

Opinnäytetyö (AMK)

Liiketalous

2019

Markku Elo

# URHEILUTAPAHTUMAN TALOUDELLINEN HYÖTY SALON SEUDULLE

**TURKU AMK**   
TURKU UNIVERSITY OF  
APPLIED SCIENCES

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Liiketalous

2019 | 28 sivua, 3 liitesivua

Markku Elo

# URHEILUTAPAHTUMAN TALOUDELLINEN HYÖTY SALON SEUDULLE

Urheilukilpailuja ja -tapahtumia järjestetään vuosittain ympäri Suomea monessa eri lajissa. Urheilutapahtumiin osallistuvia saapuu tapahtumiin eri puolelta Suomea ja maailmaa. He käyttävät tapahtuman aikana rahaa tapahtuma-alueen eri palveluihin.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää urheilutapahtumien osallistujien tuomaa taloudellista hyötyä Salon seudun urheiluseuroille, yrityksille ja palveluille.

Opinnäytetyöni on kvantitatiivinen tutkimus, jossa selvitetään kyselyn avulla osallistujien rahan käyttöä tapahtuman aika Salon seudulla neljässä eri urheilutapahtumassa. Kyselyn avulla selvitetään osallistujien mahdollisia rahankäytön kohteita tapahtuman aikana.

Urheilutapahtumien aikana osallistujat käyttivät rahaa Salon seudun palveluihin, mutta myös tapahtumapaikan kahviloihin. Melkein puolet vastaajista käytti rahaa majoittautumiseen tapahtuman aikana Salossa. Urheilutapahtumat tuovat hetkellisiä ja pitkäaikaisia taloudellisia vaikutuksia Salon seudulle.

ASIASANAT:

Urheilutapahtuma, Urheiluseura, Rahankäyttö

BACHELOR'S | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Business

2019 | 28, 3

Markku Elo

## THE ECONOMIC BENEFIT OF THE SPORTS EVENT IN SALO REGION

Sports competitions and events are held in Finland every year in many different sports. Participants in sports events arrive to the events from all around Finland and the world. During the event they spend money on various services in the event area.

The purpose of this thesis is to find out the economic benefits of sports events for the sports clubs, companies and services in Salo region.

This thesis work is a quantitative study which is used to survey the use of participants' money at the time of the event in Salo region in four different sports events. The questionnaire will help to identify the participants' potential use of money during the event.

During sports events participants spent money on services in the Salo region and also on the venue's cafes. Almost half of the respondents spent money on accommodation during the event in Salo. Sports events bring momentary and long-term economic effects to the Salo region.

### KEYWORDS:

Sports event, Sports club, Use of money

# SISÄLTÖ

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>6</b>
<b>2 URHEILUTAPAHTUMA</b>	<b>7</b>
2.1 Mastersuinnin lyhyen radan Suomen mestaruuskilpailu	7
2.2 Ankkurirastit	8
2.3 Kultahippufinaali	8
2.4 SM-maastojuoksut	9
<b>3 URHEILUTAPAHTUMAN TALOUDELLINEN HYÖTY ALUEELLE</b>	<b>10</b>
3.1 Urheilutapahtuman hyöty alueen yrityksille	10
3.2 Urheilutapahtuman hyöty järjestävälle seuralle	11
3.3 Urheiluturismi	11
<b>4 ASIAKASKÄYTTÄYTYMINEN</b>	<b>13</b>
4.1 Asiakaskäyttäytyminen urheilutapahtumassa	13
<b>5 OSTOKÄYTTÄYTYMINEN</b>	<b>15</b>
5.1 Ostokäyttäytyminen urheilutapahtumassa	15
5.2 Rahan käyttö tapahtumapaikalla	16
<b>6 TUTKIMUSMENETELMÄT</b>	<b>17</b>
6.1 Tutkimuksen tarkoitus ja tavoitteet	17
6.1.1 Tutkimuskysymykset	18
6.2 Tutkimusongelmat	18
<b>7 TUTKIMUSTULOKSET</b>	<b>19</b>
7.1 Ikä ja taustatieto	19
7.2 Majoittautuminen tapahtuman aikana	21
7.3 Rahan käyttö tapahtuman aikana	22
<b>8 POHDINTA</b>	<b>25</b>
<b>LÄHTEET</b>	<b>28</b>

## **LIITTEET**

Liite 1. Urheilutapahtuman taloudellinen merkitys Salon talousalueelle kysely	29
---	----

## **KUVAT**

Kuva 1. Ikä.	19
Kuva 2 Osallistun tapahtumaan?	20
Kuva 3. Majoitutko tapahtuman aika Salon seudulla?	21
Kuva 4. Jos vastasit edelliseen Kyllä, niin paljonko mahdollisesti käytät rahaa majoitukseen?	21
Kuva 5. Paljonko rahaa mahdollisesti käytät tapahtuman aikana Salon seudun ravintolapalveluihin?	22
Kuva 6. Paljonko rahaa mahdollisesti käytät Salon seudun vähittäistavarakauppoihin?	23
Kuva 7. Kuinka paljon mahdollisesti käytät rahaa tapahtumapaikalla?	23
Kuva 8. Paljonko mahdollisesti käytät rahaa muihin ostoksiin Salon seudulla?	24

# 1 JOHDANTO

Sain Salon kaupungin liikuntatoimen Seuraparlamentilta toimeksiannon lähteä tutkimaan urheilutapahtumien taloudellista merkitystä Salon seudulle. Toimeksiantajaa kiinnosti urheilutapahtumiin osallistuvien rahankäyttö ja rahankäytön kohteet. Seuraparlamentti saa tutkimuksen kautta tärkeitä tietoja tapahtumien taloudellisesta hyödystä Salon seudulle.

Tutkimukseen valikoitui Seuraparlamentin ehdottamat urheilutapahtumat, jotka järjestettiin Salon seudulla kevään 2018 aikana. Tapahtumat olivat Mastersuinnin lyhyen radan SM-kisat, suunnistuksen kansallinen kilpailu Ankkurirastit, nuorten ampujien Kultahippu-finaali ja maastojuoksun SM-kilpailut. Jokaiseen urheilutapahtumaan odotetaan noin 1 000 osallistujaa. Tapahtumat ovat kilpailijoille maksullisia, mutta katsojille ja huoltajille ilmaisia.

Urheilutapahtumat ovat Salon kaupungille tärkeitä tapahtumia ja nostavat niitä esille brändikäsikirjassaan. Salo on tunnettu urheilukaupunki ja Salon alueen urheiluseurat ovat menestyneet monissa eri lajeissa.

Urheilutapahtumia järjestetään Suomessa vuosittain tuhansia ja ympäri maailmaa miljoonia. Tapahtumakävijöiden ikähaitari kattaa kaikki aina vastasyntyneistä yli satavuotiaisiin asti. Urheilutapahtumien kävijät ovat kilpailijoita, faneja, huoltajia, valmentajia, vanhempia tai muuten vain urheilusta kiinnostuneita. Urheilutapahtumissa liikkuu kuitenkin aina rahaa ja paikallisten tapahtumien tuomasta taloudellisesta hyödystä alueelle ei ole tehty tutkimusta. Tutkimuksessa lähdän kartoittamaan tapahtumaosallistujien rahankäyttöä tapahtumapaikalla.

## 2 URHEILUTAPAHTUMA

Urheilutapahtumat tai -kilpailut ovat kaikille avoimia tapahtumia tulla seuraamaan urheilua, osa tapahtumista on maksullisia, mutta suurin osa Suomessa järjestettävistä urheilutapahtumista on vapaa pääsy katsojille. Kilpailijoille ne ovat kauden päätavoitteita tai valmistavia kilpailuja päätavoitteita varten.

Urheilutapahtumia järjestetään vuosittain eri puolilla maapalloa ja järjestettävät urheilutapahtumat voidaan jakaa neljään eri luokkaan tapahtuman koon mukaan. Suurimmat ja maapallon laajuiset tapahtumat, kuten Olympialaiset ja jalkapallon maailmanmestaruuskilpailut ovat kokoluokaltaan suurimpia urheilutapahtumia. Muiden lajien maailmanmestaruuskilpailut kuuluvat seuraavaan koko luokkaan ja pienin koko luokka on paikalliset urheilutapahtumat, jotka vaikuttavat maantieteellisesti hyvin pienellä alueella. Paikallisia urheilutapahtumia on kuitenkin eniten ja liikuttavat ihmisiä hyvin paljon maan sisällä, mutta myös ulkomaille asti. Urheilutapahtumat ovat paikallisesti tärkeitä ja ne tuovat ihmisiä tapahtumapaikoilla ja niiden ympäristöön. (Funk 2008, 5.)

Lajikohtaisesti tapahtumat eroavat toisistaan hyvin paljonkin. Esimerkiksi suunnistuskilpailuissa, tapahtumapaikka sijaitsee melkein aina maastossa tai pellolla ja se on järjestäjien toimesta sinne pystytetty. Kun taas yleisurheilukilpailuissa tapahtuma on aina urheilukentällä, mistä kaikki tarvittavat toiminnot löytyvät yleensä jo valmiina. Eri lajien kilpailuiden ja tapahtumien järjestäminen vaatii aina lajista riippuen talkooväkeä, jotka tekevät seuratyönä ison osan tapahtumien valmisteluista ja rakentamisesta.

### 2.1 Mastersuinnin lyhyen radan Suomen mestaruuskilpailu

Salon Uimarit ry on salolainen uinti- ja vesiliikunnan erikoisseura, joka tarjoaa lapsille, nuorille ja aikuisille mahdollisuuden harrastaa vesiliikuntaa. Salon Uimarit ovat saaneet järjestettäväksi alueellisia ja valtakunnallisia uintikilpailuja sen jälkeen, kun Salon kaupunki remontoi Salon uimahallin uuteen uskoon. (Salon Uimarit 2018.)

Uintiurheilussa masterslajeja ovat uinti, uimahypyt ja vesipallo. Uinti on suosituin masterslaji. Mastersuinnin kilpasarjat alkavat 25 ikävuodesta alkaen ja sarjat vaihtuvat viiden vuoden välein. Mastersuinti on tarkoitettu perustekniikan omaaville aikuisuimareille, jotka haluavat parantaa ryhmässä kuntoa, uintitekniikkaa ja tavata uusia tuttavuuksia.

Mastersuinneissa on tarjolla eri uintikilpailuja ja jopa maailmanennätyksistäkin pidetään kirjaa. Suomessa järjestetään vuosittain kolmet avoimet mestaruustason mastersuintikilpailua: 25 metrin radalla, 50 metrin radalla ja Supermasters 25 m radalla. (Uimaliitto 2018.)

## 2.2 Ankkurirastit

Ankkurirastien järjestävä seura on salolainen Angelniemen Ankkuri, joka tunnetaan yhtenä Suomen parhaista kilpailujärjestäjistä. Seura on perustettu vuonna 1946. Seura pyrkii toiminnallaan luomaan jäsenille mahdollisuuksia harrastaa suunnistusta Salon seudulla. Ankkuri järjestää vuosittain kahdet kilpailut, joista toinen on kansallinen suunnistuskilpailu Ankkurirastit ja toinen Suomen toiseksi suurin viestisuunnistustapahtuma Hallikko-viesti. (Angelniemen Ankkuri 2018.)

Ankkurirastit on keväällä järjestettävä kansallisen tason suunnistuskilpailu. Kilpailu on aina järjestetty keväällä heti lumien sulettua. Kilpailu on kerännyt yleensä Suomen parhaimmat suunnistajat paikalle, koska se on ensimmäisiä kotimaisia kilpailuja kevään alkavalla kilpailukaudella. Kilpailijamäärät tapahtumassa ovat vaihdelleet 1 000-2 000 kilpailijan välillä. (Angelniemen Ankkuri 2006, 37.)

## 2.3 Kultahippufinaali

Salon Seudun Ampujat ry on Salon seudun alueella toimiva ampumaseura. Seuran toiminnan tarkoituksena on kehittää ja ylläpitää urheiluammuntaan tarvittavaa taitoa, ruumiillista kuntoa ja henkistä vireyttä. Salon Seudun Ampujat ovat saaneet järjestettäväksi Kultahippufinaalin vuosina 2018 ja 2019 Salossa. (Salon Seudun Ampujat 2018.)

Kultahippufinaali on nuorille suunnattu ampumakilpailusarjan finaali. Lapset aloittavat kilpailun yleensä Kultahippukilpailuista. Kultahippu toiminnalla luodaan lapsille mahdollisuuksia olla mukana ampumaurheilun seura- ja kilpailutoiminnassa. Tytöt ja pojat ampuvat ikäluokittain samassa sarjassa. Ampuja saa kyseisen kilpailukauden aikana täyttää enintään sarjan mukaisen maksimi-ikänsä 14 ikävuotta. Kultahipuille järjestetään maakunnallisia ja alueellisia Kultahippukilpailuja sekä vuosittain valtakunnallinen Kultahippufinaali, mikä järjestettiin Salossa vuoden 2018 huhtikuussa ja järjestetään myös uudestaan Salossa vuonna 2019. (Ampumaurheiluliitto 2018.)



Kultahipputoiminnan ja -kilpailuiden toiminta ja sisältö on suunniteltu huomioiden lasten ja nuorten omat lähtökohdat, tarpeet ja valmiudet. Kilpailuissa toimitaan lasten ehdoilla ja pyritään siihen, että kilpailuista jää kaikille hyvä mieli ja mukavia muistoja. Tulosvertailua ei kisoissa korosteta ja mukana olevia aikuisia muistutetaan, että tapahtumissa mennään lasten ehdoilla. (Ampumaurheiluliitto 2018.)

#### 2.4 SM-maastojuoksu

Salon Vilpas ry:n yleisurheilujaoston toiminta alkoi vuonna 1912 ja ensimmäiset kisat järjestettiin vuonna 1913. Salon Vilppaassa annetaan kaikille toiminnassa mukana olleille mahdollisuus harrastaa yleisurheilua omien taitojensa ja tavoitteidensa mukaisesti. Seurassa pyritään luomaan hyvät mahdollisuudet salolaisille nuorille harrastaa yleisurheilua. (Salon Vilpas 2018.)

Perniön Urheilijat ry on salolainen yleisseura, jonka kotipaikkana toimii entinen kunta Perniö, joka nykyään kuuluu Saloon. Perniön Urheilijoiden yleisurheilujaoston tavoitteena on mahdollistaa nuorille ja lapsille monipuolista liikuntaa laadukkaasti. (Perniön Urheilijat 2018.)

Salon Vilpas ja Perniön Urheilijat järjestivät yhteisvoimin maastojuoksun Suomen mestaruuskilpailut Perniön Melassuolla toukokuussa vuonna 2018.

SM-maastot ovat vuosittain järjestettävät maastojuoksun Suomen mestaruuskilpailut. Tapahtuma on kaksipäiväinen ja jaettu niin, että veteraanit ja juniorit kilpailevat eri päivänä kuin aikuiset ja nuoret. Lauantaina kilpaillaan Suomen Aikuisurheiluliiton SM-maastojuoksukilpailut sekä junioreiden kansalliset Flying Finns -maastokisat. Sunnuntaina juostaan aikuisten ja nuorten SM-maastojuoksut.

Maastojuoksun Suomen mestaruuskilpailut on järjestetty vuosittain aina vuodesta 1913 alkaen, pois luettuna muutamat satunnaiset kerrat ja sotavuodet, milloin tapahtumaa ei ole järjestetty.

## 3 URHEILUTAPAHTUMAN TALOUDELLINEN HYÖTY ALUEELLE

Urheilutapahtumat tuovat kilpailijoita, huoltajia, valmentajia, talkoolaisia ja katsojia alueelle tapahtuman aikana eri puolelta Suomea tai jopa ympäri maailmaa. Kilpailijat ja kisaturistit tuovat alueelle rahaa ja sen vaikutuksia. Osallistumismaksujen lisäksi he käyttävät alueella tapahtuman aikana seudun palveluita ja näin vaikuttavat alueen talouteen positiivisesti. Mitä suurempi tai pitkäkestoisempi tapahtuma on sitä enemmän tapahtuma tuo taloudellista hyötyä alueelle. (Laakso, Kilpeläinen, Kostiainen & Susiluoto 2006, 75.)

Urheilutapahtumat luovat hetkellisesti alueen yrityksille lisääntyntä asiakasvirtaa ja mahdollista rahavirtaa toimialasta riippuen. Tiettyjen urheilutapahtumien osallistujat käyttävät rahaa aina hieman eri tavalla, mutta niiden väliltä löytyy myös paljon yhtäläisyyksiä. Urheilutapahtumat siis luovat kertaluontoisia taloudellisia impulsseja tapahtumapaikkakunnan yrityksille. (Laakso ym. 2006, 76.)

### 3.1 Urheilutapahtuman hyöty alueen yrityksille

Kilpailu- ja tapahtumakävijöiden rahavirrat ohjautuvat suurimmilta osin majoitus- ja ravintolapalveluita tarjoaville yrityksille ja tahoille. Majoituspalvelut hyötyvät kuitenkin tapahtumakävijöistä eniten. Varsinkin jos tapahtuma on monipäiväinen ja tulijoita on ympäri Suomea tai muista maista. Kaukaa tulevat haluavat majoittautua mahdollisimman lähelle tapahtumapaikkaa ja varsinkin suurille seuroille ja ryhmille majoitusta tarjoavista yrityksistä on eniten kysyntää lähialueilla. Ravintola-alalle rahavirrat riippuvat paljon siitä, minkälainen ravintolapalvelu on kyseessä. Urheilutapahtumasta riippumatta seuralaiset liikkuvat usein yhdessä porukassa linja-autolla tai omilla autoillaan, mutta pysähtyvät tai käyvät syömässä yhdessä. Ravintolapalvelut, jotka ovat tiloiltaan tarpeeksi suuret ja tarjoavat lounaspöytää ovat urheiluseurojen suosiossa ja tällaiset ravintolapalvelut tarjoavat vielä yleensä seura-alennusta urheiluseuroille. (Laakso ym. 2006, 85-86.)

Tapahtuman taloudelliset vaikutukset vaikuttavat kauemmas kuin tapahtumakaupungin rajat. Tieliikennepalvelut kuten huoltoasemat hyötyvät tästä laajoillakin alueilla tapahtuman aikana. Vähittäistavarakaupoissa tapahtuman tuoma hyöty ei näy niin selvästi,

koska tapahtumakävijät eivät välttämättä asioi niissä ja suurin osa ei tee tavallisia ruokaostoksia. (Laakso ym. 2006, 86.)

### 3.2 Urheilutapahtuman hyöty järjestävälle seuralle

Järjestävä seura pyrkii aina saamaan mahdollisimman hyvän tuoton järjestettävästä urheilutapahtumasta. Kilpailut ovat suurimmalle osalle seuroille tapahtumia, missä talkootyö muutetaan pääomaksi ja näin voidaan tukea tai kehittää seuran toimintaa. Urheilutapahtuman sijainti, markkinointi ja talkootyön määrä ovat suuressa roolissa tapahtuman tuoton kannalta.

Lajista riippuen kilpailupaikan sijainnin ja tilojen vuokraus on yleensä suurin kustannus. Tämän takia seurat pyrkivät tekemään yhteistyötä omistaja tahon kanssa kustannusten pienentämiseksi. Seurat pyrkivät sponsoroinnin ja yhteistyökumppaneiden kautta saada melkein kaikki tarvittavat tuotteet, palkinnot ja tarjottavat tapahtumaan. Sponsoroinnin kautta saadut tuotteet ovat suoraan verrannollisia tapahtuman positiiviseen tulokseen.

Kilpailu- ja osallistumismaksut kattavat yleensä suurimman osan tapahtumasta saadusta tuotosta, mutta näistäkin menee lajiliitolle tietty prosenttiosuus, joka pitää huomioida tuottoa arvioidessa. Kilpailun järjestäjät voivat kuitenkin määrittellä osallistumismaksujen suuruutta, mutta joissakin tapauksissa lajiliitto on määrittänyt kyseisen kilpailun osallistumismaksun suuruuden. Esimerkiksi suunnistusliitto perii porrastetusti osallistumismaksuista prosenttiosuuden aina 18 prosenttiin asti. (Suomen suunnistusliitto 2018.)

Urheiluseurat järjestävät tapahtuman melkein aina pelkästään talkoovoimin. Työvoiman palkkaaminen on oikeastaan mahdotonta, koska suurin osa seuroista on voittoa tavoittelematon yhdistys ja toiminta pyöritetään tapahtumien tuotoilla melkein kädestä suuhun. Urheiluseurat laittavat tapahtumien tuotot toimintaansa ja näin ylläpitävät seuran aktiivisuutta jatkoa ajatellen.

### 3.3 Urheiluturismi

Urheiluturismilla tarkoitetaan sitä, kun ihmiset matkustavat tietyn urheilulajin perässä maan sisällä tai ulkomaille asti. Urheiluturismi on nykypäivänä kasvavaa ja useat

yrityksetkin ovat alkaneet tarjoamaan urheilumatkoja ympäri maailmaa. Urheiluturistit voidaan jakaa karkeasti kahteen ryhmään, niihin, jotka matkustavat katsomaan tapahtumia ja niihin, jotka matkustavat itse osallistumaan tapahtumiin. Urheilun perässä matkustavat tuovat kohteeseen välittömästi rahaa. Tässä pitää kuitenkin huomioida urheilutapahtuman kokoluokka, mihin niin sanotut urheiluturistit olisivat suuntaamassa. Suuret tapahtumat, kuten maailmanmestaruuskilpailut ja suuremmat tapahtumat ovat suurimpia tapahtumia, mitkä liikuttavat ihmisiä ympäri maailmaa niitä seuraamaan. (Masterman 2012, 108-109.)

Urheiluturistit ja varsinkin elämysurheilijat ovat tärkeitä pienempienkin tapahtumien kannalta. Osa harrastajista hakee elämyksiä ja kokemuksia lajinsa parista ympärimaailmaa. Esimerkiksi maratonharrastajilta löytyy tilastot siitä, että kuka on juossut eniten maratoneja eri maissa ja suunnistajilta löytyy samankaltainen tilasto siitä, kuka on kerännyt eniten maita, missä on suunnistanut. (Country Marathon club 2018.)

## 4 ASIAKASKÄYTTÄYTYMINEN

Asiakaskäyttäytymisellä tarkoitetaan yksilöiden käyttäytymistä tietyissä asiakastilanteissa. Asiakaskäyttäytyminen muotoutuu ihmisillä eri tavalla ja jokainen toimii omalla tyyllillään eri tilanteissa. Yksilöllinen asiakaskäyttäytyminen ohjaa ihmisiä siihen, että miten valintoja tehdään, ostetaanko tuotetta paljon vai vähän tai mistä kyseinen tuote käydään hankkimassa. Nämä seikat vaikuttavat myös asiakastyytyväisyyteen positiivisesti tai negatiivisesti, riippuen siitä miten ja kuinka hyvin asiakkaan tarpeet tulivat tyydytettyä. (Bergström & Leppänen 2015.)

Asiakaskäyttäytymistä ohjaavat kaksi tekijää, ulkopuoliset ja kuluttajan henkilökohtaiset ominaisuudet. Ulkopuolisilla tekijöillä tarkoitetaan esimerkiksi yritysten ja eri tahojen markkinointitoimia, vallitsevaa kulttuuria tai taloudellista tilannetta. Kun taas henkilökohtaisia ominaisuuksia voi olla melkein mitä vain. Jotkut kuluttajat käyttäytyvät samanlaisessa tilanteessa hyvinkin eri tavalla, vaikka heillä olisi muuten samanlainen kulttuuritausta tai jokin muu tekijä. Asiakaskäyttäytyminen ilmenee kuluttajille hyvinkin erilaisina tapoina, valintoina ja totumuksina, mitä, mistä, milloin ja miten he hankkivat hyödykkeitä tarpeisiinsa. (Bergström & Leppänen 2015.)

### 4.1 Asiakaskäyttäytyminen urheilutapahtumassa

Kilpailu- tai tapahtumapaikalla tapahtuva asiakaskäyttäytyminen on erilaista mitä normaalisti. Urheilutapahtumissa asiakas odottaa elämyksiä ja kokemuksia. Asiakaskäyttäytyminen eroaa urheilutapahtumassa normaalista, koska tapahtumassa kuluttajan asiakaskäyttäytymiseen vaikuttavia tekijöitä on vaikeampi hahmottaa ja ennustaa. Jos hänen suosikkijoukkueensa voittaa tai oma lapsi tekee huippusuorituksen, itsestä riippumattomat urheilutulokset vaikuttavat kuluttajan asiakaskäyttäytymiseen tapahtuman aikana.

Jokaisella on erilaiset lähtökohdat siitä, että mitä he tapahtumasta tulivat hakemaan. Kilpailija todennäköisesti keskittyy omaan suoritukseensa, eikä näin kiinnitä muuhun huomiota kuin omaan kilpailuvalmistautumiseensa. Kun taas katsojat voivat eläytyä urheilutapahtuman tapahtumissa mukana, kokea elämyksiä ja suuria tunteita, mitkä vaikuttavat tämän asiakaskäyttäytymiseen tapahtumassa. Tunteiden vaikutuksen alaisena kuluttaja voi olla aivan erilainen asiakaskäyttäytymiseltään kuin normaalisti. Kuluttaja poikkeaa

siis normaaleista tavoistaan ja tottumuksistaan tapahtumassa. (Shank & Lybergon 2015, 517.)

## 5 OSTOKÄYTTÄYTYMINEN

Ostokäyttäytyminen määräytyy jokaisen yksilön kohdalla eri tavalla. Jotkut tarvitsevat enemmän aikaa harkintaan ostopäätöstä tehdessä, kun taas toiset toimivat hyvinkin impulsiivisesti ja tekevät ostopäätöksen. Jokaisella meistä on kuitenkin erilaiset lähtökohdat ostokäyttäytymisessä ja suurin tekijä tälle on taloudellinen lähtökohta. Toisilla on enemmän varaa kuluttaa kuin toisilla. (Vantaan ammattiopisto Varia 2016.)

Taloudellisen tilanteen jälkeen ostokäyttäytymistä voidaan tarkastella moneltakin eri kannalta ja tilanteesta riippuen. Taustatekijät, kuten ikä, uskonto, asuinpaikka, koulutus, perhetausta ja sukupuoli vaikuttavat yksilöiden ostokäyttäytymiseen. Myös jokaisen yksilöllinen ja oma elämäntyyli vaikuttaa ostopäätökseen. Elämäntyyliä ei voi lokeroida taloudelliseen tilanteeseen, koska joku voi ostaa kalliita tuotteita silti, vaikka taloudellinen tilanne olisikin heikko ja näin luoda vaikutelmaa elämäntyylistään. (Vantaan ammattiopisto Varia 2016.)

Ostotarve voi syntyä jo paljon ennen kuin hyödykkeen ostopäätös realisoituu. Ostotarpeet eivät ole yksilökohtaisia ja ostotarpeet voidaankin jakaa käyttötarpeeseen ja väline-tarpeeseen. Käyttötarpeella tarkoitetaan sitä, että hyödyke tulee juuri siihen käyttöön mihin se on tarkoitettukin. Välinetarpeella tarkoitetaan taas sitä, kun hyödyke ostetaan tukemaan esimerkiksi kuluttajan henkilökohtaista tyyliä tai elämäntapaa. (Vantaan ammattiopisto Varia 2016.)

Ostotarve tarvitsee vielä ostomotiivin ennen ostopäätöksen syntymistä. Ostotarve voi siis syntyä jo paljon aikaisemmin, mutta vasta oikea ostomotiivi laukaisee ostopäätöksen, kuten esimerkiksi alennus tai onnistunut mainos. Tällainen ostomotiivi on järkiperäinen ja helposti selitettävissä. Tunneperäiset ja tiedostamattomat ostomotiivit ovat yleisiä ja selittävät monesti niin sanotut heräteostokset. (Vantaan ammattiopisto Varia 2016.)

### 5.1 Ostokäyttäytyminen urheilutapahtumassa

Urheilutapahtumassa henkilön ostoskäyttäytyminen eroaa normaalista ostoskäyttäytymisestä niin, että urheilutapahtumassa ostospäätöksiin saattavat vaikuttaa enemmän tunteen ja urheilutulokset. Yksilön ostotarve syntyy tunneperäisestä ostomotiivista, jota

ohjaa esimerkiksi suosikkijoukkueen hyvin mennyt peli tai lempipelaajan loistavat suoritukset. (Vantaan ammattiopisto Varia 2016.)

Urheilutapahtumissa myytävät fanituotteet tai tapahtumatuotteet ovat yleensä suuressa suosiossa tapahtumapaikalla. Henkilökohtainen budjettikin saattaa helposti ylittyä, henkilö ei yleensä tarvitse perusteita ostopäätökselleen, kun ostos tapahtuu tunteen vallassa. Urheilutapahtumissa ihmiset saavat ja kokevat elämyksiä, jotka voivat laukaista heidän ostomotiivinsa tai sitten sammuttaa sen kokonaan. Melkein kaikilla ihmisillä on tunteita urheilua kohtaan ovat ne sitten positiivisia tai negatiivisia. Henkilökohtaiset kokemukset urheilusta tai urheilutapahtumista vaikuttavat eri tavalla yksilöiden tunteisiin kyseistä lajia kohtaan. (Vantaan ammattiopisto Varia 2016; Funk 2008, 4-5.)

## 5.2 Rahan käyttö tapahtumapaikalla

Tapahtumapaikalla osallistujien rahan käyttö riippuu hyvinkin paljon siitä, että minkälaisia palveluita tapahtumapaikalta löytyy. Myös kilpailijan ja katsojan rahan käyttö eroaa suuresti tapahtumapaikalla, koska heillä on erilaisia tarpeita ja näiden tarpeiden tyydytyminen riippuu paikalla olevista palveluista. Mitä palveluita tapahtumasta löytyy, määrittyy usein tapahtuman koon mukaan. Paikallisten pienen kokoluokan tapahtumien palvelu voi olla esimerkiksi vain kahvio tai grilli, kun taas isommissa tapahtumissa paikalla voi olla urheiluvälinevalmistajien esittelypisteitä, ravintoloita, tapahtumatuotteita ja muita palveluita. (Funk 2008, 4-5.)

Osalla tapahtumaosallistujista on tapana ostaa kisakahviosta järjestäjien tukemiseksi kahvin ja sämpylän traditiona, eivätkä tarkoituksella ota omia eväitä mukaan. Itsellänikin on tapana ostaa kisakahvi ennen omaa suoritusta ja tukea talkootyötä. Kyselyyn vastauksia kerätessäni kuulin monelta samanlaisia kommentteja.

Palveluiden lisäksi säällä on suuri vaikutus ulkotapahtumiin osallistujien rahan käytössä. Esimerkiksi vuoden 2016 Lappee-Jukola kärsi todella pahat tappiot, koska huono sää verotti oheis- ja ravintolamyynnistä isot osat. Huonolla säällä kilpailijat ja katsojat pyrkivät mahdollisimman nopeasti pois paikalta eivätkä jää kilpailupaikalle. Kauniilla ilmalla kilpailupaikalle voidaan jäädä seuraamaan kilpailua oman suorituksen jälkeen ja katsojillakaan ei ole kiire pois paikalta ja kahviosta saatavat viileät juomat maistuvat. (Yle 2016.)



## 6 TUTKIMUSMENETELMÄT

Työni on kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus. Tutkimuksesta tekee määrällisen se, että siinä käsitellään määrällisesti paljon aineistoa, jotka on kerätty survey-tutkimukselle oleellisella menetelmällä, kyselyn avulla. Tutkimus on tyypillinen survey-tutkimus, koska aineistoa kerätään standardoidusti. Tällä tarkoitetaan sitä, että kaikki kyselyn kysymykset ovat samoja kaikille siihen vastaaville. Kyselyn aineiston otannaksi tavoiteltiin noin 10 prosenttia tapahtumiin osallistuvista eli määrällisesti noin 400 vastausta. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009. 135-137, 139-42, 193-194.)

Tutkimuksen aineiston keruu toteutettiin kyselylomakkeella valituissa urheilutapahtumissa. Kysely toteutettiin Microsoft Forms nettikyselynä. Kysymysten analysointiin käytettiin Microsoft Formsin toimintoja ja tarkemmin vielä Microsoft Excelin kanssa. Kysymykset kartoittivat vastaajan ikää, rahan käyttöä Salon seudulla tapahtuman aikana ja mihin tapahtumaan vastaaja osallistuu. Kyselylomakkeessa oli kahdeksan kysymystä, jotta vastaajien olisi helppo vastata siihen ja kysymykset oli luotu niin, että ne olisivat mahdollisimman helpot ymmärtää. Kyselyn ulkoasu pidettiin myös pelkistettynä, ettei vastaajien tarvinnut keskittyä muuhun kuin vastaamiseen. Avoimia kysymyksiä oli yksi, mutta sekin vasta, jos oli vastannut edelliseen kysymykseen kyllä vaihtoehdolla. Näin nopeutettiin vastaajien käyttämää aikaa kyselyn täytössä, koska avoimiin kysymyksiin ei tarvinnut vastata monesti. (Hirsjärvi ym. 2009, 196-204.)

### 6.1 Tutkimuksen tarkoitus ja tavoitteet

Tutkimuksen tarkoituksena on kartoittaa urheilutapahtumien hyötyä tapahtuma-alueelle. Salossa ja Salon seudulla järjestetään vuosittain monia urheilutapahtumia eri lajeissa, mutta näiden tuomaa taloudellista hyötyä alueelle ja sen yrityksille ei ole aikaisemmin tutkittu. Tutkimuksessa kartoitetaan osallistujien mahdollista rahan käyttöä alueella tapahtuman aikana ja selvitetään osallistujien rahan käytön kohteita. (Hirsjärvi ym. 2009. 137-139.)

Tutkimus tehdään Salon seuraparlamentin toimeksiantona Salon kaupungille. Seuraparlamentti saa tutkimuksen kautta tärkeitä tietoja tapahtumien taloudellisesta hyödystä ja voivat näin luoda entistä parempia yhteistyökuvioita paikallisten yritysten kanssa. Salon

kaupungille tutkimus tuo myös tärkeää tietoa siitä, miten kannattavaa urheilutapahtumien järjestäminen Salolle on.

### 6.1.1 Tutkimuskysymykset

Tutkimuksen tutkimuskysymyksiksi valikoituivat seuraavat kysymykset, mihin tutkimuksessa lähdetään hakemaan vastauksia ja kehitysehdotuksia. (Hirsjärvi ym. 2009. 125.)

Onko paikallisista urheilutapahtumista hyötyä tapahtumakaupungille ja mihin urheilutapahtumien kävijät käyttävät rahaa tapahtuman aikana?

Miten järjestävien seurojen ja kaupungin kannattaisi tehdä yhteistyötä?

### 6.2 Tutkimusongelmat

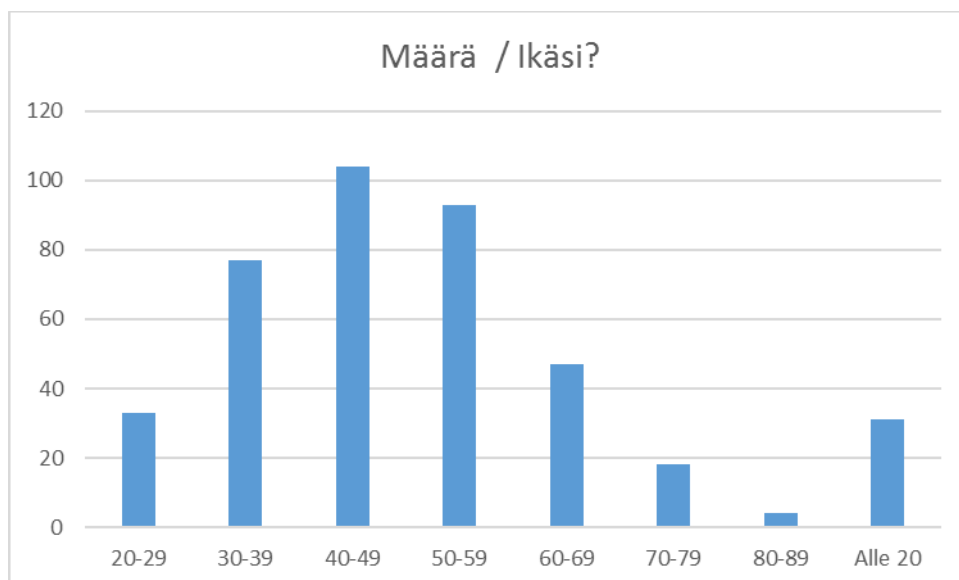
Tutkimuksen pätevyyttä voidaan tarkastella kyselyyn asetetuilla kysymyksillä. Tutkimuksen kyselyssä kerättiin vastauksia rahan käytöstä tapahtuman aikana. Kysymykset olivat aseteltu niin ettei niitä pitäisi ymmärtää toisin. Majoituksen hintaa kysyttäessä moni ei osannut tarkkaan sanoa sitä, että paljonko majoitus maksaa, koska seura oli hoitanut varauksen ja laskuttaa siitä vasta jälkikäteen. Tämä toistui jokaisessa neljässä tapahtumassa, missä vastauksia oltiin keräämässä. Tutkimus olisi toistettavissa muuallakin ja olisikin hyvä, jos joku tekisi tämän muualla Suomessa niin tuloksia voitaisiin tarkastella ja löytää yhtenäisiä tekijöitä. Tutkimuksen luotettavuutta voidaan mitata sillä, kun vastauksia kerättiin neljästä eri urheilutapahtumasta ja neljästä eri lajista, vastaukset olivat suurin piirtein samankaltaisia, eikä isoja heittoja eri kysymysten prosenttiosuuksissa löytynyt. Kysely toimii tutkimuksen mittarina. Kyselyn avulla sain tietoa osallistujien rahan käytöstä ja voidaan todeta, että suunniteltua ja oikeaa asiaa saatiin mitattua. Jatkotutkimuksena joku voisi lähteä kartoittamaan yritysten mahdollisia asiakasmäärien tai myynnin lisääntymistä urheilutapahtuman aikana. (Hirsjärvi ym. 2009. 231-232.)

## 7 TUTKIMUSTULOKSET

Tässä luvussa käydään kyselytutkimuksen tuloksia läpi kysymys kerrallaan. Kysymysten läpikäymisen jälkeen tulee pohdinta ja johtopäätösten osuus. Tutkimuskyselyyn kerättiin vastauksia neljässä eri urheilutapahtumassa Salon seudulla. Kyselyyn kerättiin vastauksia iPad-laitteiden avulla tapahtumapaikalla. Tapahtumat olivat Salon uimareiden lyhyen radan mastersmestaruuskilpailut 24.3.2018, Perniön urheilijoiden Sm-Maastot 6.5.2018, Salon Seudun Ampujien Kultahippufinaali 21.4.2018 ja Angeliemen Ankkurin Ankkurirastit 15.4.2018. Kyselyn tavoitteena oli saada 100 vastausta jokaisesta tapahtumasta, yhteensä 400 vastausta. Vastauksia saatiin kerättyä yhteensä 407 kappaletta ja tavoite täyttyi.

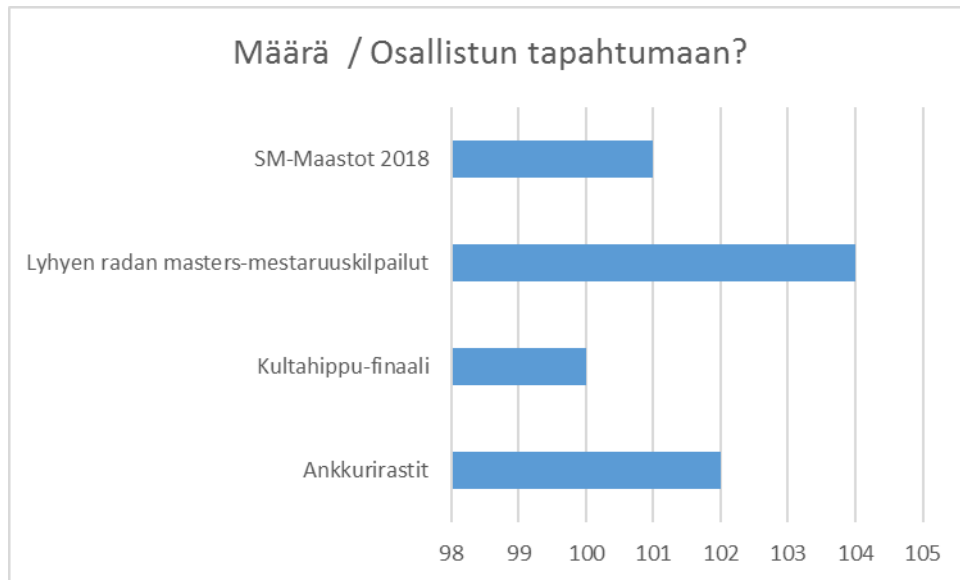
### 7.1 Ikä ja taustatieto

Ensimmäisessä kysymyksessä kysyttiin vastaajan ikää, jonka avulla saatiin kartoitettua vastaajien ikäjakaumaa. Vastausvaihtoehtoja oli 8. Alle 20 vuotiaasta kymmenen vuoden välein aina 89 vuotiaaseen asti. Suurin osa vastaajista osui 40-49 ikävuoden väliin.



Kuva 1. Ikä.

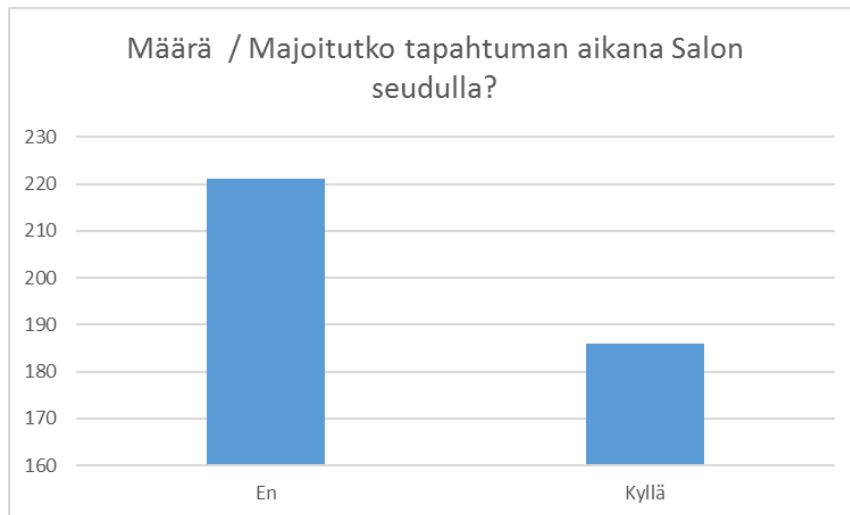
Toisessa kysymyksessä kartoitetaan, että mihin tapahtumaan vastaaja osallistuu. Tavoitteena oli saada 100 vastausta/tapahtuma ja tämä tavoite täyttyi. Vastausten avulla voidaan tarvittaessa analysoida sitä, että mikä tapahtuma on mahdollisesti Salon seudulle eniten hyötyä tuottava.



Kuva 2 Osallistun tapahtumaan?

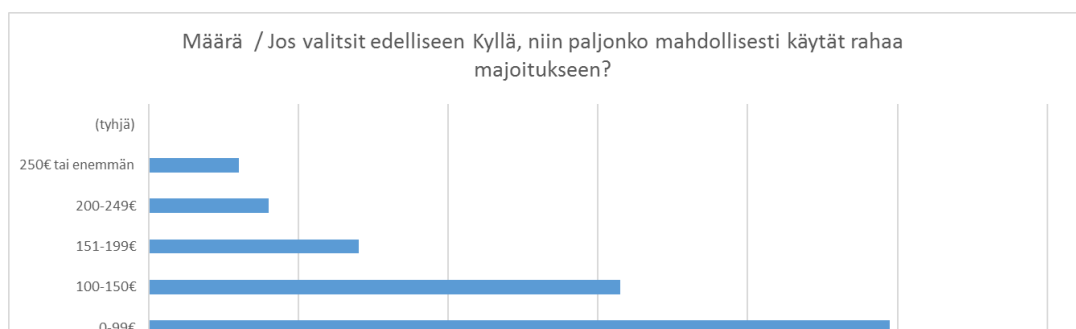
## 7.2 Majoittautuminen tapahtuman aikana

Kolmannessa kysymyksessä kartoitettiin vastaajien majoittautumista Salon seudulla. 407 vastaajasta vähän vajaa puolet ilmoittivat, että he olivat majoittuneet Salon alueella tapahtuman aikana. Kysymyksen vastauksia saattoi väärentää hieman se, että ihmiset eivät tienneet Salon seutua maantieteellisesti.



Kuva 3. Majoitutko tapahtuman aika Salon seudulla?

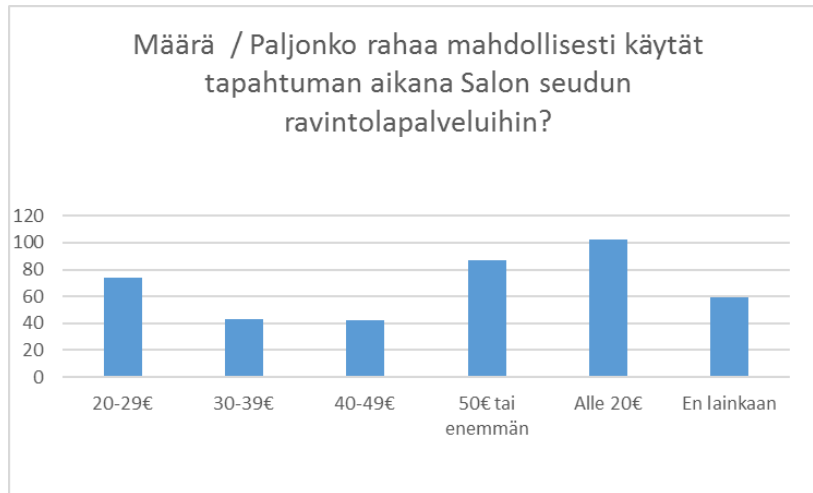
Neljännessä kysymyksessä kysyttiin majoittautujien käyttämää rahamäärää tapahtuman aikana majoituspalveluihin Salon alueella. 186 majoittautujasta 99 käytti majoittautumiseen rahaa 0-99€ ja toiseksi suurin määrä oli 100-150€ tämän summan majoittautumiseen käytti 63 henkilöä. Kysymyksen haasteena oli ryhmämajoittautumiset. Vastaajat eivät tienneet tai eivät olleet aivan varmoja kuinka paljon majoitus heidän osaltaan maksaisi.



Kuva 4. Jos vastasit edelliseen Kyllä, niin paljonko mahdollisesti käytät rahaa majoitukseen?

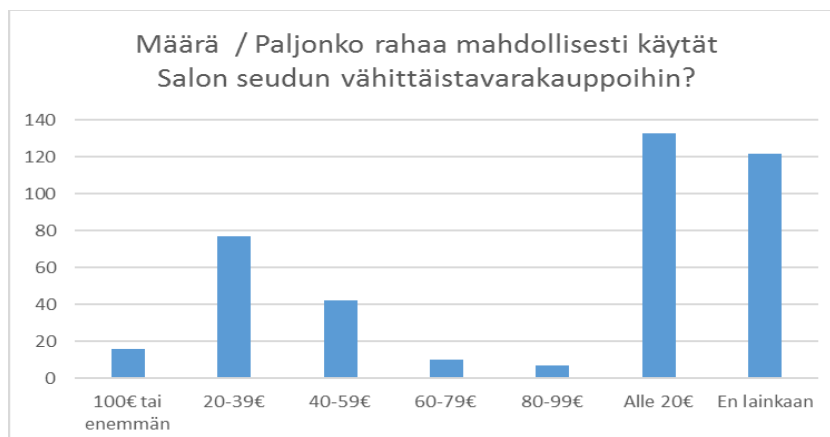
### 7.3 Rahan käyttö tapahtuman aikana

Viidennessä kysymyksessä kysyttiin osallistujien rahankäyttöä Salon seudun ravintolapalveluihin. Vastaajista 348 henkeä vastasi käyttävänsä rahaa ravintolapalveluihin urheilutapahtuman aikana. Suurin osa vastaajista käytti rahaa alle 30 euroa ravintolapalveluihin, mutta 87 henkeä kertoi käyttävänsä yli 50 euroa ravintolapalveluihin.



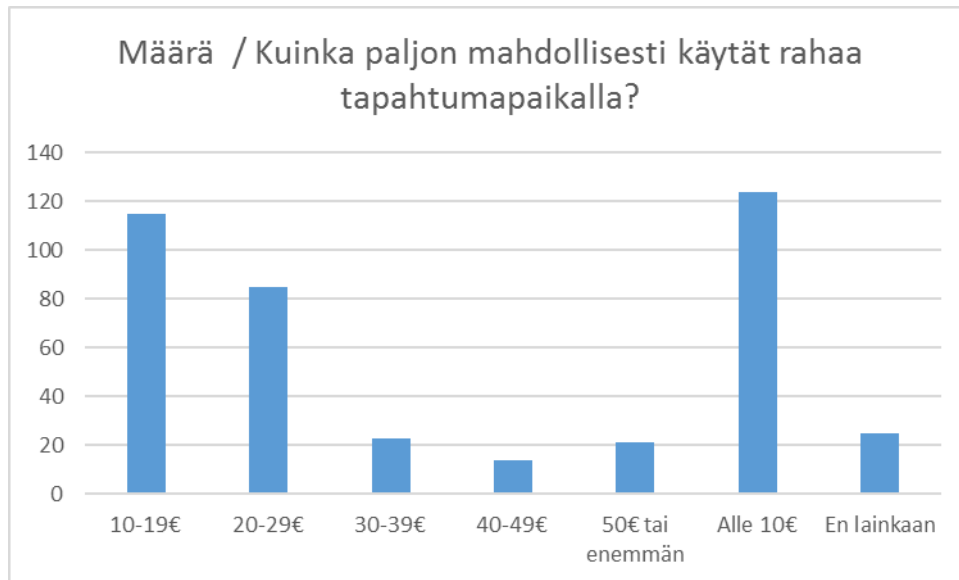
Kuva 5. Paljonko rahaa mahdollisesti käytät tapahtuman aikana Salon seudun ravintolapalveluihin?

Kuudennessa kysymyksessä kartoitettiin vastaajien rahankäyttöä Salon seudun vähittäistavarakaupoissa. Vastaajista suurin osa 133 henkeä käytti vähittäistavarakauppoihin rahaa 20€ tai vähemmän. Vastaajista taas 122 henkeä vastasi, ettei käytä rahaa lainkaan vähittäistavarakauppoihin.



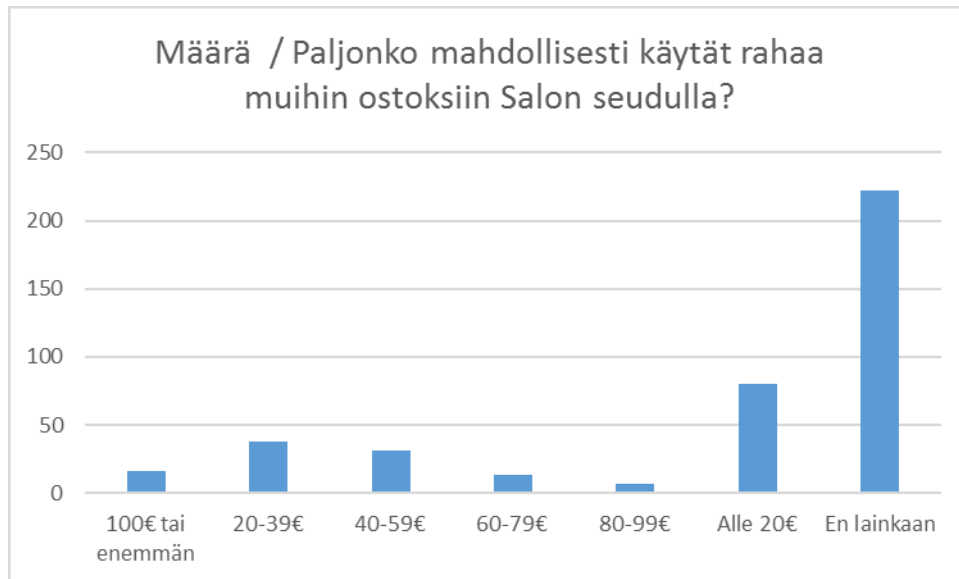
Kuva 6. Paljonko rahaa mahdollisesti käytät Salon seudun vähittäistavarakauppoihin?

Seitsemäs kysymys kartoitti vastaajien rahan käyttöä itse tapahtumapaikalla. Vastaajista vain 25 henkeä ilmoitti, ettei käytä tapahtumapaikalla rahaa lainkaan. Suurin osa eli 124 henkeä ilmoitti käyttävänsä alle 10€ kilpailupaikalla ja 115 henkeä ilmoitti käyttävänsä 10-19€. 20-29€ tapahtumapaikalla rahaa käytti 85 henkilö vastaajista.



Kuva 7. Kuinka paljon mahdollisesti käytät rahaa tapahtumapaikalla?

Kahdeksas ja viimeinen kysymys koski muuta rahan käyttöä Salon seudulla. Kysymys oli vastaajille hieman epäselkoinen ja harva vastaajista ymmärsi vastata auton tankkaamiseen menneet kustannukset. Kysymys olisi pitänyt asetella hieman toisin. Vastaajista 222 henkeä ilmoitti, ettei käytä muihin ostoksiin yhtään rahaa Salon seudulla.



Kuva 8. Paljonko mahdollisesti käytät rahaa muihin ostoksiin Salon seudulla?



## 8 POHDINTA

Tyypillinen urheilutapahtumaan osallistuva henkilö on innokas lajinsa harrastaja, joka matkustaa harrastuksensa mukana hankkimaan elämyksiä. Hän on valmis käyttämään tietyn summan rahaa osallistuakseen urheilutapahtumaan. Majoitusta varatessaan hän miettii mahdollisimman hyvää sijaintia, mutta myös mahdollisimman edullista hintaa. Kilpailupaikalla hän käyttää rahaa kisakahviossa asioimiseen tai uusien välineiden hankkimiseen. Tapahtuman ja oman suorituksen jälkeen hän piipahtaa lounaalla paikallisessa huoltoasemassa ja jatkaa matkaansa kohti kotia.

Tutkimuksessa kartoitettiin ihmisten rahan käytön kohteita tapahtuman aikana Salossa ja Salon seudulla. Kyselyyn vastastasi, noin 4000 tuhannesta, 407 osallistujaa. noin 10% otannan avulla pystyy lähteä analysoimaan tapahtumien tuomaa hyötyä alueelle.

Suurin osa vastaajista oli 40-49 - vuotiaita. He ovat joko innokkaita liikunnanharrastajia tai huoltajina matkassa mukana. He käyttävät rahaa tapahtumapaikoilla tapahtuman aikana herkemmin kuin esimerkiksi kilpailuun valmistautuvat huippu-urheilijat, mutta miettivät myös majoitusta tai ruokapaikkaa hakiessaan mukavuutta ja helppoutta hinnan sijaan.

407 vastaajasta 186 ilmoitti majoittautuvansa tapahtuman aikana Salon seudulla. Majoituspalveluiden käyttöaste on varmasti ollut tapahtumien aikana korkeammalla, mitä normaalisti kevään aikana. Varsinkin kauempaa matkustavat pyrkivät majoittautumaan ennen urheilutapahtumaa matkustuksen rasituksen minimoimiseksi, ettei urheilusuoritus siten kärsisi tästä. Majoituspalveluita käytettiin aika laidasta laitaan, Majoittujia oli hotelleissa ja isommissa leirikeskuksissa riippuen henkilömäärästä. Seurojen järjestämät majoitukset ovat yleensä isompia ja vähän halvempia leirikeskuksia, mutta pienemmät yksittäiset autokunnat pyrkivät valitsemaan majapaikan mahdollisimman läheltä tapahtumapaikkaa ja päätyvät yleensä valitsemaan hotellin. Yksittäiset majoittajat käyttävät suhteessa enemmän raha majoituspalveluihin kuin isommat seurat yhteismajoitukseen. Majoituspalveluiden ja seurojen välinen yhteistyö voisi ohjata osallistujia paremmin majoittautumaan tapahtuma-alueelle, mutta myös saada mahdollisesti perittyä hieman enemmän hintaa ohjaamalla osallistujia yhteistyön kautta käyttämään esimerkiksi yhteistyökumppanin hotelleja.

Ravintolapalveluihin ja varsinkin huoltoasemien, kuten ABC:n ja Shell:in ravintoloihin ohjautui tapahtumaosallistujia sijaintiensa puolesta. Ne sijaitsevat melkein kaikkien reitin varrella ja pystyvät helposti käsittelemään isotkin ruokailijamäärät, joten ne ovat varsinkin isoimmille seurueille ideaaliset pysähdys-/ruokailupaikat. Useimmat seurat ilmoittavat vielä tulostaan etuajassa. Myös kisakahviot ovat suurimman osan suosiossa ja osa käykin niissä ihan tradition mukaan tukemassa talkootyötä. Kisakahvilaan suurin osa käyttää jonkin verran rahaa, ostaa hän sitten munkkikahvin tai juoman. Kisakahvilan tuomat tuotot menevät melkein aina järjestävän seuran hyödyksi. Itselläni on ainakin tapana asioida kisakahvilassa ja näin tukea järjestävää seuraa, ettei tapahtumat alkaisi kuihtua pikkuhiljaa pois. Koen itse ainakin, että muutkin ajattelevat tällä tavalla tukevansa suoraan järjestävää seuraa ja heidän mahdollisia yhteistyökumppaneita.

Tapahtumien taloudelliset vaikutukset ovat huomattavissa alueen eri toimialoilla, mutta pitkäaikaisia vaikutuksia näistä ei synny. Valitettavasti pienten ja keskisuurten urheilutapahtumien vaikutukset eivät ole seudun yrityksille pitkäkantoisia vaan juuri pieniä myyntipiikkejä pitkin vuotta, mutta ei voida sanoa, etteivätkö paikalliset yritykset hyötyisi urheilutapahtumien järjestämisestä alueella. Jos tapahtumia ja kilpailuja ei järjestettäisi niin monien majoituspalveluiden käyttöaste jäisi näinä päivinä heikommaksi ja ravintoloiden myynti pienemmäksi.

Pitkäaikaiset vaikutteet voivat kuitenkin syntyä järjestävän seuran ja paikallisten yritysten välillä yhteistyönä, joka hyödyttää molempia osapuolia. Pitkäaikaisia taloudellisia hyötyjä urheilutapahtuman tuovat myös järjestävälle urheiluseuralle. Osallistumismaksut, oheistuotteet ja kisaravintoloiden/-kahviloiden tuotot menevät suoraan seuran hyväksi. Näillä tuotoilla seura rahoittaa toimintaansa ja antaa talkootyön tehneille palkkion siinä, että seuran toiminta pysyy aktiivisena eikä kuihtu pois. Urheiluseurat järjestävätkin urheilutapahtumia siksi, että pystyvät pyörittämään toimintaansa jatkossakin tapahtumien tuotoilla ja näin arvostaa seuran aktiivijäseniä ja talkoovoimia jatkossakin. Kaupungin yrityksille ja palveluille tästä syntyy pitkäaikaista hyötyä, kun urheiluseurat pysyvät aktiivisina ja järjestävät urheilutapahtumia jatkossakin. Urheiluseurojen aktiivinen urheilutapahtumien järjestäminen mahdollistaa myös nuorten ja uusien seuralaisten perehdytyksen tapahtumajärjestelyihin. Aktiivinen toiminta tarvitsee jatkuvuutta ja uusia tekijöitä vanhojen tilalle. Urheilutapahtumat ovat todella hyvä keino kouluttaa tulevia tapahtumajärjestäjiä seuran omista jäsenistä. Ilman aktiivista perehdyttämistä urheiluseurat kuihtuisivat pikkuhiljaa pois ja urheilutapahtumatkin loppuisivat aikanaan, eikä niistä saataisi sitten enää mitään hyötyä.

Kaupungin ja urheiluseuran yhteistyö voi myös olla pelkästään viestintää alueella tapahtuvista urheilukilpailusta tai -tapahtumista. Yhteinen viestintä olisi molemmille osapuolille hyvin tärkeää, koska se hyödyntäisi molempia osapuolia ja toisi esille kaupungin kiinnostusta urheilua kohtaan ja seuran tapahtumia sellaistenkin tietoon, jotka eivät välttämättä seuraa urheiluseuran viestintäkanavia. Esimerkiksi useamman päivän kestäviä urheilutapahtumia tulisi pyrkiä mainostamaan ja viestimään eri kanavissa jo hyvissä ajoin, että paikalliset yritykset huomasivat nämä ja olisivat valmiina ottamaan tapahtumaosallistujia vastaan ja pystyisivät ennakoimaan mahdollista asiakaspiikkiä. Yritysten kannalta aikainen viestintä lisää valmiuksia myös nostaa esimerkiksi majoitusten hintaa hieman ja näin ollen saada vielä isompi kate yhdestä varauksesta, mutta myös mahdollistaa urheiluseuran kanssa tehdyn yhteistyön, mistä seura saisi tietyn prosenttiosuuden kilpailusivujen kautta tai tiettyä etukoodia käyttämällä varatuista hotellihuoneiden hinnasta.

Urheilutapahtumat tuovat kaupungille ja tapahtuma alueelle positiivista imagoa. Urheiluseurojen ja kaupungin yhteistyö luo ihmisten mielissä positiivista mielikuvaa siitä, että urheilu ja liikunta ovat tärkeässä asemassa kaupungin toiminnassa. Urheilutapahtumat luovat hetkellisiä taloudellisia hyötyjä tapahtumakaupungin yrityksille ja palveluille, mutta myös pitkäaikaisvaikutuksia urheiluseurojen toimintaan ja näin varmistavat urheiluseurojen aktiivisen toiminnan urheilutapahtumien järjestäjänä.

## LÄHTEET

- Angelniemen Ankkuri ry 2006. Angelniemen Ankkuri 60 vuotta. Raisio: Newprint.
- Angelniemen Ankkuri 2018. Yleistä Angelniemen Ankkurista. Viitattu 8.10.2018 <http://www.angelniemenankkuri.com/index.php?page=yleista>.
- Ampumaurheiluliitto 2018. Liitto. Viitattu 18.11.2018 <https://www.ampumaurheiluliitto.fi/Liitto/>.
- Bergström, S & Leppänen, A. 2015. Yrityksen asiakas markkinointi. Viitattu 7.4.2019. <https://www.ellibslibrary.com/book/978-951-37-6616-0>.
- Country marathon club 2018. Member list and stats. Viitattu 21.2.2019 <https://www.countrymarathonclub.com/member-list--stats>.
- Funk, D. 2008. Consumer behaviour in sport and events. Marketing action. Butterworth-Heinemann.
- Hirsjärvi, S; Remes, P & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.
- Laakso, S; Kilpeläinen, P; Kostianen, E & Susiluoto, I. 2006. Kisojen aluetaloudelliset vaikutukset. Teoksessa M, Nylund; S, Laakso & S, Ojajärvi. (toim.). Urheilu, maine ja raha. Tutkimuksia vuoden 2005 yleisurheilun MM-kisoista. Helsinki: Gaudeamus Kirja. 73-99.
- Masterman, G. 2012. Strategic sports event management. Olympic edition. New York: Routledge.
- Perniön Urheilijat ry 2018. Yleisurheilu. Viitattu 18.11.2018 <http://www.peu.fi/yleisurheilu/>.
- Salon Uimarit ry 2018. Viitattu 18.11.2018 <https://www.salonuimarit.fi/>.
- Salon Seudun Ampujat ry 2018. Viitattu 18.11.2018 <https://www.sasa.fi>.
- Salon Vilpas ry 2018. Yleisurheilujaosto. Viitattu 17.11.2018 <https://salonvilpasyu.sporttisaitti.com/>.
- Shank, D, M & Lyberger, R, M. 2015. Sports marketing. A strategic perspective. New York: Routledge.
- Suomen suunnistusliitto 2018. Kilpailu. Viitattu 20.2.2019 <https://www.suunnistusliitto.fi/kilpailu/kilpailujen-jarjestaminen/kilpailulupa-liittyvat-maksut/>.
- Uimaliitto 2018. Masters. Yleistä. Viitattu 17.11.2018 <https://www.uimaliitto.fi/masters/yleista/>.
- Vantaan ammattiopisto Varia 2016. Ostokäyttäytyminen. Viitattu 18.11.2018 [http://www.verkko-varia.fi/taydentavat/markkinointi/?page\\_id=54](http://www.verkko-varia.fi/taydentavat/markkinointi/?page_id=54).
- Yle 2016. Lappee-Jukola teki pahat tappiot surkean sään vuoksi – järjestäjä pulassa. Viitattu 20.2.2019. <https://yle.fi/uutiset/3-9256173>.

## Urheilutapahtuman taloudellinen merkitys Salon talousalueelle kysely

1. Ikäsi?

Alle 20

20-29

30-39

40-49

50-59

60-69

70-79

80-89

2. Osallistun tapahtumaan?

Lyhyen radan masters-mestaruuskilpailut

Ankkurirastit

Kultahippufinaali

SM-Maastot 2018

3. Majoitutko tapahtuman aikana Salon seudulla?

Kyllä

En

4. Jos valitsit edelliseen Kyllä, niin paljonko mahdollisesti käytät rahaa majoitukseen?

0-99€

100-150€

151-199€

200-249€

250€ tai enemmän

5. Paljonko rahaa mahdollisesti käytät tapahtuman aikana Salon seudun ravintolapalveluihin?

En lainkaan

Alle 20€

20-29€

30-39€

40-49€

50€ tai enemmän

6. Paljonko rahaa mahdollisesti käytät Salon seudun vähittäistavarakauppoihin?

En lainkaan

Alle 20€

20-39€

40-59€

60-79€

80-99€

100€ tai enemmän

7. Kuinka paljon mahdollisesti käytät rahaa tapahtumapaikalla?

En lainkaan

Alle 10€

10-19€

20-29€

30-39€

40-49€

50€ tai enemmän

8. Paljonko mahdollisesti käytät rahaa muihin ostoksiin Salon seudulla?

En lainkaan

Alle 20€

20-39€

40-59€

60-79€

80-99€

100€ tai enemmän