuvassa esimerkki antivandaali jalkapallomaalista. Kuten kuvasta huomataan, antivandaali jalkapallomaali on erittäin jäykkää tekoa, eikä siinä ole esimerkiksi perinteistä maaliverkkoa joka voitaisiin hajottaa.



Kuva 3 Antivandaali jalkapallomaali. (Kuva Pohjavirta Finland Oy)

Jalkapallomaaleja lisäksi kehitetään erikokoisia maaleja, jotka eivät ole virallisen pelimaalien kokoisia. Pienien 1,2x0,8m maalien lisäksi markkinoilta löytyy esimerkiksi jalkapallomaali, joka on kolme metriä leveä, mutta vain metrin korkuinen. Erikokoisten maalien avulla harjoituksissa pystytään keskittymään kehittämään pelaajien pienpelitaitoja, eikä aina niinkään laukaisua. Ulkomailla hyödynnetään harjoituksissa jo paljon eri kokoisia maaleja, jotka luovat oman lisäelementin harjoituksiin. 3x1m

jalkapallomaalit ovat suosittuja harjoitusmaaleja Keski-Euroopassa, jossa jalkapallon tasokin on erittäin korkealla.

Maalien kokoja voidaan muokata loputtomasti. Nuorempien lasten pelejä seurattaessa edelleen ongelmaksi muodostuu 5x2m kokoisen jalkapallomaalin koko. Vaikka maalit olisivat pienemmät (3x2m), on silti 2m korkealla oleva ylärima aivan liian korkealla esimerkiksi 5-vuotiaalle maalivahdille.

### 3.1 Maalien turvallisuus

Kuluttajien käytössä olevat yleiset pallopelialueet, luistelukentät ja niillä käytettävät pelimaalit ovat kuluttajaturvallisuuslain (920/2011, jäljempänä KuTuL) tarkoittamia kuluttajapalveluita ja kulutustavaroita. Kuluttajapalveluiden ja kulutustavaroiden tulee täyttää KuTuL:n vaatimukset. Tukes ohjeistaa maalien turvallisuudesta seuraavasti:

- Vastuu turvallisuudesta on toiminnanharjoittajalla. KuTuL:n 5 §:ssä säädetty huolellisuusvelvollisuus koskee kaikkia toiminnanharjoittajia. Toiminnanharjoittajan on tunnettava palvelunsa ja tuotteensa sekä hänellä tulee olla riittävä koulutus, kokemus ja osaaminen palvelun järjestämiseksi turvallisesti.
- Kuluttajapalvelu tai kulutustavara ei saa olla KuTuL:n 10 §:ssä tarkoitetulla tavalla vaarallinen kenenkään terveydelle tai omaisuudelle. Toiminnanharjoittajan on mm. varauduttava riskeihin toimintansa luonteen ja laajuuden edellyttävällä tavalla, kuten huolehtimalla maalien turvallisesta säilyttämisestä eri vuodenaikoina.
- Toiminnanharjoittajien on annettava selkeällä ja ymmärrettävällä tavalla kaikki tarvittavat tiedot, jotta käyttäjät pystyvät arvioimaan kuluttajapalveluihin liittyvät vaarat (KuTuL:n 9 §). Valtioneuvoston asetuksella (613/2004, jäljempänä tietojenantoasetus) on yksilöity tarkemmin vaatimukset kulutustavaroista ja kuluttajapalveluista annettaville tiedoille. Yleisillä pallopelialueilla on esimerkiksi suositeltavaa olla infotaulu, jossa on mm. Ylläpitäjän yhteystiedot, joihin on mahdollista ilmoittaa mm. Ilkivallasta taikka muutoin hajonneista rakenteista.
- Toiminnanharjoittajia koskee KuTuL:n 8 §:ssä säädetty ilmoitusvelvollisuus, jos palvelusta havaitaan aiheutuvan vaaraa. Jos toiminnanharjoittaja saa tietoonsa, että kuluttajapalvelu tai kulutustavara aiheuttaa vaaraa jonkun terveydelle tai omaisuudelle (esim. On tapahtunut onnettomuus, vakava vaaratilanne tai läheltä piti –tilanne koskien maalien kaatumista), hänen on ilmoitettava tästä välittömästi

valvontaviranomaiselle (Tukesille). Toiminnanharjoittajan on samalla ilmoitettava, mihin toimenpiteisiin hän on jo ryhtynyt vaaran takia ja tehtävä yhteistyötä viranomaisen kanssa.

- Toiminnanharjoittajan, joka tarjoaa palveluita joihin voi liittyä merkittäviä riskejä, on laadittava turvallisuusasiakirja, joka sisältää suunnitelman vaarojen tunnistamiseksi ja riskien hallitsemiseksi sekä niistä tiedottamiseksi palvelun tarjoamisessa mukana oleville. Kuluttajaturvallisuuslain 7 §:ssä ei erikseen mainita yleisiä pallopelialueita. Turvallisuusasiakirjan laatiminen koskien yleisiä pallopelialueita on kuitenkin suositeltavaa. Turvallisuusasiakirjan sisällöstä on annettu asetus 1110/2011.

Toiminnanharjoittajien tulee olla selvillä myös muusta soveltuvasta sääntelystä, sillä KuTuL:a sovelletaan kaikkiin kuluttajapalveluihin ja kulutustavaroihin, ellei niiden turvallisuudesta ole säädetty erityissäädöksin, joissa edellytetään vähintään samaa turvallisuustasoa kuin KuTuL:ssa.

(Tukes 2011)

### 3.2 Standardit ja ohjeet

Tukesin sivuilta löytyy selkeät ohjeet jalkapallomaalien standardeista ja ohjeita maalien turvallisuuden parantamiseksi. Standardisoinnilla lisätään tuotteiden ja palveluiden yhteensopivuutta ja turvallisuutta. Standardeissa esitetään erilaisia tapoja, joilla voidaan saavuttaa lainsäädännön asettamat vaatimukset. Standardit on luotu helpottamaan kuluttajien, elinkeinoelämän toimijoiden ja viranomaisten työtä arvioitaessa tuotteiden ja palveluiden vaatimustenmukaisuutta ja turvallisuutta. Standardien lisäksi riittävä turvallisuustaso voidaan saavuttaa myös muilla ratkaisuilla kuin standardissa kuvatulla, jos ne ajavat saman asian. Standardit eivät itsessään ole velvottavia.

Standardien asema kuluttajapalveluiden vaatimustenmukaisuutta erityisesti turvallisuutta arvioitaessa on määritelty KuTuL:n 11 §:ssä. Lain mukaan kulutustavaraa tai kuluttajapalvelua pidetään turvallisena siltä osin kuin se on sellaisten yhdenmukaistettujen standardien mukainen, joita koskeva viittaus on julkaistu Euroopan unionin virallisessa lehdessä. Niitä voidaan silti lain mukaan käyttää apuna vaarallisuutta arvioitaessa. Vaikka kulutustavara tai kuluttajapalvelu on jonkin standardin mukainen,



valvontaviranomainen voi puuttua asiaan, jos palvelu tai tuote osoittautuu terveydelle tai omaisuudelle vaaralliseksi.

Maalien, pallopelialueiden ja –areenoiden turvallisuutta koskien on olemassa turvallisuuskysymyksiä käsitteleviä standardeja sekä lajiliittojen ja viranomaisten ohjeistusta. Tällä hetkellä jalkapallomaaleja koskee standardi SFS-EN 748+AC. Standardia sovelletaan kahden kokoiisiin ja rakenteeltaan neljän tyyppiisiin maaleihin. Lisäksi kevyitä maaleja (alle 10kg) koskee standardi SFS-EN 16664. Tämän lisäksi valmisteilla on pelimaaleja koskeva standardi prEN 16579, joka pitää sisällään useita erilaisia pelailuun tarkoitettuja maalityyppejä. Pallopelialueiden turvallisuusvaatimuksia on esitelty standardissa SFS-EN 15312 + A1 Julkisten liikuntapaikkojen liikuntavälineet. Yleiset vaatimukset, turvallisuusvaatimukset ja testausmenetelmät. Kaikkia tuotteita koskien ei ole soveltuvia standardeja. Edellä mainittujen standardien viitetietoja ei ole toistaiseksi julkaistu Euroopan unionin virallisessa lehdessä.

Valveutuneet valmistajat seuraavat omien toimialojensa standardien kehitystä. Vaikka valmisteilla olevaa standardia ei olisi vielä julkaistu on ennakkoon hyvä selvittää, kuinka tulevan standardin vaatimukset on huomioitu, silloin kun maalit kuuluvat kyseisen standardin soveltamisalalle.

Valvontaviranomaiset ja lajiliitot voivat antaa myös turvallisuuteen liittyviä ohjeistuksia, suosituksia ja käytännesääntöjä. Kuluttajapalvelun vaarallisuutta arvioitaessa voidaan huomioida ja kiinnittää näihin valvontaviranomaisen ohjeisiin ja suosituksiin sekä lajiliittojen käytännesääntöihin (KuTuL 11§).

(Tukes 2011)

### 3.3 Maalien turvallisuutta parantavat ratkaisut

Yleisillä pelialueilla on käytössä monenlaisia jalkapallomaaleja niin korkeudeltaan, painoltaan kuin painotuksiltaan. Toimivien rakenteellisten ratkaisujen ja maalien turvallisuuspuutteiden tunnistaminen on tärkeää, sillä maalien kaatumiset voivat aiheuttaa vakavia vaaratilanteita. Tuntemalla maalien kriittiset ominaisuudet ja rakenteelliset puutteet on mahdollista riskiperusteisessa kiireellisyysjärjestyksessä joko

uusien vaarallisimmat maalit taikka tehdä tarvittavat korjaavat toimenpiteet turvallisuuden parantamiseksi. Maalit jotka aiheuttavat vakavaa vaaraa käyttäjille, tulee ottaa välittömästi pois käytöstä siksi aikaa, että niiden turvallisuudesta on varmistuttu.

Standardien, esiselvityksen, asiantuntijoiden näkemysten sekä nykyisen tietämyksen perusteella yleisimpiä, helposti kaatuvia maaleja ovat esimerkiksi voimakkaasti etu- ja yläpainoiset, usein ei-tehdasvalmisteiset vaan itse tehdyt vanhat jalkapallomaalit. Niiden tolpat on voitu valmistaa painavasta rauta-/teräsputkesta ja usein taka-/alaosan rakenteet ovat etuosan rakenteita kevyemmät. Käytössä on myös maaleja, joissa runkoputki menee toisen sisään ja putkia pitää kiinni toisissaan vain yksi tai kaksi puristavaa pulttia ilman kulmatukea. Tällainen ratkaisu voi johtaa ennen pitkää orren putoamiseen joko toisesta tai molemmista päistään pelaajien päälle. Runkovikoja voi ilmetä myös takarautaan kiinnittyvän pystyputken irtoamisesta tai repeämisestä sekä alumiinirungon uraan kiinnitettävän pultin löystymisestä tai kiinnityskohdan liukumisesta pois paikaltaan. Tällöin se ei enää pidä ortta paikallaan. Maalien runkopulteissa ei tulisi olla pitkiä jääneitä ja suojaamattomia päitä taikka muutoin sellaisia rakoja, aukkoja tai koloja jotka voivat aiheuttaa loukkaantumisia. (Tukes 2011)

Eurooppalainen standardi asettaa tarkat ohjeet jalkapallomaalien turvallisuudelle. Tukes tekee opastusvideoita, joiden avulla jalkapallomaalien turvallisuus pystytään varmistamaan. Esimerkiksi aikuisten jalkapallomaali ei saa kaatua tai luistaa, kun ylärimaan kiinnitetystä köydestä vedetään 110kg voimalla. Valitettavasti kentiltä löytyy edelleen jalkapallomaaleja, jotka eivät täytä standardeja. Vuonna 2009 Lohjalla tapahtui onnettomuus, jossa jalkapallomaali kaatui 8-vuotiaan tytön päälle ja tyttö menehtyi saamiinsa vammoihin. Palloliitto linjaa turvallisuuteen, että kaikki maalit, myös siirrettävät maalit on kiinnitettävä pitävästi maahan. Maalin runkopulttien tulee olla viimeistellyt, ettei pulttien päät ulkone maalista terävinä. Viimeistelemättömät runkopulttien päät voivat aiheuttaa naarmuja sekä haavoja. Maalien vandalisointi on myös helpompaa, mikäli runkopulttien päitä ei ole viimeistely.

Jalkapallomaalien kaatumista pystytään estämään myös kiinnittämällä vastapainoja jalkapallomaalin takarautaan. Vastapainoja on useita erilaisia. Maalin takarauta on mahdollista vaihtaa suoraan paksumpaan ja painavampaan, jolloin vastapaino on kiinteänä osana maalia. Maaliin on mahdollista myös kiinnittää vastapainot irrallisena, kuten alla olevassa kuvassa. Vastapainoja on markkinoilla myös takaraudan päälle kiinnitettäviä suorakaiteen muotoisia vastapainoja. Alumiinista valmistettu vastapaino

täytetään hiekalla, jolloin sen siirtäminen on helppoa yksinkertaisesti tyhjentämällä vastapaino, kun sitä ei enää tarvita.

Vastapaino voidaan lisätä myös lisäämällä maalin takaraudan taakse ylimääräinen painava putki. Maalia on näin ollen helppo vetää eteenpäin kallistamalla maalia eteenpäin. Tämä vähentää maalin kaatumisriskiä. Kuvassa oikealla olevan maalin alarautaan on porattu kaksi reikää, ja alarautaa on täytetty noin 40kg hiekkaa. Maali on kuitenkin edelleen painoltaan sopivissa rajoissa, että aikuinen saa nostettua maalin pyöriin. Vastapainojen avulla jalkapallomaaleista saadaan helposti turvalliset. Kaikkien Suomen kuntien jalkapallomaalien uusiminen standardit täyttäväksi on kallis operaatio, eikä siihen ole tarvittavia resursseja. Vastapainojen avulla maaleista saadaan turvalliset, jolloin muuten vielä ehjät jalkapallomaalit voidaan pitää käytössä ilman suurta turvallisuusriskiä. Seuraavissa kuvissa esimerkkejä jalkapallomaalien vastapainoista. Erilaisia vastapainoja on erittäin paljon, mutta peruseriaate on kaikissa sama.



Kuva 4 Jalkapallomaalin vastapaino. (Kuva Pohjavirta Finland Oy)

Jalkapallomaalit on mahdollista myös ankkuroida, ja täten vähentämään maalien kaatumisriskiä. Ankkurointi pystytään tekemään monella eri tavalla. Esimerkiksi tapauksissa jossa maalien takana on kiinteä aita, voidaan maalit ankkuroida aitaan ketjulla tai lukolla. Nurmikentillä maalit on mahdollista ankkuroida korkkiruuvin kaltaisilla maa-ankkureilla, jotka kiinnittävät maalin takaraudan jäämäkästi paikoilleen. Ankkurointi

voidaan tehdä myös kuvan osoittamalla erittäin jäməkällä kiinnityksellä aitaan. Maaleja on mahdoton liikuttaa tässä tapauksessa ilman työkaluja, joten pallopelialueilla joissa maaleja siirretään paljon ankkurointi ei ole toimivin ratkaisu.

Yleisten pallopelialueiden turvallisuudessa korostuvat ylläpidon riittävyys ja käytön turvallisuudesta varmistuminen. Turvallisuutta voi lisätä yksinkertaisilla toimilla. Esimerkiksi jalkapallomaalien kaatuminen, luvaton käyttö ja asiaton liikuttelu voidaan estää sijoittamalla maalit vastakkain ja lukitsemalla ne kiinni toisiinsa. Maaleja ei tulisi sijoittaa lainkaan kalteville pinnoille, koska tällöin ne kaatuvat helpommin aiheuttaen mahdollisia vaaratilanteita. Maalien pidempiaikaiseen säilytykseen, kuten talvisäilytykseen tulee miettiä turvalliset toimintatavat. Säilyttämisessä on tärkeää huomioida, ettei maaleja liikuteta tai käytetä luvatta. Maalin tulee säilöä niin, etteivät ne kaadu helposti, vaikka lapset/nuoret pääsevät kiipeilemään niihin. Maalit ovat houkuttelevia ja vaarallisia kiipeilytelineitä. Vastaavasti on tarpeen varautua kesken pelikauden tai muutenkin tilanteisiin, jossa pelikenttää käytetään ihan toisen tyyppiseen toimintaan. Esimerkiksi jalkapallokenttää käytetään pesäpallokenttänä tai näyttelyalueena. Maalien lyhytaikaisessa säilytyksessä maalit tulee sijoittaa siten, etteivät ne aiheuta vaaraa.

Maaleja, kenttiä, käyttötilanteita ja käyttäjiä on erilaisia. Valittavat säilyttämisratkaisut voivat vaihdella tilanteen mukaan. Maalien paikalleen jättämisen tai pois siirtämisen turvallisuusnäkökohdat tulee huomioida sekä normaalisti kenttää käyttävien, että normaalista poikkeavasta käyttötilanteesta tulevien kannalta. Esimerkiksi raskaiden maalien siirtämisessä pois paikaltaan on huomioitava mm. itse säilytysalueen turvallisuus (mm. Maanpinnan muodot) sekä sen mahdollisuus, että käyttäjät itse yrittävät siirtää maalit takaisin paikalleen. Käyttäjät saattavat lisäksi siirtää maalin johonkin turvallisuuden kannalta huonoon paikkaan tai ottaa maalin käyttöön ilman siihen kuuluvia vastapainoja tai muita tärkeitä turvallisuustoimia.

(Tukes 2011)

## 4 JALKAPALLOMAALIEN MYYMINEN URHEILUKENTTIEN YLLÄPITÄJILLE

Jalkapallomaaleille on asetettu vaatimukset eurooppalaisessa standardissa. Se määrittelee mittojen lisäksi maalin rakenteelle ja vakaudelle. Standardi kertoo myös, kuinka vakaus testataan. Maali ei saa kaatua standardin mukaisessa testissä. Standardilla on haluttu lisätä yleisillä pelikentillä olevien maalien turvallisuutta. Standardi on ollut voimassa EU- ja Efta-maissa vuodesta 1996. Virallinen aikuisten otteluissa käytettävä jalkapallomaali on 7,32m leveä ja 2,44m korkea. Suomessa juniori koon jalkapallomaali on 5m leveä ja 2m korkea. Maalien kaatumisten estämiseksi on kehitetty erilaisia ratkaisuja takaamaan maalin turvallisuus. Standardissa on vaatimukset neljälle erityyppiselle maalille. Maalin vakaus voidaan taata kiinteällä vastapainolla tai kiinnittämällä maali alustaa maa-ankkureilla. Palloliitto muistuttaa säännöllisesti kuntia jalkapallomaalien eurooppalaisista standardista. Itse tehdyt jalkapallomaalit eivät ole missään olosuhteissa suositeltavia. Standardin mukainen jalkapallomaali ei kaadu helpolla, mutta silti maaleissa ei ole syytä roikkua tai kiipeillä. Liikuteltavista jalkapallomaaleista, joissa maalissa on mukana siirtämistä helpottavat renkaat, ei ole vielä laadittu eurooppalaisia standardeja. Aiheesta on ajateltu laadittavaksi kaksi standardia, ja ne koskisivat kaikkia maaleja. Niistä toinen käsittelee turvallisuusvaatimuksia ja toinen käyttöönottoa, huoltoa, tarkastusta ja säilytystä. Maaleille määriteltäisiin kolme erilaista rakennetta: käytön ajaksi kiinnitettävä maali, liikuteltava vastapainolla varustettumaali ja vapaasti seisova maali. (SFS 2009)

Maalien materiaali on muuttunut teräksestä alumiiniin alumiinin erinomaisen kestävyuden ansiosta. Kuitenkin edelleen sivukentiltä (ei virallinen pelikenttä) voi löytyä vanhat vesiputkesta tehdyt jalkapallomaalit, joiden siirtämiseen tarvitaan traktori. Nämä vanhat vesiputkesta tehdyt maalit ovat erinomainen esimerkki maaleista jotka eivät kaadu pelikäytössä. Maalien käytännöllisyys kuitenkin kärsii harjoitus- ja pelikäytössä, kun maaleja siirretään syrjään, kun juniorit tulevat pelaamaan. Uusia kenttiä rakennettaessa kentille usein pyritään saamaan alumiiniset maalit niiden kestävyuden, ja ennen kaikkea keveyden ansiosta. Teräksiseen jalkapallomaaliin verrattuna alumiininen jalkapallomaali on erittäin kevyt.

Uusien jalkapallomaalien ongelmana harvemmin pelikäytössä on kaatuminen. Monissa uusissa jalkapallomaaleissa maalin alasyvyys on 2m. Tämä tuo maalille vastapainoa, ja pitää painopisteen vakaammin paikoillaan. Maaleissa joissa alasyvyys on esimerkiksi vain 50cm pienikin kallistus riittää kaatamaan maalin. Lasten pelejä seurattaessa ongelmaksi muodostuu pelin ulkopuolinen toiminta. Lapset leikkivät maalien läheisyydessä, ja kiipeilevät maaleissa. Tämä lisää huomattavasti maalin kaatumisriskiä, ja tähän on pyritty löytämään ratkaisu maaleja valmistettaessa julkisille valvomattomille kentille.

#### 4.1 Asioita joihin jalkapallomaaleja myydessä tulee kiinnittää huomiota

Myymisen peruslähtökohdat on mahdollista kiteyttää seuraavasti: ”Myminen on vuorovaikutuksen taidetta vaikutuksen aikaansaamiseksi”. Myymisessä pyritään vaikutukseen, jonka pitää olla kummallekin osapuolelle arvoa tuottava lopputulos. Tulokseen päästään vuorovaikutuksen avulla, jolla perinteisesti on tarkoitettu myyjän ja asiakkaan välistä henkilökohtaista kontaktia. Silloin, kun prosessissa syntyy myös vaihdantaa, on määritelmä mahdollista kiteyttää seuraavasti: myyntityö on toimintaa, jossa itseään tai organisaatiotaan edustavien yksilöiden välisen henkilökohtaisen vuorovaikutuksen kautta syntyy osapuolille arvoa, joka johtaa asiakkaan haasteen ratkaisuun ja tätä kautta synnyttää taloudellista vaihdantaa. (Hänti ym. 2016)

Jalkapallomaaleja myydessä tulee kiinnittää huomiota ennen kaikkea asiakkaan tarpeisiin. Suomessa on toistaiseksi vielä vähän kenttiä, joilla on esimerkiksi Stadion tason jalkapallomaalit. Stadion jalkapallomaalit eroavat perinteisistä jalkapallomaaleista siinä, ettei maalissa ole kiinteitä takarautoja. Maaleissa on maahan upotettava etukehikko, sekä matala enintään 2cm korkea metallinen maatuki johon maalin verkko kiinnitetään. Maalin takana on puomi, johon verkko pingotetaan. UEFA vaatii, että viralliset jalkapallo-ottelut (arvoturnaukset yms) pelataan Stadion maaleihin (IFAB 2018). Pelikenttien kartoitus on tärkeä osa maaleja myydessä.

Tekonurmi kenttien määrän lisääntyessä kentille usein siirretään vanhat jalkapallomaalit. Vanhemmat esimerkiksi teräksiset jalkapallomaalit ovat yleensä erittäin kestävä mutta maalien ongelmana onkin niiden raskas ja vaikea liikuteltavuus. Tekonurmikentällä voi olla ruuhkaa arki-iltaisinkin. Esimerkiksi Turussa Kupittaaan jalkapallokentät on erittäin kovassa käytössä syksyllä ja keväällä, kun nurmikentät eivät ole käytössä. Aikuisten harjoitusten jälkeen voi olla nuorempien junioreiden harjoitukset, jolloin maaleja pitää

siirtää ja liikutella. Painavat maalit vaativat siirtämistä varten ison joukon, ja maaleja pyritään siirtämään keinolla millä hyvänsä. Vanhempien maalien alarautoja ei ole muotoiltu säästämään alustaa, jonka takia esimerkiksi maalin työntäminen kentällä rasittaa kenttää ja saattaa pahimmassa tapauksessa jopa vahingoittaa kentän pintaa. Kentän käyttöikä lyhenee, ja nurmimatto joudutaan vaihtamaan ennenaikaisesti.

Jalkapallomaalien myynnissä tulee kiinnittää huomiota ominaisuuksiin, jotka erottavat maalit kilpailijoiden tuotteista. Mallin ei tarvitse olla halvempi kuin kilpailijoiden tuotteet, jos tuotteen hyötynä on helppokäyttöisyys tai tuotteen laatu takaa pidemmän käyttöiän. Jalkapallomaalien ongelmana on usein liikuteltavuus, varsinkin jos kentällä yrittää yksin siirtää isoja jalkapallomaaleja. Jalkapallomaaleihin on kehitetty paljon erilaisia rengasratkaisuja, joiden avulla maalit pystytään siirtämään vaivattomasti yksin. Lisäksi maaleihin on saatavilla tiheäsilmäinen maaliverkko, johon lapset eivät pääse kiipeämään. Normaali jalkapallomaalin maaliverkko on 10cm kokoisella aukolla erinomainen kiipeilyseinä lapsille. Tiheäsilmäisessä maaliverkossa maaliverkon 3cm kokoinen aukko estää tehokkaasti lasten kiipeämisen maaliverkkoon, kun lapset eivät saa jalalla ponnistettua vauhtia. Jalkapallomaalien maaliverkko myös itsessään on hyvin työllistävä. Maaliverkon vaihtaminen on erittäin työläistä, sillä vanhempien verkkokiinnikkeiden maalien etukehikko pitää purkaa, jotta verkkokiinnikkeet saadaan pois urasta. Markkinoilla on verkkokiinnikkeitä jotka saa irrotettua kätevästi ilman maalien purkamista. Tähän tarvitsee vain oikean työkalun ja maaliverkon vaihtaminen onnistuu yli puolet nopeammin kuin vanhoilla verkkokiinnikkeillä.

Asiakkaan kiinnostus tulee herättää puhumalla heille heidän omalla kielellään, ja kuunnella heidän tarpeitaan. Tämä tarkoittaa, että käyttää samaa termistöä kuin asiakas, eikä keskity vain hehkuttamaan omia maaleja. Jokainen ostopäätökseen osallistuva tarvitsee tietoa ja huomiota, ja tuleekin ennen kaikkea osoittaa, että ymmärrät asiakkaan ongelmat ja että tuotteesi ratkaisee nämä ongelmat.

Myynnissä tulee nykyään kiinnittää huomiota näkyvyyteen. Asiakkaat etsivät aktiivisesti ratkaisuja muuttuviin tilanteisiin verkosta. Vastaukset ongelmiin löytyvät yhä useammin verkosta, ja tässä tulee pitää huoli että hakukoneoptimointi on tehty huolellisesti. Jatkuvasti tulee tarjota uutta ja mielenkiintoista tietoa asiakkaalle. Asiakas etenee prosessissa hänelle sopivaan tahtiin. Ei tule siis myydä eikä tuputtaa ennen kuin asiakas on siihen valmis.

(Vipunet, 2017)

Tänä päivänä asiakas on kiinnostunut varsinaisen tuotteen lisäksi palveluista, joiden avulla esimerkiksi kaupan kohteena olevien tuotteiden toimivuutta ylläpidetään. Esimerkiksi jalkapallomaaleihin löytyy laaja valikoima varaosia, jos esimerkiksi renkaat joutuvat ilkeivallan kohteeksi.

Myyntin muutokseen on vaikuttanut digitalisaatio. Tänä päivänä karkeasti sanottuna myynti on jakautunut sekä transaktionaaliseen tuotemyyntiin, joka nykyään tapahtuu yhä useammin verkossa. Myyntin toinen puoli on arvomyynti, jossa asiakas tarvitsee myyjää auttamaan ostoprosessissa. Myyjien ongelmana onkin, että osataan myydä vain erinomaista tuotetta. Asiakas haluaa pikemmin tietää millaista arvoa tämän toimittajan kanssa yhdessä tekeminen saisi aikaan. Asiakas on kiinnostunut myös, miten myyntiyrityksen palvelut voisivat parantaa hänen toimintaa. Asiakas ei tee niinkään mitään tuotetiedolla, vaan ennemmin miten tämän yrityksen tuotteet parantavat asiakkaan palveluita. Voidaan siis sanoa, että tuotemyyjä on vanhanaikainen ajasta jäänyt termi. Asiakas saa tiedon verkosta ja katalogien toimittajia ei enää tarvita. Asiakas odottaa, että hän saa arvoa myyjän kanssa kanssakäymisestä, ja saa vastauksen, miten esimerkiksi juuri tämän valmistajan jalkapallomaalit kehittävät heidän liikuntapaikkoja. (MMA, 2015)

Asiakas siis ostaa jalkapallomaalit selvitäkseen haasteista ja kehittääkseen omaa liiketoimintaansa. Myyjän kannalta olennaista on tarjota sellaisia jalkapallomaaleja, joista asiakas näkee arvoa peilattaessaan sitä omaan liiketoimintaansa. Se millaisista asiakkaan haasteista on kyse, vaikuttaa myös myyjäyrityksen toimintaan ja tarjottaviin tuotteisiin. Erilaiset hankinnat vaativat erilaisia toimia molemmilta osapuolilta. (Hänti ym. 2016)

Kunnat ja kaupungit eivät osta jalkapallomaaleja itsensä vuoksi, vaan niiden tuottaman arvon vuoksi. Tästä syystä ei riitä, että myyjä tuntee tarjoamiensa jalkapallomaalien ominaisuudet, vaan myyjän on kyettävä kääntämään jalkapallomaalien hyödyt asiakkaan hyödyiksi. Jotta myyjä kykenee tunnistamaan, millaista arvoa asiakas haluaa, on myyjän tunnettava asiakkaan liiketoimintaa, asiakkaan ansaintalogiikkaa sekä markkinatilannetta, jossa asiakasyritys toimii. Lisäksi myyjän on ymmärrettävä asiakkaan omien asiakkaiden eli niin kutsuttua loppukäyttäjiä ja sitä, mistä he ovat valmiita maksamaan. Ei siis riitä, että myyjä kykenee muodostamaan arvoa asiakkaille. Arvoa on kyettävä synnyttämään asiakkaan arvon muodostamisen prosessiin, jotta asiakas menestyisi omassa toiminnassaan. Kun myyjä on aidosti kiinnostunut auttamaan asiakasta onnistumaan työtehtävissään ja asiakasyritystä menestymään,



lisääntyy myös asiakkaan luottamus myyjään. Tällöin myyjä ei tavoittele vain omaa etuaan, vaan arvoa muodostuu molemmille tahoille. (Hänti ym. 2016)

Jalkapallomaaleja myytäessä tulee siis miettiä loppukäyttäjiä, eli tässä tapauksessa jalkapallon pelaajia ja kenttähenkilökuntaa jotka käyttävät maaleja päivittäin. Jalkapallomaalien kohdalla tulee juuri tehdä kenttätöitä, jolla selvitetään loppukäyttäjien tarpeita, ja niihin pystytään vaikuttamaan. Kunnan/kaupungin tulee olla tietoinen asiakkaidensa tarpeista maalien suhteen, sillä mikäli maalit eivät täytä loppukäyttäjien tarpeita tulee niistä valituksia ja maaleja joudutaan muokkaamaan. Pahimmassa tapauksessa kentälle hankitaan maalit jotka eivät kestä kovaa käyttöä, ja ne hajoavat jolloin joudutaan uudestaan hankkimaan maalit.

#### 4.2 Ostokriteerit ostopäätöstä tehtäessä

Jalkapallomaaleja tilatessa hankinnasta vastaavan on osaltaan varmistuttava, että valmistajan tarjoamat maalit soveltuvat käyttötarkoitukseen ja ovat vaatimusten mukaiset. Käytännössä tämä tarkoittaa, että hankinnasta vastaavan tulee tuntee riittävän hyvin tuoteryhmää koskevat turvallisuusvaatimukset ja edellyttää valmistajalta asianmukaisia teknisiä asiakirjoja, kuten testaustuloksia, nähtäväksi ennen hankintapäätöksen tekemistä. Alla lista asioista jotka edesauttavat onnistuneissa maalien hankinnoissa. Tukes ohjeistaa maalien ostokriteereistä seuraavasti:

1. Tutustu tuoteryhmään koskevaan lainsäädäntöön. Selvitä onko tuotteita koskien olemassa soveltavia standardeja, valvontaviranomaisen ohjeita ja suosituksia tai mahdollisia tuoteturvallisuutta koskevia käytäntöjä, kuten lajiliittojen ohjeistuksia.
2. Huolehdi tavarantoimittajia kilpailuttaessa, että valintakriteereitä määrittäessä vaatimustenmukaisuutta ja turvallisuutta painotetaan riittävästi valinnassa. Edullisestikin saatu tuote voi muuttua kalliiksi, jos kymmeniä tai satoja maaleja joudutaan poistamaan käytöstä tai korjaamaan, kun niistä aiheutuu vaaraa käyttäjille.
3. Tuo tarjouspyynnössä esille, että maalien on täytettävä niitä koskevat turvallisuusvaatimukset (KuTuL, tietojenantoasetus, standardit, muut mahdolliset ohjeet ja vaatimukset). Pyydä nähtäväksi tuotteen turvallisuutta koskevat asiakirjat, kuten mahdolliset testaustulokset ja tutustu niihin. Varmistu, että tekniset asiakirjat koskevat tilaamaasi tuotetta (yksilöity malli), testit on tehty

- mahdollisten soveltuvien standardien mukaan, testaustulokset ovat tuoreet sekä tuote on testattu ja se on läpäissyt testit. Jos tuotetta koskien ei ole olemassa testaustuloksia, pyydä selvitystä, miten tuotteen turvallisuudesta on varmistuttu (esimerkiksi onko valmistuksessa noudatettu lajiliittojen ohjeistusta, kuten Suomen Palloliiton jalkapallosääntöjen mukainen maali ja miten tämä on dokumentoitu). Jos valmistaja ei pysty teknisin asiakirjoin osoittamaan tuotteen vaatimuksenmukaisuutta tai turvallisuutta, kannattaa suhtautua kriittisesti tarjolla oleviin maaleihin. Tarjouspyynnössä on suositeltavaa pyytää tuomaan esille käytännöt, miten valmistaja toimii, jos tuote osoittautuu myöhemmin vaaralliseksi.
4. Varmistu tarjouksia läpikäydessä, että niissä on huomioitu kaikki tarjouspyynnössä esille tuodut asiat. Pyydä tarvittaessa lisäselvitystä toimittajilta.
  5. Tutustu huolella tarjottuihin tuotteisiin, teknisiin asiakirjoihin sekä valmistajaan. Valinnan tueksi tietoa jo vaarallisiksi todetuista tuotteista ja yleisimmistä ongelmista on saatavilla myös erinäisistä tietojärjestelmistä, kuten Tukesin Markkinavalvontarekisteri Marek, Euroopan komission ylläpitämä RAPEX GRAS sekä OECD:n Global Recall.
  6. Varmista toimitettavien tuotteiden osalta, että ne vastaavat tilattua ja niiden mukana on asianmukaiset lainsäädännön vaatimat myyntipäällys- ja varoitusmerkinnät sekä käyttöohjeet suomen ja ruotsin kielellä. Käyttöohjeissa käytetyn kielen on oltava ymmärrettävää suomea ja niistä tulee löytyä turvallisen käytön kannalta tarpeelliset tiedot (koskien käyttämistä, huoltamista, säilyttämistä sekä mahdollisista rajoituksista).
  7. Huolehdi, että maalien asentajilla ja huollosta vastaaville toimitetaan maalien mukana toimitettava ohjeistus sekä muu mahdollinen ohjeistus maaleista rakenteellisen turvallisuuden ylläpitämiseksi. Turvallinenkin maali muuttuu vaaralliseksi ilman riittävää asianmukaista ylläpitoa.

(Tukes 2011)

#### 4.3 Kunnan ostokriteerit

EU:n sisämarkkinoiden kehittyminen ja tehokkuusvaatimukset luovat paineita kunnallisten palveluiden avaamiseksi kilpailulle. Tilaaja- ja tuottajaroolien eriytyminen tukevat tätä kehitystä. Kunnan oman organisaation ulkopuolelta hankittavien palveluiden määrä ja suhteellinen osuus kasvavat. Monimutkainen hankintalainsäädäntö ja

hankintaprosessin onnistunut läpivieminen edellyttävät kunnilta erikoistunutta osaamista. Tämä johtaa väistämättä kuntien hankintayhteistyön lisääntymiseen sekä seudullisten yhteistyömallien kehittämiseen.

Kuntien elinkeinopolitiikan ja alueellisen kehittämisen näkökulmasta tilanne on haastava. Kuntien ja seudullisten yrityspalveluorganisaatioiden erityisenä haasteena on tukea kunnallisia palveluja täydentävien tai korvaavien yritysten syntymistä, paikallisten palvelutuottajien keskinäistä verkostoitumista, tarjontaosaamista sekä laatujärjestelmien ja palveluosaamisen kehittämistä. Kunnallisten palveluiden tuotteistus palvelee sekä kuntaorganisaation oman palvelutuotannon kehittämistä, että yritysten mahdollisuuksia osallistua hankintaprosessiin.

Kuntien ja yritysten yhteistyösuhteet ovat paitsi paikallistalouden toiminnan kulmakivi, myös suurelta osin hyödyntämätön innovaatiopotentiali. Julkisten hankintojen yhteydessä tapahtuvalla yritysten osaamisen, tuotteiden ja palveluiden sekä menettelytapojen kehittämisellä voi olla suuri merkitys uusien innovaatioiden synnyssä ja paikallistalouden elinvoimaisuuden kehittämisessä. Avainasemassa ovat kuntien palvelustrategiat, joissa tulisi määritellä kunnan tulevaisuuden linjaukset oman palvelutuotannon ja ulkopuolelta ostettavien palveluiden osalta sekä hankintojen järjestämisen pelisäännöt. (Kuntaliitto 2016)

Laki julkisista hankinnoista velvoittaa hankintayksikön käyttämään hyväksi olevia kilpailuolosuhteita, kohdeltava hankintamenettelyn osallistujia tasapuolisesti ja syrjimättä sekä toimittava avoimesti ja suhteellisuuden vaatimukset huomioon ottaen. Hankintayksiköiden on pyrittävä järjestämään hankintatoimintansa siten, että hankintoja voidaan toteuttaa mahdollisimman taloudellisesti ja suunnitelmallisesti sekä mahdollisimman tarkoituksenmukaisina kokonaisuuksina ympäristönäkökohdat huomioon ottaen. Hankintatoimintaan liittyvien hallinnollisten tehtävien vähentämiseksi hankintayksiköt voivat käyttää puitejärjestelyjä sekä tehdä yhteishankintoja tai hyödyntää muita yhteistyömahdollisuuksia julkisten hankintojen tarjouskilpailussa. Jos tarjouskilpailussa ehdokkaana tai tarjoajana on hankintayksikön omistama yhteisö tai laitos taikka toinen hankintayksikkö, sitä on kohdeltava samalla tavoin kuin muita ehdokkaita ja tarjoajia. (Finlex 2016)

Jalkapallomaalien kuten minkä tahansa muun tuotteen hankinnan kohdalla keskeinen tekijä hankintapäätöksessä on asiakkaan ostokriteeri. Mikäli maalien kohdalla pyritään vain vastaamaan asiakkaan vaatimuksiin samankaltaisilla maaleilla, joita on vain hieman

kehitetty, tarkastelevat asiakkaat uutta jalkapallomaalia hintalinssin läpi. Tämän seurauksena päädytään taas hintakilpailuun. Onnistuneessa kaupallistamisessa pitää pystyä muuttamaan asiakkaan ostokriteerejä. Jalkapallomaalien kohdalla uuden standardin mukaiset maalit ovat nyt kuumiin tuleva ostokriteeri. Standardin mukaiset jalkapallomaalit ovat hinnaltaan kalliimmat mitä ”perinteiset” jalkapallomaalit, mutta halvakin maalit tulevat kalliiksi, kun niitä pitää muunnella standardit täyttäväksi maaleiksi.

### **Myyntiprosessin vaiheiden soveltaminen jalkapallomaalien myynnissä**

Jalkapallomaalien myynti kunnille käynnistyy tarpeen tunnistamisesta. Uusien jalkapallomaalien tarpeen tai nykyisten maalien ongelman tunnistaminen on ensimmäinen ja tärkein ostoprosessin vaihe. Ilman tarvetta ei synny toimenpiteitä. Tarve syntyy, kun jalkapallomaalien nykyinen kunto ei vastaa tarvittavaa tasoa, tai maaleista on kertynyt valituksia. Valituksia voi tulla siitä, että maalien siirtäminen on vaikeaa, maalit huojuvat vaarallisesti tai maalit ovat rikkinäiset. Asiakas saattaa itse tunnistaa tarpeen uusille maaleille, mutta usein siihen vaikuttavat ulkoiset seikat kuten markkinointi tai sosiaaliset tekijät. Jokainen tunnistettu tarve ei luonnollisesti johda ostoprosessiin, sillä joskus asiakas saattaa kokea tarpeen täyttymisen olevan saavuttamattomissa esimerkiksi liian korkean hintamielikuvan vuoksi.

Kun asiakas tunnistaa tarpeen uusille jalkapallomaaleille siirtyään tiedonhakuvaiheeseen, jossa asiakas etsii ratkaisuja tunnistettuun tarpeeseen. Asiakas etsii ja arvioi tietoa eri lähteistä. Tiedonhaku saatetaan suorittaa itsenäisesti ilman myyjää tai muun asiantuntijan apua. Maaleista järjestetään myös julkisia kilpailutuksia, jolloin tarjoajat tarjoavat suoraan asiakkaalle tarpeen mukaisia maaleja. Sisältömarkkinointi on tehokas keino kohdata asiakkaat jo tiedonhakuvaiheessa, sillä se tarjoaa monipuoliset mahdollisuudet kouluttaa, viihdyttää ja sitouttaa asiakasta. Jopa 61% etsii tietoa verkosta ennen ostopäätöksen syntymistä.

Kun asiakas on huomannut tarpeen ja käynyt läpi tiedonhakuvaiheen, siirtyään vaihtoehtojen vertailuun. Tässä vaiheessa asiakas arvioi tiedonhaun perusteella syntyneitä vaihtoehtoja ja pyrkii löytämään omiin tarpeisiin parhaiten sopivan ratkaisun. Asiakkaan asenne ja kiinnostus vaikuttavat suuresti muodostuneiden vaihtoehtojen määrään. Jos ongelmanratkaisu nähdään erityisen tärkeäksi, saattaa vaihtoehtoja olla lukuisia. Vastaavasti mikäli painoarvo on pieni, saattaa yksikin tarpeet täyttävä ratkaisu riittää.

Näiden jälkeen siirrytään ostopäätösvaiheeseen, jossa asiakas sananmukaisesti tekee lopullisen ostopäätöksen. Tarvittava tieto on suurelta osin jo hankittu ja mielikuvat muodostuneet. Päätöksentekoon saattaa kuitenkin tässäkin vaiheessa vaikuttaa esimerkiksi luotettavaksi koetun tahon negatiivinen kommentti kyseisestä palvelusta tai tuotteesta. Vastaavasti myyjän oikeat ja osuvat argumentit voivat edelleen myötävaikuttaa ostopäätökseen. Ostopäätöksen jälkeinen vaihe on erittäin tärkeä asiakkuuden jatkuvuuden kannalta. Asiakas vertaa tuotetta ostoprosessin aiemmissa vaiheissa syntyneisiin odotuksiin ja arvioi tätä kautta tyytyväisyyttään tai tyytymättömyyttään. (Hanki, 2015)

Jalkapallomaalien myyntiin vaikuttaa lisäksi monet muut tekijät, jotka vaikuttavat asiakkaan ostopäätökseen. Näitä voivat olla esimerkiksi hankintasopimukset ja sopimustoimittajat. Kunnat ovat tehneet yhteistyösopimuksia isojen hankintatoimien kanssa, jotka hoitavat välineistön tarjouskilpailutuksen. Hankintatoimilla saattaa olla voimassa olevat sopimukset jalkapallomaaleista, jolloin he pyytävät tarjoukset jalkapallomaaleista vain sopimukseen kuuluvilta toimittajilta. Sopimuksen toimittajat on kilpailutettu aiemmin, jotta parhaat tarjoajat ovat valikoituneet kaikkien joukosta.

## 5 SELVITYS JALKAPALLOMAALIEN MYYMISESTÄ KUNNILLE JA KAUPUNGEILLE

Opinnäytetyön tavoitteena oli saada kuva mitä tulee ottaa huomioon, kun myydään jalkapallomaaleja kunnille ja kaupungeille. Yrityksen edustajan kanssa käytyjen keskustelujen sekä myyntityöstä saatujen tietojen pohjalta oli saatu alustavaa tietoa jalkapallomaalien myynnin pohjaksi. Kyselytutkimuksen avulla haluttiin saada tietoa maalien kunnosta urheilukentillä alueittain. Kyselytutkimuksen tavoitteena oli myös selvittää, minkälaisille jalkapallomaaleille on kysyntää.

Kyselytutkimuksen tarkoituksena on saada kuva kuntien jalkapallomaalien määrästä, jalkapallon suosion vaikutuksesta maaleihin sekä yleisesti hankintamenetelmistä, kun tarve uusille jalkapallomaaleille ilmenee. Kyselytutkimuksella tehdään siis markkinakartoitusta. Jalkapallomaalien kohdalla pätee sama kuin muiden myytävien tuotteiden kohdalla, että asiakas usein tutkii etukäteen verkosta jalkapallomaaleista. Kilpailu jalkapallomaaleissa on kuitenkin kovaa ja tarjoajia on paljon, joten kyselyn tarkoituksena on saada kuva pääkohdista, jossa myyjä pystyy vaikuttamaan asiakkaan ostopäätökseen. Hankintalaki uudistui vuoden 2017 alussa, ja uusi laki velvoittaa kilpailuttamaan julkisesti tavarat ja palvelut, kun tilauksen arvo ylittää 60 000€. Ennen raja oli 30 000€. Julkiset tarjouspyynnöt julkaistaan [hankintailmoitukset.fi](http://hankintailmoitukset.fi) – verkkosivulla. (Laki julkisista hankinnoista ja käyttöoikeussopimuksista 2017)

Jalkapallomaaleista on tarjolla paljon erilaisia malleja. Jalkapallomaalien syvyys voi esimerkiksi olla perinteistä 2m syvyyttä pienempi. Kyselyn tarkoituksena on hieman saada karkeaa kuvaa, onko kentillä tarvetta esimerkiksi syvyyden suhteen pienemmille maaleille. Jalkapallomaalien ongelma yleensä liittyy liikuteltavuuteen. Peilaten omaan jalkapallotaustaan ja 10-vuotta jalkapalloa harrastaneena maalien suurimpana ongelmana on liikuteltavuus. Toisena tulee maaliverkkojen rikkinäisyys. Varsinkin julkisilla kentillä maaliverkot ovat paikoin huonossa kunnossa, mutta tähän ei suoranaisesti maaleilla pystytä vaikuttamaan. Ilkivaltaa pystytään ehkäisemään lukitsemalla maalit kiinni vastakkain toisiinsa, mutta silti maaliverkkoja pystytään vahingoittamaan.

Osana tutkimuksen taustatyötä suoritettiin kenttätutkimus, jonka puitteissa kartoitettiin Turun julkisten kenttien maalien ja maaliverkkojen kuntoa. Turussa julkisilla kentillä

maalien kunto ja liikuteltavuus ovat hyvässä kunnossa. Toki juuri maaliverkoissa on paikoin suuriakin päivittämisen tarpeita, mutta itse maalien kehikot olivat ehjät. Kenttätutkimusta suoritettiin vain Turussa kenttien suuren määrän vuoksi, ja kyselytutkimuksen on tarkoitus saada kuva Suomen loppuista kunnista. Kyselytutkimus keskittyy julkisten pelikenttien maaleihin jotka ovat säännöllisessä pelikäytössä.

### 5.1 Kyselyn suunnittelu ja toteutus

Kyselytutkimus suunniteltiin yhdessä Pohjavirta Finland Oy toimitusjohtajan kanssa. Kysymykset valittiin myyntityöhön tarvittavan tiedon pohjalta. Kysymyksien avulla tulee saada mahdollisimman laaja ja selkeä kuva kunnan/kaupungin jalkapallon suosiosta harrastuksena, sekä miten paljon jalkapallomaaleja on ja kuinka paljon urheiluvälineisiin budjetoidaan rahaa. Kyselytutkimus toteutettiin kvantitatiivisena tutkimuksena kuntien ja kaupunkien suuren määrän vuoksi. Kyselyt lähetettiin sähköpostitse Webropol kyselytutkimustyökalulla. Webropol valittiin kyselytutkimuksen alustaksi järjestelmän helppouden sekä selkeiden raporttien takia.

### 5.2 Kohderyhmä

Kohderyhmänä toimii Suomen kunnat ja kaupungit. Kohderyhmää rajattiin jättämällä Ahvenanmaa pois. Kohderyhmään kuuluvat Suomen kaupungit ja kunnat jotka ovat potentiaalisia asiakkaita Pohjavirta Finland Oy:lle. Jalkapallon suosio vaihtelee kunnittain, ja kyselytutkimuksen on tarkoitus juuri selvittää alueita, jossa jalkapallomaaleja on paljon ja menekki niiden suhteen on korkea. Tarkoitus on myös saada kuva, miten jalkapallon suosio alueittain vaikuttaa jalkapallomaalien määrään, ja onko uusi standardi huomioitu. Markkinakartoituksella pyritään selvittämään alueittain ongelmakohtia nykyisten maalien kohdalla, ja ylipäätään mitä jalkapallomaaleilta halutaan. Kyselyllä annetaan asiakkaille tässä tapauksessa kunnille ja kaupungeille mahdollisuus päästä vaikuttamaan minkälaisia jalkapallomaaleja jatkossa tarjotaan.

Kohderyhmänä olisi myös voinut toimia suoraan jalkapalloseurat jotka käyttävät aktiivisesti kuntien kenttiä ja muutamalla seuralla on myös oma jalkapallohalli. Suuressa

kuvassa seurat tekevät kuitenkin vähän jalkapallomaalien hankintoja, ja kunnat vastaavat kenttien ylläpidosta ja maalien hankinnasta

### 5.3 Aineiston keruu

Aineistoa kerättiin kuntien liikuntasihteereiltä, vapaa-aikapäälliköiltä sekä vapaa-ajanohjaajilta. Keräsin listan Suomen kuntien ja kaupunkien liikuntapäätäjistä, ja kysely lähetettiin sähköpostitse. Kuntien ja kaupunkien suuren määrän vuoksi kvantitatiivinen tutkimus oli tässä tapauksessa paras vaihtoehto. Haastatteluiden avulla vastauksista olisi voinut saada laajemmat, mutta rajallisen ajan johdosta päädyin määrälliseen tutkimukseen. Aineistoa kerättiin kahden viikon ajan, jolloin kysely ehdittiin lähettämään kolme kertaa muistutukset mukaan lukien. Noin kolmasosa kunnista ja kaupungeista vastasi kyselyyn, mikä on kyselyn ajankohtaan nähden tyydyttävä määrä. Kyselyn ajankohtana olisi ollut parempi lähettää kysely keväällä, kun jalkapallomaaleja käydään läpi ja niistä keskustellaan. Näin talvella jalkapallomaalit eivät ole niin tapetilla, mikä osaltaan saattoi vaikuttaa myös vastauksien määrään. Alla kyselyn kysymykset. Liitteenä lopussa kysely.

Aineisto analysoidaan kysymyskohtaisesti ja vastauksista tehdään raportit, joista ilmenee keskiarvo, mediaani sekä keskihajonta. Vastauksista saadaan myös kuvaajat jotka osoittavat visuaalisesti vastauksien hajonnan. Vastaukset käsitellään ja niiden pohjalta tehdään päätelmät. Tulokset esitellään kappaleessa 6.

### 5.4 Tutkimuksen tulokset

Opinnäytetyön tavoitteena oli saada kuva mitä tulee ottaa huomioon, kun myydään jalkapallomaaleja kunnille, ja tuloksia on tarkoitus käyttää kevään 2019 myyntikampanjassa. Kyselytutkimuksen vastauksista saadaan selkeä kuva ensinnäkin maalien nykykunnosta alueittain. Keskusteluiden, sekä omien myyntikontaktien perusteella alustavaa kuvaa maalien nykytilanteesta on jo pystytty rakentamaan. Vastauksien perusteella saadaan selkeä kuva maalien nykyisestä kunnosta. Maaleihin ollaan tyytyväisiä, mutta maalien kanssa on myös ongelmia jotka haittaavat maalien käyttöä. Kyselytutkimuksen tarkoituksena on myös selvittää, minkälaisille maaleille on kysyntää.



Kyselyyn vastausprosentti oli 45%, minkä johdosta saatiin arvokasta dataa markkinakartoituksesta. Kyselyn tuloksista ilmeni jalkapallon vankka suosio koko maassa, sekä hyvin isojen ja pienien kuntien/kaupunkien erot. Tuloksista ilmeni hyvin jalkapallon suosion hajonta. Jalkapallo on kyselyn vastauksien perusteella hyvin suosittua. Ääripäitä ja hajontaa vastauksissa oli, mutta jalkapallon suosio keräsi keskiarvon 7,11 kun kyselyn asteikko oli 1-10. Jalkapallokenttiä on vastauksien perusteella suurimmassa osassa kaupungeja ja kuntia 1-10kpl. Kysymyksessä olisi voinut selventää, että koulujen kentät lasketaan myös tähän, sillä niilläkin kentillä on maalit. Tämä kuitenkin antaa dataa kenttien määrästä, ja vastauksista saadaan koottua taulukko virallisten jalkapallokenttien määrästä. Samoin kyselystä saatiin tulos, että 22 vastanneista kaupungeista ja kunnista on jalkapallohalli. Vastauksista päästään näkemään missä kaupungeissa tai kunnissa kyseiset jalkapallohallit ovat. Jalkapallohalleilla on hieman erilaisia ongelmia jalkapallomaalien kanssa, ja esimerkiksi tulevaisuudessa jalkapallohalleihin suunnitellut kampanjat voidaan kohdistaa helposti kyseisiin kaupunkiin ja kuntiin.

Jalkapallomaalien suhteen paljastuu juuri isojen ja pienien kuntien ja kaupunkien profiili. Kenttien määrässäkin oli paikkakuntia, joilla on yli 30 kenttää. Maalien suhteen suurin osa vastasi kaupungissa tai kunnassa olevan 0-40 jalkapallomaalia. Tästä huolimatta vastauksista ilmeni myös paikkakuntia, jolla on yli 200 jalkapallomaalia. Kuitenkin vastauksia tutkimalla löydetään yhtäläisyys kenttien määrällä ja jalkapallomaalien määrällä. Kenttien ja maalien määrän tulisikin olla samassa suhteessa. Jalkapallomaalien yleisin ikä kyselyn vastauksien perusteella on 3 – 6 vuotta. Suurin osa maaleista sijoittuu tuloksissa 3 – 9 vuoden sisälle. Myös yli 9 vuotta vanhoja maaleja on suhteellisen paljon. Tämä on arvokasta tietoa, sillä jalkapallomaaleissa alkaa näkyä selkeitä käytön jälkiä jo 9 vuoden jälkeen, vaikka maalit eivät olisikaan erittäin kovalla käytöllä päivittäin.

Keskusteluiden pohjalta etukäteen oli jo tiedossa, että kunnat ja kaupungit ovat tiukoilla budjetin suhteen, kun keskustellaan liikuntavälineiden hankintaan budjetoitavasta rahamäärästä. Kyselyn vastauksien perusteella suurin osa kunnista ja kaupungeista budjetoit enintään 20 000€ vuodessa liikuntavälineiden hankintaan ja kunnostamiseen. Kunnan ja kaupungin koko tietenkin vaikuttaa budjetin kokoon, sillä esimerkiksi iso kaupunki joutuu budjetoimaan suuren summan rahaa ylläpitoon ja kunnostukseen. Tähän päälle tulee vielä uudet välineistö hankinnat. Vastauksien valossa kuitenkin suurimmalla osalla on kuitenkin maltillisesti rahaa käytössä. Liikuntavälineiden

hankintaan menee helposti suuria summia rahaa, kun esimerkiksi jalkapallomaali pari maksaa 2000 – 3000€ riippuen maalin mallista ja lisävarusteista.

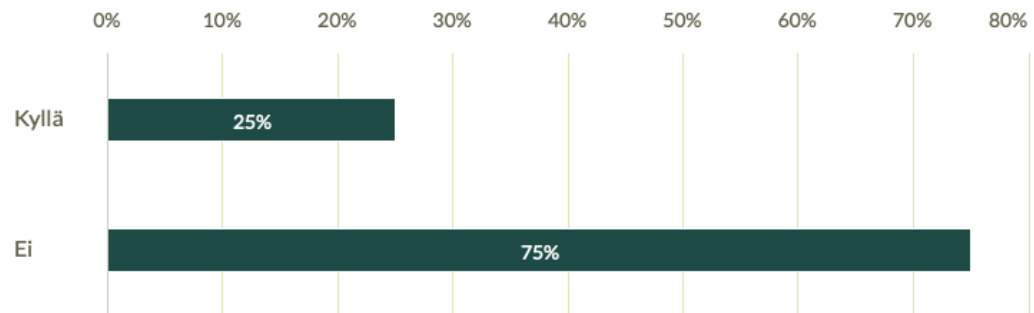
Jalkapallomaalien myyntiin liittyvä mielenkiintoisin kyselystä saatu vastaus oli, että suurimmalla osalla kunnista ja kaupungeista ei ole hankintasopimuksia jalkapallomaaleista. Tämä on myynnin kannalta erinomainen tulos, sillä hankintasopimukset sitovat asiakkaan kädet, kun jalkapallomaaleista pyydetään tarjous vain muutamasta paikasta. Jalkapallomaaleista on tarjolla paljon eri mallisia maaleja, maaleissa on erilaisia rengasratkaisuja maalin siirtämistä varten ja kiinteillä vastapainoilla. Kun kilpailu maaleista on vapaampaa, saadaan lopputuloksena kentälle asiakkaille parhaat maalit, kun kilpailun seurauksena asiakkaan toiveita otetaan huomioon.

Kyselytutkimuksen tarkoituksena oli selvittää kuinka tyytyväisiä kunnat ja kaupungit ovat nykyisiin jalkapallomaaleihinsa. Tuloksien perusteella suurin osa on hyvin tyytyväisiä maaleihinsa. Ongelmakohtina maaleihin on erikseen kerrottu, että maalien siirtäminen on vaikeaa ja maalit keikkuvat helposti. Nämä ovat erittäin tärkeitä tietoja tulevaisuuden myyntiin. Vastauksia saatiin myös kuntien hankintasopimuksista, ja kenen kanssa heillä on hankintasopimus.

Jalkapallomaaleja on hankittu kyselyn vastauksien perusteella eniten Kerko Sport Oy:ltä ja Suomen Kenttävaruste Oy:ltä. Maaleja on myös hankittu tilaustyönä metallipajalta, sekä muilta toimittajilta. Tämä on arvokasta tietoa silmällä pitäen kilpailijoiden kartoitusta. Jalkapallomaaleja myy moni eri toimija, ja kyselyn vastauksista saa hyvin rakennettua kokonaiskuvaa kilpailijoiden markkina-asemasta.

Kyselyn vastauksien perusteella nykyisiin jalkapallomaaleihin ollaan tyytyväisiä. Jalkapallomaalien tyytyväisyyskyselyn olisi voinut myös lähettää seuroille ja kenttähenkilöille jotka käyttävät maaleja päivittäin. Kuitenkin vastauksista ilmenee, että maaleista ei ole tullut niin paljoa valituksia, että maaleihin ei oltaisi tyytyväisiä. Vastauksien perusteella 75%:lla ei ole ollut mitään ongelmia nykyisten jalkapallomaalien kanssa. Maalien ongelmiksi on ilmoitettu muuten verkkokiinnikkeiden heikko kestävyys, maalit ovat raskaat siirtää ja ilkeältä kun maaliverkkoja rikotaan. Seuraavassa kuvassa näkyy vastauksien jakaantuminen, kun kysyttiin onko kunnilla/kaupungeilla ollut ongelmia nykyisten jalkapallomaalien kanssa.

### Vastaajien määrä: 135

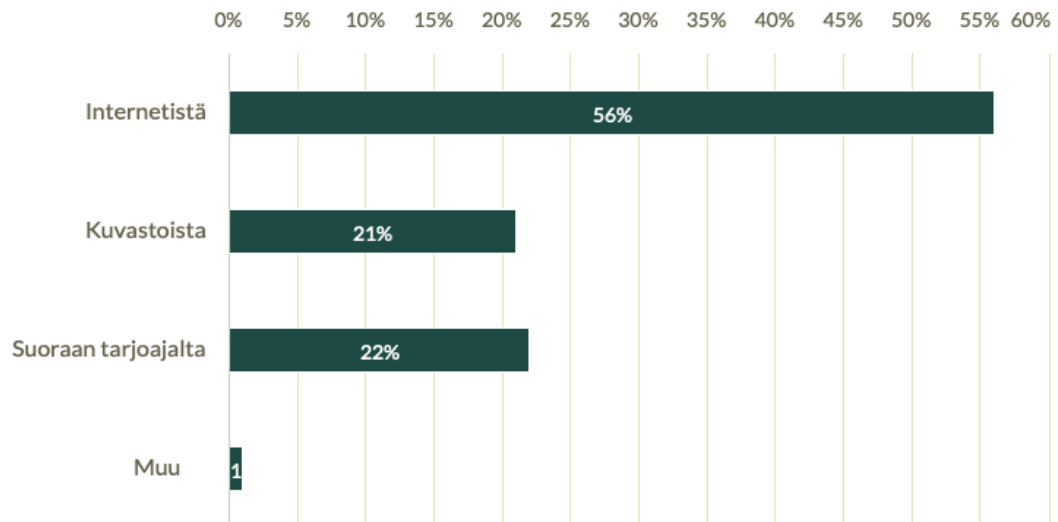


Kuva 5 Jalkapallomaalien kuntoon liittyvät ongelmat.

Standardit täyttäviä jalkapallomaaleja on vastauksien mukaan 53% kaupungeista ja kunnista. Standardit täyttäviä maaleja ei kuitenkaan ole 22% kaupungeista ja kunnista, ja 25% ei osaa sanoa. Tämä on tärkeä tieto silmällä pitäen kenttien yleistä turvallisuutta. Jalkapallomaali ei saisi kaatua pelin tuoksinassa. 95% vastaajista kertoi, ettei heillä ole erityistarpeita jalkapallomaalien suhteen. Tähän vaikuttaa juuri mm. Onko kaupungissa tai kunnassa jalkapallohalli. Jalkapallohallissa tilaa on rajallisesti, ja kun pelataan isolla kentällä (120m x 90m) saattaa hallissa olla hankalaa saada maalit pois kentältä turvallisen matkan päähän sivurajasta. Taitettavat harjoitusjalkapallomaalit ovat erinomainen ratkaisu halleihin joissa kamppailaan maalien siirtämisen kanssa. Siinä missä normaalisti jalkapallomaali vie 2m syvyyttä, vie taitettu jalkapallomaali vain 25cm.

Jalkapallomaaleista etsitään tietoa suurimmaksi osaksi internetistä. 58% vastanneista ilmoitti etsivänsä tietoa maaleista internetistä. Kuvastot ovat digitalisoituvassa yhteiskunnassa jo hieman vanhanaikainen markkinointikanava, mutta vastanneista 21% ilmoitti etsivänsä tietoa kuvastoista. Suoraan tarjoajaan ollaan myös yhteydessä. Muita kanavia joista etsitään tietoa, ilmoitettiin mm. Puskaradio. Mielenkiintoista oli huomata, että suoraan käyttäjiltä kysytään maaleista. Jalkapallomaalien loppukäyttäjät eli pelaajat ja kenttähenkilöstö käyttävät maaleja eniten, joten on hienoa huomata, että heidän mielipiteitään arvostetaan maalien hankinnassa. Seuraavassa kuvassa näkyy vastauksien jakautuminen, kun kunnilta ja kaupungeilta kysyttiin mistä kanavista he etsivät tietoa jalkapallomaaleja hankittaessa.

## Vastaajien määrä: 134



Kuva 6 Jalkapallomaalien markkinointikanavien suosio.

Kyselyn lopuksi oli vapaa sana, jossa sai kommentoida vapaasti mitä jalkapallomaaleilta toivotaan. Jalkapallomaalien kestävyys nousi esiin vastauksista. Maalien rakenteiden tulisi kestää kovempaakin käyttöä ja liikuttelua. Lisäksi maalien liikuttaminen tulisi olla helppoa, ja renkaiden tulisi kestää käytössä. Maaliverkkojen toivottaisiin myös olevan tiheäsilmäistä maaliverkkoa, johon lasten on vaikeampi kiivetä. Yleensä jalkapallomaalin maaliverkossa on 10x10cm silmäkoko, johon lapset saavat hyvin jalan ja pääsevät kiipeämään verkossa. Kun maaliverkossa on esimerkiksi 5x5cm silmäkoko, on maaliverkossa paljon vaikeampi kiipeillä, kun jalalla ei saa polkaistua vauhtia verkosta. Vastaajat myös toivovat, että myytäisiin vain standardit täyttäviä jalkapallomaaleja, jotta maaleja ei tarvitse jälkikäteen vielä erikseen muokata standardit täyttäväiksi.

Jalkapallomaaleja on erittäin paljon kunnissa ja kaupungeissa, ja nykyisiin maaleihin ollaan pääasiassa hyvin tyytyväisiä. Maalien ongelmakohtina nousi esiin mm. Maalien rengasratkaisut, ja maalien kestävyys. Maalit ovat kentillä kovassa käytössä, ja maalien tulee olla helposti liikuteltavat, jotta maalien siirtämisestä ei aiheudu vaivaa. Kunnilla ja kaupungeilla on rajallisesti rahaa käytössä hankintoihin, joten maalien tulee olla kerralla hyvät ja kestävät ettei niitä jouduta jälkikäteen muokkaamaan/korjaamaan. Standardit täyttäviä jalkapallomaaleja on suurimmassa osassa vastanneista kunnista ja kaupungeista, joten uusi standardi on huomioitu jalkapallomaalien kohdalla. Hankintasopimuksia jalkapallomaaleista on vain 7% vastanneista. Eniten tietoa jalkapallomaaleista etsitään Internetistä. Internetissä on erittäin helppo verrata maaleja.

Internetissä voidaan tehdä kartoitusta maaleista, ja lähettää tarjouspyynnöt vain potentiaalisille tarjoajille. Tämä säästää huomattavasti hankinnan tekevän tahon aikaa, kun tarjouksia ei tule liikaa, ja päätökset saadaan tehtyä nopeammin.

## 6 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyön pohjalta saadaan vastauksia mitä tulee ottaa huomioon, kun myydään jalkapallomaaleja kunnille ja kaupungeille. Myynti on muuttunut nopeasti viime vuosien aikana. Kun kunnille ja kaupungeille tulee tarve jalkapallomaaleille, ovat he ottaneet etukäteen maaleista selvää ennen tarjouksen pyytämistä. Aiemmin tarjouspyyntö saatettiin lähettää kaikille jalkapallomaaleja myyville yrityksille, jossa määritettiin mitä on tarkoitus ostaa ja milloin. Sähköpostiin alkoi tämän jälkeen tippua tarjouksia ja myyjät soittivat tarjouksien perään. Tämä kuluttaa huomattavasti ostavan tahon resursseja, kun tarjouksia tulee liikaa. On paljon helpompaa ja tehokkaampaa karsia tarjoajat muutamaan, ja pyytää tarjoukset ainoastaan potentiaalisilta tarjoajilta. Tästä johtuen markkinoinnin rooli on jatkuvasti kasvanut.

Jalkapallomaali saattaa maaleista tietämättömälle vaikuttaa erittäin yksinkertaiselle tuotteelle. Maalissa on kolme tolppaa ja verkko. Maaleja on kuitenkin useita eri malleja, rengasratkaisuita on erilaisia ja uusien standardien myötä maaleja on saatavilla esimerkiksi kiinteällä vastapainolla tai maa-ankkurilla. Maaleihin on saatavilla myös tiheäsilmäisiä maaliverkkoja, joihin kiipeäminen on vaikeampaa.

Opinnäytetyötä tehdessä ongelmaksi muodostui jalkapallomaaleista olevan materiaalin puute. Suomeksi suoranaista opasta jalkapallomaalien erilaisista ratkaisuista ei ole olemassa, ja jalkapallomaaleista löytyy muutenkin suhteellisen niukasti tietoa. Opinnäytetyötä tehdessä huomattavaa etua tuli jalkapallomaalien myyntikokemuksesta. Myyntikenttä ei ollut täysin tuntematon ja jalkapallomaalien erilaisista ratkaisuista on syntynyt vahva pohjatuntemus. Erilaisista myyntiartikkeleista ja kirjallisuudesta oli hyötyä lähestyttäessä aihetta perinteisen myyntityön kannalta. Aikaisempaa tutkimusta jalkapallomaaleista ei oltu tehty, joten opinnäytetyölle oli tarve. Aihetta olisi voinut purkaa vielä pienempiin osiin. Jalkapallomaalien verkoista olisi voinut tehdä opinnäytetyön, sillä valehtelematta jokainen jalkapalloa pelannut on joutunut elämänsä aikana pelaamaan maaleihin, joissa on rikkinäinen maaliverkko. Maaliverkkoja on saatavilla eri paksuisina, ja eri silmäkoolla. Maaliverkkojen kiinnikkeiden kanssa on myös ongelmia, kuten opinnäytetyön kyselyn vastauksista ilmeni. Myös jalkapallomaalien siirtomekanismeista olisi voinut tehdä opinnäytetyön. Jalkapallomaalien siirtäminen on yksi suurimmista ongelmista. Tämä ilmeni myös opinnäytetyön kyselyn vastauksista. Opinnäytetyön

tarkoituksena oli saada kokonaiskuva jalkapallomaaleista, ja mitä tulee ottaa huomioon jalkapallomaaleja myytäessä.

Opinnäytetyön kyselyn vastauksista ei pystytä rakentamaan täydellistä johtopäätöstä. Kysymyksiä olisi pitänyt tarkentaa esimerkiksi jalkapallokenttien määrästä, että tähän lasketaan jokainen kenttä missä on jalkapallomaalit. Kyselyyn saatiin vastaus karkealla arviolla kolmasosalta kunnista. Vastauksien määrään vaikuttaa osaltaan kyselyn ajankohta. Marraskuussa jalkapallomaalit eivät ole pinnalla keskusteluissa talvisesongin alkaessa. Kunnissa ja kaupungeissa työllistää myös budjettien varmistaminen. Urheiluvälinemyynnissä marraskuu on yksi vuoden kiireisimmistä sesongeista, sillä silloin kunnat ja kaupungit tekevät hankintoja, jotta vuoden budjetti saadaan käytettyä. Kuntiin ja kaupunkiin lähetettiin kysely uudestaan muistutuksena kahteen kertaan, mutta tästä huolimatta kaikista kunnista ja kaupungeista ei saatu vastausta. Näin jälkikäteen mietittynä kysely olisi pitänyt lähettää aikaisemmin, jotta olisin ehtinyt soittaa kunnat ja kaupungit läpi ja olisin saanut vastaukset suuremmalta osalta kuin mitä nyt.

Kyselytutkimuksella saatiin tehtyä arvokasta markkinakartoitusta ja vastauksista havaittiin mielenkiintoisia pointteja. Kyselytutkimus on opinnäytetyön liitteenä.

Jalkapallon suosion vertailu kaupunkien ja kuntien välillä on vaikeaa, sillä harrastajien määrä vaikuttaa luonnollisesti lopputulokseen. Esimerkiksi isossa kaupungissa harrastajia voi olla enemmän mitä pienemmässä kunnassa, mutta asukasmäärään suhteutettuna ei voida sanoa, että jalkapallo olisi suosittua. Kysymyksen tarkoituksena on saada karkeaa kokonaiskuvaa siitä, kuinka suosittua jalkapallo ylipäätään on kyseisessä kaupungissa/kunnassa.

## 6.1 Päätelmät

Kyselytutkimuksen vastauksien perusteella jalkapallomaaleja myytäessä tulisi kiinnittää huomiota maaleja tarjotessa, että maaleissa on helppokäyttöinen ja kestävä rengasratkaisu. Kyselyn vastauksista ilmeni, että suurin ongelma maalien kohdalla on juuri jalkapallomaalien siirtäminen. Maalit ovat raskaat ja renkaat eivät kestä käytössä. Maalien kohdalla pitäisi myös kiinnittää ennen tarjoamista huomiota maalien uuteen standardiin, ja tulisi tarjota vain standardit täyttävää jalkapallomaalia. Standardit täyttävät jalkapallomaalit ovat kalliimpia mitä jalkapallomaalit jotka eivät täytä uutta standardia. Kuntien ja kaupunkien ostokriteereitä pitäisi pyrkiä muuttamaan, jotta jalkapallomaalien hankinnassa kilpailutus ei ratkeaisi välttämättä maalien hintaan, vaan esimerkiksi hinnan

lisäksi siihen kuinka hyvin jalkapallomaalit täyttävät standardit. Halvatkin jalkapallomaalit muuttuvat kalliiksi, mikäli niitä joudutaan jälkikäteen muokkaamaan sopivaksi uuteen standardiin.

Jalkapallomaalien verkot ovat myös paikoin ongelmakohtina maaleissa. Maaliverkot joutuvat usein ilkeiden kohteeksi mikä ilmeni myös kyselyn vastauksista. Antivandaalimaaleissa maaliverkko on korvattu kokonaan hitsatulla alumiini kehikolla. Tämä ei ole kuitenkaan välttämättä parhain ratkaisu kaikille kentille. Antivandaalimaalit ovat erittäin painavat ja niiden siirtäminen yksin on mahdotonta ilman traktoria. Sen sijaan jalkapallomaaleihin voitaisiin tarjota heti tarjousvaiheessa tiheäsilmainen maaliverkko. Tiheään 3x3cm silmäkoon maaliverkkoon on paljon vaikeampi kiivetä mitä normaaliin maaliverkkoon jossa silmäkoko on 10x10cm. Tämä toisi heti lisäarvoa maaleille, sillä tiheet maaliverkot kestäisivät käytössä pidempään.

## 6.2 Opinnäytetyön prosessi ja tavoitteet

Opinnäytetyön prosessi oli hyvin suunniteltu ja opinnäytetyön tavoitteet täyttyivät. Jalkapallomaaleista on faktatietoa tarjolla rajallisesti, ja esimerkiksi virallisten UEFA:n alaisten jalkapallo-otteluissa käytettävien jalkapallomaalien tarkat kriteerit pitää erikseen etsiä IFAB:in sivuilta. Jalkapallomaalien myyntikokemuksesta oli hyötyä opinnäytetyötä tehdessä, kun pohjatietoa oli jo ennestään laajasti, saatiin opinnäytetyöhön haluttu tarpeellinen sisältö.

Opinnäytetyölle asetetut tavoitteet täyttyivät. Kyselyn avulla saatiin tehtyä markkinakartoitusta jalkapallomaaleista alueittain, sekä jalkapallon suosiosta kunnittain/kaupungeittain. Kyselyyn vastasi lähes puolet Suomen kunnista/kaupungeista, minkä myötä täydellistä markkinakartoitusta ei saatu. Ajankohtaan nähden tulos on silti ihan hyvä, sillä jo kuten aiemmin mainitsin, on jalkapallomaalien sesonki jo ohitettu.

Tavoitteena oli myös saada kuva maalien nykykunnosta alueittain. Vastauksista ilmeni, että maaleihin ollaan tyytyväisiä ja standardit täyttäviä maaleja löytyy paljon. Maaleista myös ilmeni ongelmia liikuteltavuuden ja kestävyuden kanssa. Maalien keikkuminen oli myös ongelmana yhdessä kunnassa. Tämä on arvokasta tietoa rakennettaessa materiaalipankkia tulevaisuuden myyntikampanjoille. Kyselyn avulla saatiin myös tieto siitä, kuinka paljon alueittain käytetään rahaa liikuntavälineistön hankintaan ja



kunnostukseen. Tämä auttaa paljon tarjoustilanteessa, kun on jo käsitys kuinka paljon kunnalla/kaupungilla on budjettia keskimäärin hankinnoille, että tarjotaan heti oikean hintaluokan jalkapallomaaleja.

### 6.3 Luotettavuus ja eettisyys

Olen perehtynyt työn aiheeseen jo hyvissä ajoin ennen kuin aloin tehdä opinnäytetyötä. Olen koko ikäni seurannut jalkapalloa sekä harrastanut yli 10-vuotta jalkapalloa, joten minulla on erittäin laaja tuntemus aiheesta. Opinnäytetyötä varten olen pyrkinyt löytämään mahdollisimman luotettavia lähteitä. Lähteistä jotkut olivat vanhoja esim. Palloliitto jalkapallo kasvussa Suomessa ja maailmalla, mutta en löytänyt aiheesta tuoreempaa lähdettä. Jalkapallomaalien standardeihin ei ole löydettävissä laajasti tietoa, vaan Tukes ja SFS ovat toimittaneet luotettavimmat materiaalit julki. Kuvia varten pyysin luvat Pohjavirta Finland Oy:ltä. Olen tietoinen, että opinnäytetyö tarkistetaan plagiaatintunnistusjärjestelmässä.

Olen käynyt ohjaajani kanssa läpi opinnäytetyön vaatimat resurssit, sekä mitä kaikkea opinnäytetyöhön tulee sisällyttää. Kävin Pohjavirta Finland Oy:n toimitusjohtajan kanssa läpi mitä opinnäytetyöllä halutaan saavuttaa, jotta opinnäytetyöstä on mahdollisimman paljon hyötyä Pohjavirta Finland Oy:lle.

Opinnäytetyössä ei tullut ilmi eettisiä ongelmia. Olen pyrkinyt olemaan puolueeton opinnäytetyötäni tehdessä, ja pyrin pohjaamaan opinnäytetyötä tehdessäni tarvitsemaani tietoa tietolähteisiin. Pyrin näin minimoimaan ennakkotietoon ja oletuksiin pohjautuvaa materiaalia. Pyrin kirjoittamaan opinnäytetyön mahdollisimman selkeästi, jotta jokainen saa käsityksen opinnäytetyön aiheesta ja tavoitteista, vaikka ei olisikaan etukäteen tietoinen jalkapallomaaleista.

### 6.4 Jatkotutkimus ehdotukset

Jatkotutkimus ehdotuksena tälle opinnäytetyölle on myyntikampanjan suunnittelu käyttäen hyväksi tässä opinnäytetyössä saatuja tuloksia. Jatkotutkimuksena voitaisiin myös keskittyä esimerkiksi jalkapallomaalien rengasratkaisuihin. Rengasratkaisuja on paljon erilaisia ja niitä keksitään koko ajan lisää, mutta jatkotutkimus voisi keskittyä mikä ratkaisusta sopii parhaiten kunnan/kaupungin tarpeisiin. Myös maaliverkoista voidaan

tehdä jatkotutkimus. Tiheäsilmaisiä maaliverkkoja on vielä suhteellisen vähän kentillä, vaikka tiheäsilmainen maaliverkko pidentää maalin käyttöikä.

## LÄHTEET

Hanki, J. 2015. Ostoprosessin viisi vaihetta. B2B-myynti.

<https://blog.advanceb2b.com/fi/ostoprosessin-viisi-vaihetta>

Hänti, S; Kairisto-Mertanen, L & Knock, H (E-kirja). 2016. Oivaltava myyntityö. Asiakkaana organisaatio. Helsinki: Edita. Viitattu 23.11.2018.

Jalkapallosäännöt 2017. Suomen Palloliitto. Sisällöstä vastaa Suomen Palloliitto.  
[https://www.palloliitto.fi/sites/default/files/Palloliitto/jalkapallosaannot\\_2017.pdf](https://www.palloliitto.fi/sites/default/files/Palloliitto/jalkapallosaannot_2017.pdf)

Jalkapallomaali ei saa kaatua 2009. Suomen standardoimisliitto. Sisällöstä vastaa SFS. Viitattu 13.11.2018

<http://news.cision.com/fi/suomen-standardoimisliitto/r/jalkapallomaali-ei-saa-kaatua.c462783>

Jalkapallolla eniten harrastajia – se syö lätjän, hiihto on alamäessä. 2016. Länsiväylä. Sisällöstä vastaa Länsiväylä. Viitattu 28.10.2018.

<https://www.lansivayla.fi/artikkeli/369185-jalkapallolla-eniten-harrastajia-se-lyo-latkan-hiihto-on-alamaessa>

Jalkapallo kasvussa Suomessa ja maailmalla 2007. Suomen Palloliitto. Sisällöstä vastaa Suomen Palloliitto. Viitattu 28.10.2018

<https://www.palloliitto.fi/jalkapallouutiset/jalkapallo-kasvussa-suomessa-ja-maailmalla>

Jalkapallo on urheilulajien kuningas myös Turun seudulla – Impivaaran jalkapallohalli ei vastaa tämän päivän tarpeita. 2017. Sisällöstä vastaa Wordpress.

<https://suburbanturku.wordpress.com/2017/12/24/jalkapallo-on-urheilulajien-kuningas-myos-turun-seudulla-impivaaran-halli-ei-vastaa-taman-paivan-tarpeita/>

Jalkapallon suosio kasvussa – EPS ja LEPA nosteessa Espoossa. 2014. Kymppipaikka. Sisällöstä vastaa kymppipaikka.fi.

<http://www.kymppipaikka.fi/Junnufutis/Jalkapallon-suosio-kasvussa-EPS-ja-LePa-nosteessa-Espoossa>

Jokinen, M. 2017. 4 haastetta, jotka B2B-myyntin johtajan tulee selittää pärjätäkseen ostamisen murroksessa.

<https://blogi.myyntinmaailma.fi/4-haastetta-b2b-myyntijohtajalle>

Kukkanen, R. 2016. Jalkapallon harrastajamäärä kasvaa edelleen Suomessa hurjaa vauhtia – 138 231. Suomifutis. Sisällöstä vastaa suomifutis.

<https://www.suomifutis.com/2016/10/jalkapallon-harrastajamaara-kasvaa-suomessa-edelleen-hurjaa-vauhtia-138-231/>

Kunnalliset hankinnat. 2016. Elinkeinopoliittika. Sisällöstä vastaa Kuntaliitto. Viitattu 28.11.2018

<https://www.kuntaliitto.fi/asiantuntijapalvelut/elinvoima-ja-tyollisyys/kuntien-elinkeinopoliittika/kunnalliset-hankinnat>

Laki julkisista hankinnoista ja käyttöoikeussopimuksista. 2016. Sisällöstä vastaa Finlex. Viitattu 3.12.2018

<https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2016/20161397>

Laws of the game. 2018. The international football association. Viitattu 16.11.2018

<http://www.theifab.com/laws/the-field-of-play-2018/chapters/goals-2018>

Menestyksellinen kaupallistaminen. Menestyvä yritys verkkosivun artikkeli. Sisällöstä vastaa menestyayritys.com

<http://www.menestyvayritys.com/menestyksellinen-kaupallistaminen.html>

Mitä B2B-myynti on tänään? 2017. Mercuri. Sisällöstä vastaa Mercuri.

<https://mercuri.fi/mita-b2b-myynti-on-tanaan>

Myyntin ja markkinoinnin uudet roolit 2018. Myyntin ja markkinoinnin verkkolehti. Sisällöstä vastaa MMA.

<https://lehti.mma.fi/tyo-ura/myyntin-ja-markkinoinnin-uudet-roolit>

Nortio, J.2018. Tunnista asiakkaan ostoprosessi. Myyntin ja markkinoinnin verkkolehti. Sisällöstä vastaa MMA.

<https://lehti.mma.fi/tyo-ura/tunnista-asiakkaan-ostoprosessi>

Ohje turvallisten pelimaalien valmistukseen, hankintaan ja ylläpitoon. 2011. Tukes ja Suomen Palloliitto. Sisällöstä vastaa Tukes. Viitattu 2.11.2018

<https://tukes.fi/documents/5470659/6372871/Ohje+turvallisten+pelimaalien+valmistukseen%2C+hankintaan+ja+yllapitoon/a12414e6-1903-4f8b-80f3-82e2d0afecd2/Ohje+turvallisten+pelimaalien+valmistukseen%2C+hankintaan+ja+yllapitoon.pdf>

Pohjavirta Finland Oy toimitusjohtaja Petteri Savolaisen haastattelu 13.10.2018. Viitattu 16.10.2018.

Regulations for the UEFA Champions League 2018-21 cycle. UEFA.

[https://www.uefa.com/MultimediaFiles/Download/Regulations/uefaorg/Regulations/02/55/82/79/2558279\\_DOWNLOAD.pdf](https://www.uefa.com/MultimediaFiles/Download/Regulations/uefaorg/Regulations/02/55/82/79/2558279_DOWNLOAD.pdf)

Suomessa on 312 tekonurmea: täällä on heikoin hallitilanne. Sisällöstä vastaa Savon Sanomat. Viitattu 3.11.2018.

<https://www.savonsanomat.fi/urheilu/jalkapallo/Suomessa-on-312-tekonurmea-Kuopion-tilanne-selvästi-keskitasoa-heikempi/765966>

Tero Auvinen, 2018. SLA seminaari.

<https://www.sla-ry.fi/@Bin/262560/Tero+Auvinen+SLA+seminaari+2018.pdf>

The definite guide to soccer goal safety. 2016. Soccer Source. Sisällöstä vastaa soccersource.com.

<https://www.soccersource.com/blogs/soccer-source-blog/guide-to-soccer-goal-safety>

Tytön surmannut jalkapallomaali kaatui ilmeisesti leikin tuoksinnassa. 2009. Sisällöstä vastaa YLE. Viitattu 2.10.2018.

<https://yle.fi/uutiset/3-5966429>

Viinämäki, P. 2017. Miten voittaa B2B-myyntin yleiset haasteet? 4 myyntin konkaria vastaa. B2B-myynti.

<https://blog.advanceb2b.com/fi/miten-voittaa-b2b-myyntin-haasteet-vastaukset>

## Kyselyn saatekirje

Hei!

Olen Markus Tölkö Turun Ammattikorkeakoulusta ja teen opinnäytetyönäni tutkimusta Suomen kuntien ja kaupunkien jalkapallomaaleista. Opinnäytetyöni tarkoituksena on selvittää mitä tulee ottaa huomioon jalkapallomaaleja myytäessä kunnille ja pitkän tähtäimen tavoitteena on saada kenttien käyttäjille, niin pelaajille kuin kenttähenkilökunnalle parhaat mahdolliset maalit. Oheisen kyselyn tarkoituksena on tehdä markkinakartoitusta yleisesti jalkapallomaaleista ja saada kuva jalkapallon suosiosta ja sen vaikutuksesta maaleihin. Kyselyyn vastaaminen vie n. 2 minuuttia. Arvostan suuresti, jos ehdit vastaamaan kyselyyn, ja autat minua opinnäytetyöni kanssa.

Arvomme vastanneiden kesken 3 kpl merinovillaisia North Outdoor Arctic 260 vetoketjupoolo paitoja. Olen henkilökohtaisesti yhteydessä voittajiin joulukuussa. Paitoja miesten ja naisten malleina.

<https://www.northoutdoor.com/tuote/arctic-260-vetoketjupoolo-n11502q01/>

Kiitos paljon ajastasi!

<https://link.webpolsurveys.com/R/47E1C85B3B21D483>

## Markkinakartoitus kysely

Kyselyn kysymykset:

1. Kuinka suosittua jalkapallo on kaupungissa/kunnassa? (Seuratoiminta/Harrastus aktiivisuus)
2. Kuinka monta jalkapallokenttää kaupungissa/kunnassa on?
3. Onko kaupungissa/kunnassa jalkapallohalli?
4. Kuinka monta jalkapallomaalia kaupungissa/kunnassa on?
5. Kuinka vanhat jalkapallomaalinne ovat? (Keskiarvo)
6. Kuinka paljon kaupungissa/kunnassa budjetoidaan liikuntavälineiden kunnostukseen/hankintaan vuodessa?
7. Onko kaupungilla/kunnalla hankintasopimus jalkapallomaaleista?
8. Mikäli kaupungilla/kunnalla on hankintasopimus niin kenen kanssa?
9. Mistä olette aiemmin hankkineet jalkapallomaalinne?
10. Jos olette aiemmin hankkineet jalkapallomaalit joltain muulta toimittajalta niin keneltä?
11. Kuinka tyytyväisiä olette nykyisiin jalkapallomaaleihinne
12. Onko teillä ollut ongelmia nykyisten jalkapallomaalienne kanssa?
13. Jos teillä on ollut ongelmia maalienne kanssa niin mitä?
14. Onko teillä standardin täyttäviä jalkapallomaaleja? (Kaatumaton maali)
15. Onko teillä hankintaan vaikuttavia erityistarpeita jalkapallomaalien suhteen? (esim. poikkeuksellinen maalin syvyys yms.)
16. Jos teillä on erityistarpeita jalkapallomaalien suhteen niin mitä?
17. Mistä kanavista etsitte tietoa jalkapallomaaleista, kun hankinta on ajankohtaista?
18. Jos etsitte tietoa jalkapallomaaleista jostain muualta, niin mistä?
19. Vapaa sana. Onko teillä toiveita liittyen jalkapallomaaleihin?