

KIHUn julkaisusarja nro 3
ISBN 952-99049-6-7



*Seppo Laakso, Päivi Kilpeläinen, Eeva Kostianen,
Ilkka Susiluoto*

Yleisurheilun MM2005- kisojen aluetaloudelliset vaikutukset

*Kaupunkitutkimus TA Oy
Kilpa- ja huippu-urheilun tutkimuskeskus KIHU
Jyväskylä 2006*



YLEISURHEILUN MM2005-KISOJEN ALUETALOUDELLISET VAIKUTUKSET

Seppo Laakso¹, Päivi Kilpeläinen¹, Eeva Kostainen¹, Ilkka Susiluoto²

¹ Kaupunkitutkimus TA Oy

² Helsingin kaupungin tietokeskus

Copyright © 2006 KIHU ja Kaupunkitutkimus TA Oy

Kaikki oikeudet pidätetään. Tämän julkaisun tai sen osan jäljentäminen ilman tekijän kirjallista lupaa painamalla, monistamalla, äänittämällä tai muulla tavoin on tekijänoikeuslain mukaisesti kielletty.

ISBN 952-99049-6-7

Kilpa- ja huippu-urheilun tutkimuskeskus KIHU, Jyväskylä 2006

SISÄLTÖ

Alkusanat	4
1 Tutkimuksen tausta, tavoitteet ja toteutus	5
2 Yleisurheilun MM2005-kisat Helsingissä – yhteenveto	10
2.1 Kisojen perustiedot	10
2.2 Vertailuja muihin kisoihin ja tapahtumiin	14
3 Suur tapahtuman taloudellisten vaikutusten mekanismit	17
3.1 Eri näkökulmia suur tapahtumien taloudellisiin vaikutuksiin	17
3.2 Aluetaloudellisten vaikutusten mekanismit	18
4 Vaikutukset muissa suur tapahtumissa – kirjallisuuskatsaus	24
4.1 Olympialaisten taloudelliset vaikutukset	24
4.2 Tuloksia Göteborgin vuoden 1995 yleisurheilun MM-kisojen taloudellisista vaikutuksista	26
4.3 Muiden suur tapahtumien taloudellisia vaikutuksia	28
4.4 Tapahtumia Helsingissä	31
4.5 Yhteenvetoa ja johtopäätöksiä alan tutkimuskirjallisuudesta	33
5 Kisojen toimijat sekä raha- ja palveluvirrat	34
5.1 MM2005-kisojen toimijat sekä raha- ja palveluvirrat	34
5.2 Kisojen infrastruktuuri sekä investointi- ja kunnostushankkeet	38
5.3 Kisaorganisaation ja yhteistyökumppanien toimintatalous	44
6 Kisavieraat ja rahavirrat aluetalouteen	49
6.1 Pääsyliput kisoihin	49
6.2 Kisavieraat ja heidän rahankäyttönsä haastattelujen mukaan	50
6.3 Ulkomaiset kisaturistit rajahaastattelujen mukaan	57
6.4 Kisavieraiden määrä ja rahankäyttö	59
7 Kisojen vaikutukset yrityksille	62
7.1 Matkailua palvelevat yritykset liiketoimintaindikaattoreiden mukaan	62
7.2 Vaikutukset matkailua palveleviin yrityksiin yrityshaastattelujen mukaan	71
7.3 Kisat yhteistyöyritysten näkökulmasta	77
7.4 Johtopäätöksiä kisojen vaikutuksista yrityksille	84
8 Taloudelliset kerrannaisvaikutukset	86
8.1 Laskelman aineisto	86
8.2 Alueellinen panos-tuotosmenetelmä ja panos-tuotosmalli	87
8.3 Tulokset	90
8.4 Yhteenveto ja johtopäätökset kerrannaisvaikutuksista	92
9 Kisat pääkaupunkiseudun kaupunkien ja Suomen valtion talouden näkökulmasta	94
9.1 Pääkaupunkiseudun kaupunkien ja valtion panostukset kisoihin	94
9.2 Kuntien ja valtion tuotot kisoista	95
10 Kisat yritysten ja pääkaupunkiseudun markkinoinnin tukena	99
10.1 Kisat markkinoinnin tukena pääkaupunkiseudun yritysten näkökulmasta	99
10.2 Pääkaupunkiseudun näkyvyys ja markkinointi asiantuntijoiden näkökulmasta ..	100
11 Yhteenvetoa, johtopäätöksiä ja keskustelualoitteita	104
11.1 Yhteenvetoa ja johtopäätöksiä kisojen aluetaloudellisista vaikutuksista	104
11.2. Keskustelualoitteita urheilun suur tapahtumien järjestämisestä	111
Lähdeluettelo	114

Kirjallisuus.....	114
Muut lähteet	116
Liite A. Tiedonkeruu	118
Liite B. Helsinki 2005 kisaorganisaatio.....	120
Liite C. Yrityshaastattelut.....	121
Liite D. MM2005-kisojen hyödyt ja haitat yrittäjien näkökulmasta	122

Alkusanat

Tämä tutkimus on tehty opetusministeriön toimeksiannosta ja rahoituksella, osana laajempaa suurtaapahtumien yhteiskunnallista vaikuttavuutta selvittävää tutkimuskokonaisuutta. Tutkimuksen valvonnasta ja koordinoinnista on vastannut Kilpa- ja huippu-urheilun tutkimuskeskus. Toimeksiantajien odotuksena on ollut saada vastauksia mm. seuraaviin kysymyksiin:

- Minkälaisien mekanismien kautta urheilun suurtaapahtumien taloudelliset vaikutukset syntyvät?
- Kuinka suuria taloudellisia vaikutuksia Helsingin vuoden 2005 yleisurheilun MM-kisat aiheuttivat ja miten vaikutukset kohdentuivat eri osapuolille?
- Miten MM2005-kisojen taloudellisista vaikutuksista saatavaa tietoa voidaan hyödyntää tulevien suurtaapahtumien järjestämisessä ja rahoittamisessa?

Tutkimuksen tekijöiden kannalta projekti on ollut äärimmäisen kiinnostava ja haastava. Esitämme lämpimät kiitokset opetusministeriölle sekä Kilpa- ja huippu-urheilun tutkimuskeskukselle viisaasta panostamisesta ajankohtaiseen ja tärkeään tutkimusteemaan. Erityisesti kiitämme tutkimuskokonaisuuden koordinaatioryhmän puheenjohtajaa, opetusministeriön ylijohtajaa Harri Syväsalmea, liikuntaneuvos Seppo Paavolaa sekä Kilpa- ja huippu-urheilun tutkimuskeskuksen johtajaa Jukka Viitasaloa edellytysten järjestämisestä tutkimuksen tekemiselle ja julkaisemiselle. Kiitämme professori Heikki A. Loikkasta hyvistä neuvoista ja kommentteista sekä kaikkia koordinaatioryhmän ja tutkimuksen ohjausryhmän jäseniä antoisista keskusteluista ja positiivisesta palautteesta tutkimuksen kuluessa.

Tutkimuksen tekeminen ei olisi ollut mahdollista ilman monipuolisia aineistoja kisoihin liittyvästä toiminnasta, taloudesta ja kisavieraista. Kiitämme kisaorganisaatiota, erityisesti talousjohtaja Arto Kuusista, raporteista, aineistoista ja vastauksista kysymyksiimme koskien kisojen järjestämistä ja taloutta. Kiitämme Helsingin, Espoon ja Vantaan kaupunkien, Stadion-säätiön, Teknillisen korkeakoulun ylioppilaskunnan sekä lukuisten muiden kisojen sidosryhmien edustajia raporteista ja aineistoista sekä haastatteluilla saaduista arvokkaista tiedoista. Kiitämme haastattelututkimuksiin osallistuneita kisojen yhteistyöyrityksiä ja matkailua palvelevia yrityksiä positiivisesta suhtautumisesta tutkimukseen sekä haastatteluilla saaduista arvokkaista tiedoista. Kiitämme myös Laurea ammattikorkeakoulun lehtori Anu Eteläahoja ja opiskelijoita kisavieraisten haastatteluista sekä Tietoykkönen Oy:tä hyvin toteutetuista yrityshaastatteluista. Kiitämme Tilastokeskuksen asiakaskohtaista suhdannepalvelua toimialakohtaisista liiketoimintakuvaajista, jotka ovat kansainvälisesti verrattuna ainutlaatuisia tämältyyppisissä tutkimuksissa.

Tutkimuksen tekijät

1 Tutkimuksen tausta, tavoitteet ja toteutus

Helsingin olympiastadionilla järjestettiin yleisurheilun MM-kilpailut (jatkossa MM2005) elokuussa 2005. Tapahtuma kesti yhdeksän päivää 6.-14.8.2005. Kisat olivat suurin Suomessa koskaan järjestetty urheilutapahtuma. Tapahtumaan osallistui noin 1 800 urheilijaa yli 200 eri maasta. Kisatapahtumiin myytiin noin 370 000 lippua ja noin 130 000 henkilön arvioitiin seuranneen kisoja olympiastadionilla. Lisäksi kisoissa oli noin 2 700 median edustajaa.

Kisat ja siihen eri tavoin kytkeytyvä muu toiminta vaikuttavat monella tavalla paitsi kisojen järjestämiseen osallistuvien organisaatioiden talouteen, myös Helsingin seudun ja osin myös laajemman alueen talouteen. Suomen valtio ja pääkaupunkiseudun kunnat tukivat eri tavoin kisojen järjestämistä ja saivat puolestaan erilaisia välittömiä ja välillisiä hyötyjä tapahtumasta.

Urheilun, kulttuurin ja muiden suurtapahtumien taloudellisista ja muista yhteiskunnallisista vaikutuksista käydään vilkasta keskustelua. Niihin kohdistuu paljon sekä paikallista että kansainvälistä kiinnostusta median kautta. Suurtapahtumien uskotaan yleisesti hyödyttävän taloudellisesti tapahtumapaikkakunnan ja sen ympäristön aluetaloutta, kuntia, valtiota tai yrityksiä. Monissa kansainvälisissä tutkimuksissa on todettu, että viime vuosina kunnat, alueet ja alueelliset elinkeinoelämän organisaatiot ovat olleet huomattavasti halukkaampia saamaan urheilun suurtapahtumia alueelleen kuin järjestelyvastuussa olevat urheiluorganisaatiot. Tosin tämä havainto ei sellaisenaan päde Helsingin MM2005-kisoihin etenkin Helsingin kaupungin osalta. Suurtapahtuman vaikutus aluetalouteen on eri asia kuin tapahtuman taloudellinen tulos. Tapahtumajärjestämisen taloudellinen tasapaino riippuu monista epävarmoista tekijöistä ja riski siitä, että tapahtumat tuottavat järjestäjälle tappiota, on varsin suuri. Tapahtuman talous, aluetalous ja julkinen talous ovat kuitenkin tiiviisti nivoutuneet yhteen: valtio ja kunnat tukevat useimpien suurtapahtumien järjestämistä vaihtelevilla panoksilla ja toisaalta saavat niiden kautta välittömästi ja välillisesti veroja sekä muita tuloja.

Suurtapahtumien taloudesta käytävä keskustelu liittyy oleellisesti myös suurtapahtumien infrastruktuurin – kuten stadionit, areenat, muut tapahtumapaikat – toteuttamiseen ja rahoittamiseen. Tulisiko yhteiskunnan vai yksityisen sektorin vastata tapahtumapaikkojen rakentamisesta ja ylläpitämisestä? Miten ne tulisi rahoittaa? Kuinka tehokkaassa ja tuottavassa käytössä tapahtumia palveleva infrastruktuuri on suurtapahtumien välisenä aikana. Miten niiden kannattavuutta tai yhteiskunnallista hyötyä tulisi arvioida?

Tutkimuksen tavoitteet ja lähestymistapa

Urheilun suurtapahtuman taloudellisten vaikutusten lähtökohtana on urheiluviihteen kysyntä, se että ihmiset ovat kiinnostuneita urheilusta ja urheilukilpailuista sekä halukkaita käyttämään aikaansa ja rahaa urheiluviihteen kuluttamiseen. Tutkimus lähtee liikkeelle asiakkaan näkökulmasta eli miten mahdollistettiin ja hyödynnettiin ihmisten kiinnostus ja katso-

mishalukkuus MM2005-kisoja kohtaan. Kisojen kysyntään vastattiin tarjoamalla kaksi vaihtoehtoa: kisoja pystyi seuraamaan joko television/radion välityksellä tai paikan päällä. Kisojen suurimmat rahavirrat, jotka syntyivät televisiointisopimuksista, päätyivät kansainväliselle yleisurheiluliitolle IAAF:lle eikä niitä virrannut MM2005-kisojen järjestämiskuluihin eikä Helsingin seudun aluetalouteen. Nämä rahavirrat ovat pääosin myös tämän tutkimuksen ulkopuolella. Suomeen jääneet rahavirrat, joita tässä tutkimuksessa pääasiassa käsitellään, tulevat kisojen toteutumisen mahdollistavista investoinneista, kisojen järjestämisestä sekä kisaturisteilta.

Tutkimuksen tarkoituksena on arvioida MM2005-kisojen taloudellisia vaikutuksia ennen kaikkea Helsingin seudun aluetalouden näkökulmasta. Ensisijaisia tutkimusteemoja ovat:

- MM2005:n vaikutukset yritysten liiketoimintaan, kuten liikevaihtoon ja henkilöstömäärään,
- MM2005:n välittömät ja kerrannaisvaikutukset aluetalouden arvonlisäykseen ja työllisyyteen sekä vaikutusten alueellinen leviäminen Helsingistä laajemmalle seudulle ja koko maan tasolle,
- vaikutusten ajoittuminen ennen kisoja, kisojen aikana ja kisojen jälkeen,
- kuntien ja valtion panostukset kisoihin ja vaikutukset niiden verotuloihin sekä
- MM2005:n merkitys yrityksille ja julkiselle sektorille mm. markkinoinnissa ja imagon kehittämisessä.

Lähestymistapa perustuu aluetaloudellisen kysyntäimpulssin vaikutusmalliin, jossa eritellään kisojen aikaansaaman aluetalouden tulovirtoja analysoiden mm. seuraavia tekijöitä:

- kisoihin liittyvien investointien vaikutukset yrityksille,
- kisaorganisaation palvelujen ja tavaroiden ostot yrityksiltä,
- kisavieraiden rahavirrat alueen yrityksille,
- lisäkysynnän vaikutus hintoihin ja kustannuksiin,
- kisojen aikaansaamat syrjäytymisvaikutukset ja niiden vuoksi pois jäävät tulovirrat yrityksille,
- alueen asukkaiden toiminta ja rahankäyttö kisojen aikana,
- kuntien ja muiden julkisten organisaatioiden saamat tulovirrat ja niille aiheutuneet kustannukset sekä
- tulovirtojen aikaansaamat kerrannaisvaikutukset aluetalouteen, joita lasketaan alueellisella panos-tuotos-mallilla.

MM2005-kisojen taloudellisten vaikutusten analyysissä toimijat sekä raha-, palvelu- ja tavaravirrat jaetaan pääasiallisesti kolmeen osaan:

(1) Investoinnit kisojen infrastruktuuriin

- investoinnit olympiastadionilla ja muissa urheilupaikoissa,
- investoinnit kisakylässä sekä
- teihin, katuihin, yleisiin alueisiin ym. tehdyt investoinnit ja kunnostushankkeet.

(2) Kisojen järjestäminen

- kisaorganisaation toiminta sekä tavaroiden ja palveluiden ostot yrityksiltä,

- pääkaupunkiseudun kaupunkien tuottamat palvelut kisoja varten,
- valtion tuottamat palvelut kisoja varten sekä
- muiden yhteistyökumppaneiden toiminta sekä palvelut kisoja varten.

(3) Kisavieraiden toiminta

- kisavieraiden palveluiden ja tavaroiden ostot yrityksiltä ja kisaorganisaatiolta.

Investointien ja kisojen järjestämisen taloudellisten vaikutusten analyysi perustuu tässä tutkimuksessa eri toimijoiden välisten rahavirtojen selvittämiseen. Lähtökohtana ovat olleet kisojen infrastruktuurin omistajilta, kisaorganisaatiolta sekä pääkaupunkiseudun kaupungeilta ja Suomen valtiolta saadut tiedot niiden kisoihin liittyneistä tuloista ja menoista. Tutkimuksessa on analysoitu näitä rahavirtoja ja arvioitu niiden kanavoitumista aluetalouteen.

Kisavieraiden toiminnan taloudellisten vaikutusten analyysi on perustunut toisenlaiseen lähestymistapaan, jossa analyysiä on tehty sekä kisavieraista (maksajat) että matkailua palvelevista yrityksistä (saajat) lähtien. Haastattelututkimukset ovat antaneet perustietoja kisavieraiden ominaisuuksista ja rahankäytöstä. Tältä pohjalta on laadittu arvio kisavieraiden aluetalouteen välittämästä rahavirrasta ja sen suuntautumisesta (maksaja-näkökulma). Kisavieraiden nettovaikutusta yrityssectorille on arvioitu sekä yrityksille tehdyillä haastatteluilla että yritysten liiketoiminnasta laadituilla räätälöidyillä tilastoilla (saaja-näkökulma).

Aineistot

Kisoihin liittyvät raha-, palvelu- ja tavaravirrat sekä eri toimijoiden keskinäiset suhteet muodostavat erittäin monimutkaisen kokonaisuuden. Mistään yksittäisestä tilastoaineistosta tai muusta tietolähteestä ei ole ollut mahdollista saada kattavaa tietoa kisoihin liittyneistä taloudellisista tapahtumista ja niiden vaikutuksista. Tästä syystä tutkimuksessa on käytetty monipuolisesti eri tietolähteitä.

Tärkeimmät tietolähteet ovat olleet:

- kisaorganisaatiolta saadut tiedot kisojen toteutuksesta, tuloista ja menoista sekä kisaorganisaation ja muiden toimijoiden välisistä suhteista (haastattelut ja raportit),
- Helsingin, Espoon ja Vantaan kaupungeilta, Suomen valtiolta, Stadion-säätiöltä, Teknillisen korkeakoulun ylioppilaskunnalta sekä muilta keskeisiltä toimijoilta saadut tiedot investoinnista, palveluista, muusta toiminnasta kisojen hyväksi sekä rahoituksesta (haastattelut ja raportit),
- kisojen yhteistyöyritysten haastattelut,
- matkailua palvelevien yritysten haastattelut,
- kisavieraiden haastattelut,
- kisojen kannalta keskeisten toimialojen liiketoiminnasta Tilastokeskuksella teetetyt liiketoimintakuvaajat,
- muut tilastoaineistot, kuten majoitustilastot ja eri liikennevälineiden matkustajatilastot,
- erillistutkimukset, kuten Tilastokeskuksen laatimat rajahaastatteluaineistot Matkailun Edistämiskeskuksen (MEK) tilauksesta,

- muista urheilukilpailuista ja suur tapahtumista tehdyt tutkimukset sekä
- aikaisempien yleisurheilun MM-kisojen toimintaraportit.

Tutkimuksen kuluessa on haastateltu henkilökohtaisesti tai puhelimitse tai otettu yhteyttä sähköpostilla noin 35 kisaorganisaation ja kisojen yhteistyöorganisaatioiden edustajaan (ks. liite A). Yrityshaastattelut kisojen yhteistyöyrityksille (32 kpl) sekä matkailua palveleville yrityksille (noin 300 kpl) toteutettiin puhelinhaastatteluina, jotka teki Tietoykkönen Oy. Kisavieraiden haastattelut kisojen aikana (noin 300 kpl) toteutettiin Laurea ammattikorkeakoulun opiskelijoiden toimesta.

Raportin sisältö

Luvut 2-4 toimivat tiiviinä johdatuksena MM2005-kisoihin ja niiden taloudellisten vaikutusten tutkimukseen. Luvussa 2 esitetään tiivis yhteenveto MM2005-kisoista. Tässä esitellään kisaorganisaatio, keskeiset tapahtumat ja tärkeimmät numerotiedot. Lisäksi esitetään vertailuja vuoden 2005 kisojen sekä aikaisempien yleisurheilun MM-kisojen ja valittujen muiden urheilun suur tapahtumien välillä. Luvussa 3 esitellään suur tapahtuman taloudellisten vaikutusten mekanismeja sekä tämän tutkimuksen teoreettista lähestymistapaa alan kirjallisuuden ja tutkimustradition pohjalta. Luku 4 sisältää tiiviin tutkimuskatsauksen muiden merkittävien urheilutapahtumien taloudellisista vaikutuksista.

Luvuissa 5-10 kuvataan yksityiskohtaisemmin MM2005-kisojen taloutta sekä analysoidaan taloudellisia vaikutuksia eri näkökulmista. Luvussa 5 esitellään kisojen keskeiset toimijaryhmät sekä niiden väliset raha-, palvelu- ja tavaravirrat samoin kuin kisoja varten tehdyt investoinnit sekä varsinaisiin kisajärjestelyihin liittyneet taloustoimet. Luvussa 6 kuvataan kisavieraita sekä heidän rahavirtojaan aluetalouteen. Kisojen vaikutuksia yrityssectorille analysoidaan luvussa 7, eritellen vaikutukset matkailua palveleville yrityksille, kisojen yhteistyöyrityksille sekä investointeja toteuttaneille yrityksille. Kun luvussa 7 rajoitetaan suoriin vaikutuksiin, niin luvussa 8 analysoidaan taloudellisia kerrannaisvaikutuksia samalla jaotellulla kuin luvussa 7. Kisojen taloudellisia vaikutuksia erityisesti pääkaupunkiseudun kuntien ja Suomen valtion näkökulmasta analysoidaan luvussa 9. Luvun 10 aiheena on kisojen toimiminen yritysten ja pääkaupunkiseudun kuntien markkinoinnin tukena.

Lopuksi luvussa 11 vedetään tuloksia yhteen ja esitetään tutkimukseen perustuvia johtopäätöksiä sekä nostetaan esiin keskustelualoitteita urheilun suur tapahtumien kustannuksista, hyödyistä ja vaikutuksista eri näkökulmista.

Tutkimuksen organisointi ja tekijät

Tutkimus on tehty Opetusministeriön (OPM) toimeksiannosta ja rahoituksella. Tutkimus on osa laajempaa suur tapahtumien yhteiskunnallista vaikuttavuutta selvittävää tutkimuskokonaisuutta, jonka tarkoituksena on antaa taustatietoa urheilun suur tapahtumien taloudellisista vaikutuksista. Suur tapahtumien yhteiskunnallisten vaikutusten tutkimuskokonaisuutta on ohjannut Opetusministeriön nimeämä koordinoitiryhmä, jonka kokoonpano on:

- ylijohdaja Harri Syväsalmi, OPM, puheenjohtaja
- liikuntaneuvos Seppo Paavola, OPM, sihteeri

- pääsihteeri Juha Heikkala, OPM
- kulttuuriasianneuvos Liisa-Maria Hakala-Zilliacus, OPM
- johtaja Jukka Viitasalo, Kilpa- ja huippu-urheilun tutkimuskeskus
- professori Heikki A. Loikkanen, Helsingin yliopisto
- professori Hannu Itkonen, Jyväskylän yliopisto
- erikoistutkija Mats Nylund, Helsingin kaupungin tietokeskus
- kehitysjohtaja Pasi Mäenpää, MM kisaorganisaatio / Nuori Suomi ry
- tutkija Salla Koivusalo, Teknillinen korkeakoulu
- toimitusjohtaja, tutkija Seppo Laakso, Kaupunkitutkimus TA Oy

MM2005 taloudellisten vaikutusten tutkimuksen valvonnasta ja koordinoinnista on vastannut Kilpa- ja huippu-urheilun tutkimuskeskus (KIHU), jonka edustajana tutkimusta on valvonut johtaja Jukka Viitasalo. Tutkimusprojektia on ohjannut ryhmä, johon ovat kuuluneet:

- professori Heikki A. Loikkanen, Helsingin yliopisto
- liikuntaneuvos Seppo Paavola OPM
- asiamies Tiina Pasuri, Helsingin seudun kauppakamari
- johtaja Jukka Viitasalo, KIHU
- tutkija Ilkka Susiluoto, Helsingin kaupungin tietokeskus
- toimitusjohtaja, tutkija Seppo Laakso, Kaupunkitutkimus TA Oy
- tutkija Päivi Kilpeläinen, Kaupunkitutkimus TA Oy

Taloudellisten vaikutusten tutkimus käynnistyi toukokuussa 2005. Tutkimuksen ovat pääosin tehneet tutkijat Seppo Laakso ja Päivi Kilpeläinen Kaupunkitutkimus TA Oy:stä. Erikoistutkija ja Ilkka Susiluoto Helsingin kaupungin tietokeskuksesta on antanut hankkeelle asiantuntija-apua sekä laatinut luvussa 8 esitettävät laskelmat kisojen taloudellisten vaikutusten kerrannaisvaikutuksista. Kaupunkitutkimuksen tutkimusassistentti Eeva Kostainen on hankkinut ja käsitellyt tutkimustietoja sekä koonnut ja laatinut kirjallisuuskatsauksen alan tutkimuksesta. Taloustieteen opiskelija Kimmo Haapasalo Jyväskylän yliopistosta on oman pro gradu -työnsä osana haastatellut kisojen kannalta keskeisiä yritysjohtajia sekä osallistunut kirjallisuuskatsauksen laadintaan. Hän on myös oman urheilutaustansa pohjalta välittänyt tutkijoille arvokasta tietoa yleisurheilun reaali maailmasta.

Tutkijat ovat olleet mukana MM2005-kisoista tehtyjen eri tutkimusten tutkijaverkostossa, joka on kokoontunut vapaamuotoisesti Helsingin kaupungin tietokeskuksen erikoistutkijan Mats Nylundin koolle kutsumana.

2 Yleisurheilun MM2005-kisat Helsingissä – yhteenveto

2.1 Kisojen perustiedot

Järjestykseltään 10. yleisurheilun MM-kisat pidettiin Helsingissä 6.-14.8.2005. Kisat kestivät yhteensä yhdeksän päivää, joiden kuluessa nähtiin kolme maailmanennätystä ja yhdeksän maanosaennätystä. Kisalippuja myytiin sateisesta ja koleasta säästä huolimatta noin 370 000 kpl. Akkreditoituja kisavieraita oli yhteensä lähes 19 300, jotka edustivat 205 eri kansallisuutta. Näistä noin 7 000 oli ulkomaalaisia. Akkreditoituja olivat mm. lehdistön edustajat, urheilujoukkueen jäsenet, vapaaehtoiset, kisaorganisaation vieraat, IAAF henkilökunta ja kongressiedustajat. Odottamaton erityispiirre kisoissa oli sade. Yleensä kisojen ajankohtana sataa keskimäärin 20 millimetriä, mutta nyt vettä ropisi Ilmatieteen laitoksen Olympiastadionin mittauspisteeseen 103 millinä. Viikko 32 oli Helsingissä yhtä sateinen viimeksi 45 vuotta sitten.

Helsingin valinta kisakaupungiksi

Alun perin Kansainvälinen Yleisurheiluliitto IAAF myönsi vuoden 2005 MM-kisat Lontoolle vuonna 1999. Marraskuussa 2001 Lontoo joutui kuitenkin ilmoittamaan luopuvansa kisa-hankeesta, koska kaupunkiin suunnitellusta uuden stadionin rakentamishankkeesta luovuttiin. IAAF julisti kisat uudelleen haettavaksi. Helsingin hakemus, jossa allekirjoittajina olivat SUL ja Suomen valtio, jätettiin 28.2.2002 Kansainväliselle Yleisurheiluliitolle. Huhtikuussa 2002 Nairobissa pidetyssä IAAF:n hallituksen kokouksessa Helsinki tuli valituksi kisaisännäksi. Äänestyksessä se jätti taakseen Roomaan, Berliiniin, Budapestin ja Moskovan.

Toukokuussa 2002 perustettiin Yleisurheilun 2005 MM-kisoja valmisteleva työryhmä, joka kokoontui yhteensä neljä kertaa toukokuun ja syyskuun välisenä ajanjaksona. Syyskuusta eteenpäin kisojen järjestelystä alkoi vastata MM 2005 kisaorganisaatio, jonka toimitusjohtajaksi valittiin Antti Pihlakoski. IAAF johto vieraili Suomessa ennen kisoja vuosien 2003 - 2005 välisenä aikana yhteensä kuusi kertaa ja muita kisaisännyyteen liittyviä kokouksia pidettiin ulkomailla yhteensä neljä.

MM-kisojen myöntämiseksi IAAF edellytti Suomen valtion ja Helsingin kaupungin mukanaoloa kisajärjestelyissä. Lisäksi IAAF asetti vaatimuksia muun muassa osanottajien maahantuloon, tullimuodollisuuksiin, turvallisuuteen, telekommunikaatioon ja muihin vastaaviin suurkilpailuihin liittyviin seikkoihin liittyen. Kisoihin liittyvät suurimmat investoinnit olivat Otaniemen kisakylän laajentaminen ja Olympiastadionin itäkatsomon katoksen rakentaminen.

Vuonna 2003 Pariisin MM-kisoista käynnistyi Helsingin kisaisännyyttä esittelevä kiertue, joka käsitti yhteensä 10 yleisurheilukisan yhteyteen liittyvää promootiota. Ulkomailla kierrettiin Kultaisen Liigan yleisurheilukisoissa Italiassa, Ranskassa, Ruotsissa, Belgiassa, Saksassa ja Monacossa. Lisäksi vierailtiin Suomi-Ruotsi maaottelussa Göteborgissa. Kotimaassa kisoja esiteltiin eliittikisoissa kesällä 2004 Turussa, Tampereella ja Lahdessa.

Kisaorganisaatio

Kisaorganisaation puheenjohtajana toimi Ilkka Kanerva ja toimitusjohtajana Antti Pihlakoski (ks. liite B). Kisojen järjestelyorganisaatioon kuului kisojen toimitusjohtajan lisäksi 32 henkilöä mm. valtion sekä Helsingin, Espoon ja Vantaan kaupunkien edustajat. Kisojen järjestelyorganisaation lisäksi perustettiin 18 eri työryhmää vastaamaan tietyn osa-alueen toiminnan suunnittelusta ja toteutuksesta.

Kisoja järjestämässä oli yhteensä 50 henkilöä täysipäiväisesti. He koordinoivat ja vastasivat oman vastualueensa toimintojen sujuvuudesta. Henkilöstöstä kolme oli mukana SUL perusorganisaation kautta, kaksi henkilöä teki töitä oman toiminnan ohella, 17 ulkopuolisena palveluna yrityksen kautta ja loput kisaorganisaation palkkaamina.

Vapaaehtoisia oli kisojen järjestämisessä mukana yhteensä noin 3000, joista yksi kolmasosa oli kotoisin pääkaupunkiseudulta, yksi kolmasosa Uudeltamaalta ja yksi kolmasosa muualta Suomesta. Naisia vapaaehtoisista oli yli puolet ja vapaaehtoisista suurimman osa ikä oli 18 ja 30 välillä. Vapaaehtoisille järjestettiin viisi yhteistä koulutustilaisuutta, jossa kerrottiin yleisiä asioita kisoihin liittyen. Tämän lisäksi järjestettiin tulevaan tehtävään liittyvää erikoiskoulutusta. Suurin osa vapaaehtoisista sijoittui lähettitoimintaan, kilpailutoimintaan tai lääkintäpalveluihin ja antidopingiin. Kisaorganisaatio arvioi vapaaehtoisten työpanoksen arvoksi noin 5 milj.€. IAAF:n yhteistyöyritys Mizuno vastasi vapaaehtoisten vaatteista.

Julkisyhteisöjen rooli

Julkisyhteisöistä mukana olivat OPM Suomen valtion edustajana, Helsingin, Espoon ja Vantaan kaupungit ja YLE. Suomen valtio sitoutui kisoista aiheutuviin kustannuksiin tapiotakauksella. Lisäksi OPM osallistui Olympiastadionin itäkatsomon kattamiseen, Eläintarhan ja Otaniemen urheilukenttien kunnostamiseen, kisojen mediajärjestelyihin sekä kisojen jälkeen toteutettuihin arviointitutkimuksiin. Sisäasiainministeriö vastasi mm. turvallisuuden liittyvien läpivalaisulaitteiden hankinnasta ja poliisien palkka- ja ylityökorvauksista.

Helsingin kaupungin suurin kisapanostus oli rahoitusosuus Olympiastadionin kunnostamiseen. Pienemmällä summalla kaupunki osallistui Eläintarhan kentän peruskorjaukseen sekä järjestämiskustannuksiin. Lisäksi Helsingin kaupungin eri virastot, etupäässä liikuntavirasto ja rakennusvirasto, vastasivat omien budjettiensa kautta mm. liikuntapaikkojen, puistojen ja rantojen kunnostuksesta ja kaupungin kisailmeestä. Tämän lisäksi Helsingin kaupunki myönsi määrärahan avajaisten näkyvyyden ja yleisen kisailmeen kohottamista varten.

Espoon kaupunki osallistui sekä MM- että vammaisten EM-kisojen kustannuksiin. Investoinnit sisälsivät mm. Leppävaaran ja Otaniemen urheilukenttien kunnostustöitä. Vantaan kaupunki panosti myös omalla alueellaan, johon sisältyi mm. lentokentän kisailmeestä vastaaminen.

YLE vastasi kisojen televisioinnista ympäri maailman IAAF:n ja Dentsun kanssa tehdyn sopimuksen mukaisesti. Median edustajille järjestettiin ennen kisoja kuusi tilaisuutta vierailta kisapaikoilla ja testata omia laitteitaan. YLE ja kisaorganisaatio järjestivät mm. Helsingis-

sä kisojen tv- ja radioväen MM-kisakongressin, johon osallistui 24 yhtiötä kaikkiaan 15 maasta.

Muut yhteistyökumppanit

IAAF virallisia pääyhteistyöyrityksiä olivat kisoissa Epson, Eurovision, Mizuno, Seiko, TDK, Toyota ja TBS sekä tavarantoimittaja / palveluyritys Mondo.

Kisojen kotimaisia pääyhteistyöyrityksiä olivat Fazer Amica, Finnair, Fortum, Hartwall, Nokia Puustelli, TeliaSonera Finland ja Veikkaus. Lisäksi kotimaisia tavarantoimittaja / palveluyrityksiä olivat Edita Prima, ISS Services, Lainapeite, Muuttopalvelu Niemi, Scandic Hotels, Silja Line, Sony Finland, Suomen Posti, Toshiba Tec Nordic, Turo Tailor, Voglia ja UPM-Kymmene. Kisatuotteiden myyntiin edellyttävän lisenssin sai seitsemän yritystä. Nämä olivat Fanituote TJP Ky, Finnish Water Group, Jettaset, Marja Kurki, Rahapaja Insignia, TMF-trade ja Goodgame, joka vastasi kisatuotteiden myynnistä kisoissa ja internetissä.

Pääsyliput

Stadionin kokonaispaikkamäärä on 40 000 henkeä ja näistä paikoista 25 000 annettiin yleiseen myyntiin. Kansainväliseen lippumyyntiin laskettiin 4 000 lippua/tapahtuma ja kotimaanmarkkinoille 15 000 lippua/tapahtuma. 6 000 lippua/tapahtuma varattiin sponsoreille, muille yrityksille, suomalaisille ja ulkomaalaisille urheiluseuroille. Loput 15 000 paikkaa varattiin median, IAAF:n, urheilujoukkueiden, tuomareiden, toimitsijoiden ja kisaorganisaation käyttöön.

Ensimmäiset pääsylippupaketit laskettiin myyntiin heinä-elokuussa 2004, seuraava erä marras-joulukuussa 2004 ja yksittäisten pääsylippujen myynti aloitettiin 29.5.2005. Lisäksi lippuja sai ostaa paikan päältä kisojen aikana kisatorin lipunmyyntipisteestä. Pääsylipuista kertyi noin 17 milj.€ tulot kisaorganisaatiolle. Kisojen kotimaiset yhteistyöyritykset saivat palveluitaan tai tavaroiden toimituksia vastaan pääsylippuja, joiden arvoitua euromäärää ei voida suoraan laskea osaksi lipputulaja.

Stadion

Kisapaikkana oli Helsingin Olympiastadion, jonka varustelutaso ei lähtötilanteessa vastannut nykyaikaisten yleisurheilun suurkisojen vaatimuksia. Suurimpana kisainvestointina Helsingin kaupunki, valtio ja Stadion-säätiö vastasivat stadionin itäkatsomon katoksen rakentamisesta. Lisäksi uudistettiin stadionin kentän nurmi, juoksuratojen ja heittopaikkojen pinnat, stadionin valaistus, äänentoisto ja kulunvalvonta. Media varten rakennettiin oma katettu katsomo. Lisäksi kisaorganisaatio vastasi mediakatsomon pulpettien rakentamisesta yhdessä YLE:n kanssa.

Urheilijat

Urheilujoukkueen jäseniä tuli Helsinkiin 192 eri maasta yhteensä 2703. Joukkueet majoituivat Teknillisen korkeakoulun ylioppilaskunnan opiskelija-asuntoloihin, joista suurin osa

oli käytössä jo vuoden 1983 Helsingin MM- ja vuoden 1994 EM-kilpailuissa. Tämänkertaisiin MM-kilpailuihin valmistui myös täysin uusia asuinkerrostaloja. Suurin osa urheilijoista asui kolmen tai kahden hengen huoneissa, mutta joukkueiden johtohenkilöiden käytössä oli myös yhden hengen huoneita. MM-kisakylän keskuksena toimi Dipoli-rakennus, jossa urheilijat kävivät muun muassa ruokailemassa. Pitkiä heittolajeja lukuun ottamatta urheilijat pystyivät harjoittelemaan asuintalojen välittömässä läheisyydessä sijaitsevalla urheilukentällä, jonka suorituspaikkojen kestopäällyste uusittiin ennen kisojen alkamista. Kisakylän lähistöllä sijaitseva kisoja varten kunnostettu Leppävaaran urheilukenttä toimi myös harjoittelupaikkana. Kisakylän alueella oli myös mahdollisuudet sisäharjoittelulle. Lisäksi kylän portilta pääsi lenkille rauhallisille kevyen liikenteen väylille. Olympiastadionin vieressä sijaitseva Eläintarhan kenttä toimi urheilijoiden lämmittelykenttänä.

IAAF:n edustajat

IAAF:n kolmipäiväiseen kongressiin osallistui yhteensä 359 kongressiedustajaa. Kongressin lisäksi IAAF piti viisi erillistä kokousta kisojen kuluessa. Kongressiedustajat majoitettiin Holiday Inn hotelliin. IAAF johto puolestaan asui Scandic Hotel Continentalissa. IAAF:n pääyhteistyöyrityksien henkilökunta asui Helsingin eri hotelleissa, suurin osa kuitenkin Radisson SAS Plazassa. IAAF:n tekninen henkilökunta oli majoitettuna Scandic Grand Marinassa. Kisaorganisaatio kustansi (matkat ja majoitus) yhden kongressiedustajan jokaisesta maasta eli 209 edustajaa. Muut kongressiin osallistuneet maksoivat matkan ja majoituksen itse.

Media

Median edustajia oli paikalla yhteensä 2734, jotka edustivat 71 eri maata. Media keskuksena toimi Kisahalli, joka oli kisojen aikaan avoinna 24 h/vrk:ssa. Kisahallissa toimi myös oma 400 hengen ravintola. Median edustajilla oli mahdollisuus työskennellä myös urheilijoiden kylässä ja Scandic hotelli Simonkentässä, jossa suurin osa mediavieraista yöpyi. Lisäksi stadion pääsisäänkäynnin eteen oli pystytetty erillinen telta median käyttöön ja stadionin eteläkaarteesta oli mahdollisuus vuokrata oma mediahuone tai -huoneita. Vuokraamismahdollisuutta käytti 21 mediayritystä. Median edustajille järjestettiin kuusi erillistä tapahtumaa kisojen aikana mm. median vastaanotto ulkoministeriössä 5. elokuuta.

Kisatori

Kisatori oli rakennettu kisahallin ja stadion edustan parkkipaikoille. Kisahallin parkkipaikasta suurimman tilan vei yleisölle rakennettu kisaravintola palveluineen. Stadionin kupeessa toimi myös ns. EXPO alue, jossa yhteensä 30 kisojen tavarantoimittaja ja palveluyritystä esittelivät toimintaansa tai tarjosivat palveluitaan kisayleisölle. Alueella olivat lisäksi kisalippujen myyntitiski, infopiste, kisatuotteiden myyntitelta, tulevien kisajärjestäjien (Göteborg, Moskova, Osaka) esittely-osastot sekä WADA:n ja ADT:n yhteinen tietotori.

Sponsorikylä

Stadionin välittömässä läheisyydessä toimi neljä eri hospitality -aluetta, jossa yritysten kutsumat eri sidosryhmät, asiakkaat ja henkilökunta pääsivät nauttimaan yleisurheilukisojen kisatunnelmasta ruuan ja juoman kera. Kaksi, Victory- ja Legenda-nimiset hospitality-alueet, rakennettiin telttatyypisistä ratkaisuksista ja kolmas, Kings-niminen sijaitsi stadionin katson alla. Glory -niminen alue toimi Oopperatalon aulassa kahden päivän ajan. Lisäksi hospitality-alueella järjestettiin muutakin ohjelmaa mm. urheilijoiden haastatteluja aina kisapäivän päätyttyä.

Tapahtumat

Kisojen teemana oli Athletics Through Generations – Yleisurheilua joka lähtöön. Teeman mukaisesti kisojen oheistapahtumina järjestettiin ennen MM-kisojen alkua Finland Junior Games 1.-5.8., Helsinki City Maraton 5.8., kisojen kanssa samanaikaisesti Veteraaniurheilijoiden eli yli 35-vuotiaiden GP-kilpailut 10.-13.8. (alkukilpailut Lahdessa ja finaalit 13.8. Olympiastadionilla) ja kisojen jälkeen vammaisten yleisurheilun avoimet EM-kisat 22.-27.8.

Vammaisten avoimet EM-kilpailut

Yleisurheilun vammaisten avoimet EM-kisat (22.-27.8.) olivat suurin Suomessa järjestetty vammaisurheilutapahtuma ja suurin urheilutapahtuma Espoossa. Kisoihin osallistui noin 700 liikunta- ja näkövammaista osanottajaa 46 eri maasta. Kuuden kilpailupäivän aikana kilpailtiin yhteensä 200 lajissa vammaisurheilussa käytettävän luokittelun perusteella. Liikunta- ja näkövammaisten yleisurheilun EM-kilpailujen oheistapahtumana toteutettiin Lepävaaran stadionilla monipuolinen ja toiminnallinen Sporttitori. Torilla sai viiden kisapäivän aikana liikkua, urheilla ja kokeilla taitojaan kaikille avoimessa toriteltassa. Suuren suosion keräsi pyörätuolikelaus-simulaattori LEPE, mikä nimettiin Leo-Pekka Tähdän mukaan.

2.2 Vertailuja muihin kisoihin ja tapahtumiin

Tässä luvussa esitettävistä eri kisojen ja muiden tapahtumien taloutta koskevia lukuja ei voida pitää kaikilta osin täysin vertailukelpoisina, sillä luvut on haettu pääosin vanhoista kisojen loppuraporteista, joiden valuutat on muutettu euroiksi 3.4.2006 kurssin (Barcelonan kisojen osalta euroon siirtymisajankohdan) mukaisesti. Yhteiskunnan antama tuki on dokumentoitu vaihtelevasti ja yleensä sillä lienee tarkoitettu suoraa rahallista tukea kisojen järjestämiseen. Tukea koskevat luvut eivät ole kisojen välillä erityisen vertailukelpoisia, koska suoran tuen lisäksi valtiot, kaupungit ja alueet ovat tukeneet kisoja vaihtelevasti mm. rahoittamalla investointeja sekä järjestämällä kisoja varten erilaisia palveluita. Luvut antavat kuitenkin kuvan kisojen taloudellisen volyymin suuruusluokasta eri kisoissa.

Helsingissä järjestettiin vuonna 1983 ensimmäiset yleisurheilun MM-kilpailut. Kisojen budjetti oli 5,2 milj.€, joka vuoden 2005 hintatasoon muutettuna on noin 9,6 milj.€. Se on kolmannes vuoden 2005 kisabudjetista. Vuonna 1983 rakennettu ylimääräinen ns. apu-

katsomo oli taloudellisesti kannattava ratkaisu (menot – tulot = voittoa 1,95 milj.mk) Yhtä kisapäivää kohti myytiin keskimääräisesti vuoden 1983 kisoissa 40 300 lippua ja vuonna 2005 vastaavasti 37 630 lippua. Vuoden 1983 kisojen tuomaan voittoon vaikuttaa osaltaan se, että IAAF antoi kisajärjestäjälle osan sponsorisopimusten tuomista tuloista. Tämä käytäntö muuttui vuoden 1995 Göteborgin kisojen jälkeen.

Helsingin MM2005-kisojen budjetti verrattuna Pariisin ja Edmontonin MM-kisojen budjettiin jää lähes puoleen, ollen kuitenkin enemmän kuin Sevillan MM-kisojen. Yhteiskunnan myöntämä suora tuki kisoille on Helsingin osalta pienin verrattuna edellä mainittuihin kisoihin. Lipputulosten osalta Helsingin kisat pärjäävät vertailussa hyvin siitä huolimatta, että katsojaluvut jäivät kaikkein alhaisimmiksi. Kisojen tuoma voitto vaihtelee suuresti kisojen välillä ja siihen vaikuttaa oleellisesti yhteiskunnan suoran tuen määrä.

MM-kisat ovat selkeästi olympialaisia pienempi tapahtuma, sillä olympiakisojen budjetit ovat tuhatkertaisia MM-kisoihin verrattuna. Kisa-areenatkin ovat huomattavasti isompia, mikä näkyy lipputulosten lisäksi myös myytyjen lippujen määrissä. Kisajärjestäjien vielä 1980-luvulla saamat huikeat voitot ovat vuosien saatossa vaihtuneet maltillisiin nollatuloksiin.

Yleisurheilun MM-kilpailuiden järjestäminen Suomessa ei ole osoittautunut samalla lailla taloudellisesti kannattavaksi liiketoiminnaksi kuin esimerkiksi jääkiekon MM-kilpailut. Lisäksi yleisurheilujoukkueilla ei ole samalla tavalla omia uskollisia kannattajiaan kuin jääkiekkjoukkueilla, joiden fanit seuraavat joukkueita kisoista kisoihin. Taulukossa 2.1 on vertailun vuoksi myös muutaman kulttuuritapahtuman katsojamäärät. Koska niissä on vähemmän tapahtumakertoja kuin taulukossa esiintyvissä urheilukisoissa, niiden katsojamääriä ei voi sellaisenaan verrata esimerkiksi yleisurheilun MM-kisoihin, mutta ne antavat kuvaa tapahtumien mittasuhteista.

Taulukko 2.1

Erilaisten isojen tapahtumien tunnuslukuja¹

TAPAHTUMA	AIKA	BUDJETTI milj.€	LIPPUTULOT milj.€	MYYDYT LIPUT kpl *) katsojia	YHT.KUNNAN SUORA TUKI milj.€	VOITTO TAPPIO milj.€
MM-KISAT						
Helsinki 1983	7.-14.8.1983	5,2	3,3	322 402		0,6
Göteborg 1995 (epäviralliset luvut)	5.-13.8.1995	39,8	19,5			
Sevilla 1999	20.-29.8.1999	17,2	3,5	497 484	5	0,2
Edmonton 2001	3.-12.8.2001	55	8,8	400 866	28	1,7
Pariisi 2003	23.-31.8.2003	44,8	15,2	550 132	18	7,8
Helsinki 2005	6.-14.8.2005	27,5	17	338 671	2,2	0,4
OLYMPIALAISET						
Los Angeles 1984	28.7-2.8.1984	381	124	674 000		214
Soul 1988	17.9.-10.1984	454	217	3 306 000		269
Barcelona 1992	25.7-9.8.1992	916	56,7	3 812 000		2,1
Atlanta 1996	19.7-4.8.1996	1360	374	8 600 000		0
Sydney 2000	15.9.-10.2000	1432	318	7 000 000		0
Ateena 2004 (epävirallinen luku)	13.-29.8.2004		183			
MUITA TAPAHTUMIA HELSINGISSÄ						
ITC-AJOT	7.-9.6.1995			123 000*)		
MM-KISAT jäähkiekko	26.4.-5.1997	17	12,4	526 000 *)		7,2
MICHAEL JACKSSON konsertti	24.8.1997			50 000*)		
AIDA -oppera	14.-18.5.1998			39 000*)		
PAAVO NURMI oppera	11.-12.8.2000			22 000*)		
MM-KISAT jäähkiekko	26.4-1.5.2003	18,5	14,4	454 000*)		5,6

¹ Rahasummat on muutettu euroiksi paikallisista valuutoista 3.4.2006 mukaisilla valuuttakursseilla. Pesetat on muutettu euroiksi euron käyttöönottoajankohdan mukaisella kurssilla. Rahasummat ovat tapahtuma-ajankohdan mukaisia deflatoimattomia summia.

3 Suur tapahtuman taloudellisten vaikutusten mekanismit

Tutkimuksen taustaksi tässä luvussa esitellään vaihtoehtoisia näkökulmia taloudellisiin vaikutuksiin sekä kuvataan aluetaloudellisten vaikutusten mekanismeja. Vaikutusmekanismeihin liittyen luvun lopuksi esitellään kaksi teoreettista mallia, jotka havainnollistavat alueellisen kysyntäimpulssin vaikutuksia ja vaikutusten leviämistä.

3.1 Eri näkökulmia suur tapahtumien taloudellisiin vaikutuksiin

Urheilun tai muiden vastaavien suur tapahtumien taloudellisia vaikutuksia voidaan analysoida monenlaisista näkökulmista, jotka poikkeavat ratkaisevasti toisistaan. Seuraavassa nostetaan esiin tapahtumajärjestäjän, julkisen sektorin (valtion ja kuntien) sekä aluetalouden näkökulma. Kaikki nämä näkökulmat ovat esillä tässä tutkimuksessa.

Aluetalous: Tämän tutkimuksen ensisijaisena näkökulmana ovat suur tapahtuman vaikutukset aluetalouteen. Tämä sisältää tapahtumaan liittyvien investointien, itse tapahtuman järjestämisen sekä tapahtumavieraiden taloustoimien vaikutuksen:

- yritysten liikevaihtoon, palkkasummaan ja voittoon
- yritysten henkilöstömäärään ja alueen työllisyyteen
- alueen tuotannon arvonlisäykseen.

Tätä näkökulmaa eritellään tarkemmin tuonnempana tässä luvussa. Sitä ennen todetaan kaksi muuta näkökulmaa, jotka ovat mukana tässä tutkimuksessa, vaikkakaan eivät yhtä keskeisinä kuin aluetaloudellinen.

Tapahtumajärjestäjän talous: Tapahtumajärjestäjän on katettava tapahtuman kulut tapahtuman yleisöltä saatavilla pääsylippituloilla, yhteiskunnalta tai muilta tahoilta saatavilla avustuksilla, sponsorituloilla ja mahdollisilla muilla tuloilla. Useimpien suur tapahtumien järjestämiseen liittyy merkittävä taloudellinen riski, koska sekä kustannuksiin että tuloihin liittyy suuria epävarmuustekijöitä. On mahdollista, että tapahtuma tuottaa tappiota, joka on jollain tavalla pystyttävä kattamaan. Tässä tutkimuksessa käsitellään melko laajasti MM2005-kisojen järjestäjäorganisaation taloutta, koska se heijastuu merkittävästi myös tapahtuman aluetaloudellisiin vaikutuksiin. Kuitenkaan tutkimuksessa ei olla ensisijaisesti kiinnostuneita MM2005-kisojen järjestäjän taloudesta. Lisäksi, tapahtuman talouden ja aluetalouden välinen suhde ei ole suoraviivainen. Jos tapahtuma tekee nollatuloksen tai tuottaa voittoa, siitä ei välttämättä seuraa, että tapahtumalla olisi merkittäviä aluetaloudellisia vaikutuksia. Vastaavasti merkittävät positiiviset aluetaloudelliset vaikutukset eivät takaa, että tapahtuma olisi järjestäjälle voitollinen.

Julkinen talous: Valtio ja kunnat myöntävät suur tapahtumille suoria avustuksia, rahoittavat suur tapahtumien edellyttämiä investointeja ja tuottavat tapahtumille erilaisia palveluita, kuten esimerkiksi MM2005 tapauksessa turvallisuus (valtio) sekä joukkoliikennepalvelut, tilojen vastikkeeton käyttöoikeus ja ympäristön kohentaminen (Helsingin ja Espoon kaupungit). Ne voivat saada tapahtumien järjestäjiltä korvauksia palveluista. Lisäksi niiden saamat verotulot voivat kasvaa suur tapahtuman vaikutuksesta lisääntyneestä taloudellisesta

aktiiviteetista. Valtion osalta kisat vaikuttavat arvonlisäverojen, tuloverojen ja yhteisöverojen kertymään. Kuntien osalta vaikutuksia on kunnallisverojen ja kuntien yhteisverosuuksien kertymään.

Näiden ainakin periaatteessa suoranaisesti rahassa mitattavien tulojen ja kustannusten suhde kuvastaa suurtapahtuman taloudellisia vaikutuksia julkisen talouden kannalta. Tämä on yksi keskeinen – vaikkakaan ei ensisijainen – näkökulma tässä tutkimuksessa.

Kuitenkin sekä kansallisesti että alueellisesti suurtapahtumien vaikutuksia voidaan arvioida myös laaja-alaisemmalta yhteiskunnalliselta kannalta. Urheilun suurtapahtumien osalta tämä sisältää mm. seuraavanlaisia näkökulmia:

- tapahtumaa varten tehtävien investointien tuotto tai yhteiskunnallinen hyöty pitemmän ajan näkökulmasta, esimerkiksi uudistetun stadionin käytettävyyden ja käyttöaste sekä parantuneet tuottomahdollisuudet tulevaisuudessa,
- urheilun toimintaedellytysten kehittyminen tapahtuman vaikutuksesta, esimerkiksi tunnettuuden paraneminen tai investointien ansiosta saadut korkealaatuisemmat tilat,
- tapahtuman edustaman urheilulajin tunnettuuden lisääntyminen, joka voi vaikuttaa positiivisesti lajin harrastamiseen tai liiketoimintaan,
- alueen tai koko maan positiivisen tunnettuuden lisääntyminen, jonka avulla voidaan saada muita tapahtumia tai muuten edistää matkailua sekä
- tapahtuma tarjoaa foorumin yritysten pr-toiminnalle ja näkyvyyden edistämiseksi, mikä osaltaan auttaa niitä kehittämään liiketoimintaansa ja kasvattaa työllisyyttä ja verotuloja.

Suurtapahtumien yhteiskunnallisten vaikutusten tutkimuskokonaisuuden muissa tutkimuksissa käsitellään osaa näistä teemoista. Kyseiset näkökulmat tulevat esiin jossain määrin tässäkin tutkimuksessa, mutta eivät ole sen ensisijainen näkökulma.

3.2 Aluetaloudellisten vaikutusten mekanismit

Suurtapahtuman aluetaloudellisten vaikutusten kannalta lähtökohtana on se, että tapahtuma luo joukon kertaluontoisia ja määräaikaista taloudellisia impulsseja, joita ei syntyisi, jos tapahtumaa ei järjestettäisi. Taloudellisella impulssilla tarkoitetaan tässä alueelle suuntautuvaa ”ylimääräistä” rahavirtaa, joka kanavoituu tavaroiden ja palveluiden ostoina alueen yrityksille sekä työvoiman lisätarpeena yrityksissä ja suoraan tapahtumaorganisaatioissa. Tässä tutkimuksessa käytettävän jaottelun mukaisesti impulssit jaetaan kolmeen tyyppiin, joiden osalta rahavirtojen luonne sekä toiminnan ja vaikutusten ajoittuminen poikkeavat toisistaan.

(1) Investoinnit suurtapahtuman infrastruktuuriin, kuten kisapaikkoihin, harjoittelupaikkoihin, tapahtumaa tukeviin tiloihin, osallistujien tai kisavieraiden majoituspaikkoihin (esim. kisakylä) on monissa urheilun suurtapahtumissa merkittävin taloudellinen impulssi aluetaloudelle. Investoinnit voidaan rahoittaa infrastruktuurin omistajan/omistajien omalla rahoituksella, yhteiskunnan avustuksilla, lainoilla tai eri rahoitusmuotojen yhdistelmillä. Investoinnit ovat yleensä rakennushankkeita, joissa ostetaan suunnittelu- ja urakointipalveluja

sekä rakennusmateriaaleja alan yrityksiltä. Ne voivat sijaita alueella tai alueen ulkopuolella. Investointihankkeet synnyttävät kerrannaisvaikutuksia, jotka syntyvät kahta kautta. Ensinnäkin kerrannaisvaikutuksia aiheutuu siitä, että hankkeeseen palveluja tai tavaroita tuottavat yritykset ostavat edelleen palveluja ja tavaroita muilta yrityksiltä, jotka puolestaan jatkavat ketjua omalta osaltaan. Toiseksi yritysten työntekijöilleen maksamat palkat kanavoituvat edelleen kulutukseen synnyttäen sitä kautta talouden aktiivisuutta kasvattavan ketjun. Kerrannaisvaikutukset kanavoituvat osittain tapahtuman sijaintialueelle ja osittain sen ulkopuolelle.

(2) Tapahtuman järjestäminen itsessään saa aikaan aluetaloudellisia vaikutuksia. Tapahtumaorganisaatio ostaa tapahtuman toteuttamisen edellyttämiä palveluita ja tavaroita alueen ja muiden alueiden yrityksiltä, mikä aiheuttaa edelleen hankintaketjuja ja kerrannaisvaikutuksia laajempaan yritysjoukkoon. Edelleen tapahtumaorganisaatio palkkaa omaa henkilökuntaa tapahtumaa toteuttamaan. Heille maksetut palkat kanavoituvat kulutukseen vastaavalla tavalla kuin tapahtumalle tavaroita tai palveluja myyvien yritysten henkilökunnan palkat. Varsinaisen tapahtumaorganisaation lisäksi alueen kunnat ja muut tapahtuman sidosryhmät voivat tuottaa tapahtumaa tukevia palveluja omalla henkilöstöllään tai ostamalla palveluita muilta yrityksiltä.

(3) Tapahtumavieraat koostuvat paikallisesta, muilta alueilta kotimaasta tulevasta sekä ulkomailta tulevasta tapahtuman yleisöstä. Itse tapahtumakustannuksensa maksavien lisäksi tähän joukkoon kuuluvat myös tapahtumaorganisaation kutsuvieraat sekä kisojen yhteistyöyritysten vieraat. Tapahtumavieraiden tai heidän isäntiensä ostamat pääsyliput ovat keskeinen osa tapahtuman rahoitusta. Tapahtumavieraat käyttävät rahaa majoitukseen, matkustamiseen, ruokaan, ostoksiin, kulttuuriin ja viihteeseen ym. Tämä rahavirta kanavoituu pääasiassa alueen yrityksille saaden myös aikaan hankintaketjuja ja kerrannaisvaikutuksia laajempaan yritysjoukkoon. Tapahtumavieraat voivat liittää tapahtuman yhteyteen muualle maahan suuntautuvaa matkailua, joka laajentaa alueellisesti heidän taloudellista vaikutustaan. Toisaalta muista kuin tapahtumasta johtuvista syistä alueelle tai muualle Suomeen tullut matkailija voi käyttää tilaisuutta hyväkseen ja osallistua tapahtumaan, vaikka se ei olisi matkan varsinainen tarkoitus.

Vaikutuksen ajoittuminen ja kesto

Investoinnin, tapahtuman järjestämisen ja tapahtumavieraiden aikaansaamilla taloudellisilla impulseilla on erilainen ajoittuminen ja vaikutuksen kesto.

Rakennusinvestoinneilla toteutettu uusi tai uusittu infrastruktuuri on oltava käytettävissä itse tapahtumassa, joten investoinnit on toteutettava hyvissä ajoin etukäteen. Mittavien rakennushankkeiden suunnitteluprosessi siihen liittyvine kaavoitus-, valitus- ja lupaprosesseineen sekä varsinainen rakentaminen kestävät kokonaisuudessaan tyyppillisesti 2-3 vuotta. Vastaavasti investointien aikaansaama taloudellinen impulssi ja sen vaikutukset jakautuvat pitkälle ajalle, normaalisti usealle vuodelle. Esimerkiksi Olympiastadionin kunnostushankkeen suunnittelu käynnistyi keväällä 2002 heti kun päätös kisoista oli tehty. Varsinainen rakentaminen toteutettiin aikavälillä 07/2004 – 05/2005.

Itse tapahtuman järjestäminen on myös usean vuoden projekti, joka alkaa siitä, kun tapahtuma päätetään järjestää ja jatkuu vielä jonkin aikaa varsinaisen tapahtuma-ajan jälkeen, kun tapahtuman rakenteet puretaan ja tapahtumaorganisaatio ajetaan alas. Taloudellisen impulssin kannalta intensiivisin toteutusvaihe ajoittui esimerkiksi MM2005 tapauksessa vuodelle 2005, vaikka rahavirrat jakautuivat neljälle vuodelle 2002 – 2005.

Kisavieraiden aikaansaama taloudellinen impulssi on edellisiin verrattuna lyhytkestoisin ja painottuu vahvasti itse tapahtuma-ajankohtaan sekä ajalle jonkin verran tapahtumaa ennen.

Tapahtumiin liittyvien taloudellisten impulssien keskeinen piirre on niiden määräaikaisuus. Tämä on oleellinen ero esimerkiksi tuotantolaitosten kaltaisten investointien aluetaloudellisissa vaikutuksissa. Niihinkin liittyy määräaikainen investointivaihe, joka päättyy, kun tuotantolaitos valmistuu. Sen sijaan erona on se, että tuotantolaitoksen käynnistyminen ja toiminta luovat jatkuvan tai ainakin pitkäkestoisen vaikutuksen alueen tuotantoon, arvonlisäykseen ja työllisyyteen.

Toisaalta tapahtumillakin voi olla pitkäkestoisia vaikutuksia, jotka tyypillisesti toteutuvat muiden tapahtumien tai yleisempien matkailuvaikutusten kautta. Tapahtumaa varten rakennettu – tai tapahtuman tarpeesta rakentamisaloitteen saanut – uusi tai uusittu infrastruktuuri voi tapahtuman jälkeen jatkaa tuottavasti muiden tapahtumien käytössä. Hyvä tapahtumainfrastruktuuri on keskeinen vetovoimatekijä erilaisten tapahtumien saamiseksi alueelle. Myös tapahtumajärjestämisen osaaminen ja siihen liittyvät verkostot erilaisissa järjestäjäorganisaatioissa, julkisella sektorilla, muissa sidosryhmissä sekä yrityksissä muodostavat inhimillisen pääoman. Inhimillinen pääoma parhaimmillaan kehittyy ja kumuloituu tapahtumien myötä ja on oleellinen tapahtumatalouden vetovoimatekijä. Lisäksi hyvin onnistunut tapahtuma voi myös lisätä alueen tunnettua ja vetovoimaa matkailukohteena tai esimerkiksi investointikohteena.

Vaikutusten alueellinen ulottuvuus

Tapahtumat ovat vahvasti kiinnittyneet alueeseen ja paikkaan. Ne toteutetaan tietyllä talusalueella yhdessä tai useammassa kunnassa ja siellä sijaitsevilla tapahtumapaikoissa (poikkeuksena monen alueen välillä jaetut tapahtumat). Tapahtumaan liittyvien taloudellisten vaikutuksen alueellinen ulottuvuus on hyvin erilainen investoinneissa, tapahtuman järjestämisessä sekä tapahtumavieraiden taloudessa.

Nykyisin tapahtumainvestointien rakennushankkeiden suunnittelu ja urakointitehtävät kilpailutetaan lähes poikkeuksetta valtakunnallisesti tai kansainvälisesti. Oman kunnan tai alueen yrityksiä ei juuri voida suosia. Kuljetus- ja työmatkayhteyksien vuoksi alueen omilla yrityksillä voi olla kilpailuetua tietyissä suunnittelu- ja urakointitehtävissä, mutta ainakin pääkaupunkiseudulla toteutettavissa rakennushankkeissa alueen ulkopuolelta tulevien yritysten ja työntekijöiden osuus on viime vuosina ollut korkea. Rakennusmateriaalit hankitaan urakoitsijayritysten omilla hankintamenettelyillä. Koska Helsingin seudulla on erittäin vähän rakennusaineteollisuutta, materiaalit tulevat pääasiassa alueen ulkopuolelta. Tapahtumapaikkojen koneet ja laitteet ovat usein tuontitavaroita. Kokonaisuudessaan erityisesti

Helsingin seudulla toteutettavien rakennushankkeiden aluetaloudelliset vaikutukset leviävät erittäin laajalle alueelle koko maahan ja osittain ulkomaille.

Itse tapahtuman järjestämisen vaikutukset painottuvat oletettavasti enemmän kuin investoinnit tapahtuman talousalueelle. MM2005-kisoissa kisaorganisaatio sijaitsi Helsingissä, yhteistyöyritykset olivat pääosin Helsingin seudulla toimivia yrityksiä, pääkaupunkiseudun kaupungit ja muut sidosryhmät toimivat alueella. Kuitenkin näidenkin organisaatioiden taloudelliset kerrannaisvaikutukset leviävät myös seudun ulkopuolelle.

Tapahtumavieraiden aikaansaamat taloudelliset impulssit välittyvät ainakin ensimmäisessä vaiheessa ensi sijassa tapahtuman talousalueelle ja siellä suurelta osin tapahtumapaikkojen välittömään läheisyyteen. MM2005-kisoissa tapahtumavieraiden hotellimajoitus keskityi Helsingin keskustaan ja Töölöön, mutta sen lisäksi myös hyvin laajalle alueelle muualle seudulle ja naapurimaakuntiin. Ostokset, ruokailu ja ravintolapalvelut sekä muut matkailijoiden käyttämät palvelut painoutuivat keskustaan ja Olympiastadionin lähialueille. Kerrannaisvaikutusten kautta nämäkin vaikutukset leviävät laajemmalle alueelle ja osin seudun ulkopuolelle.

Bruttovaikutukset – syrjäyttämisaikutukset – nettovaikutukset

Suurtapahtumien eri toimijoiden väliset rahavirrat ja vastikkeettomien palvelujen arvot muodostavat yhteenlaskettuna suuria rahasummia. Nämä *bruttosummat* eivät kuitenkaan sellaisenaan kuvaa aluetaloudellisia tai kansantaloudellisia vaikutuksia mistään järkevistä näkökulmasta. Aluetaloudellisten *nettovaikutusten* arvioimiseksi on otettava huomioon, että investointeihin ja tapahtuman järjestämiseen suunnatulla rahoituksella on voinut olla myös potentiaalinen vaihtoehtoinen käyttökohde, johon rahoituksen suuntaamisella olisi myös voinut olla aluetaloudellisia vaikutuksia. Tämä koskee erityisesti julkista rahoitusta, mutta myös esimerkiksi yritysten sponsorirahoitusta. Tässä on kysymys rahoituksen *syrjäyttämisaikutuksesta*, jossa tapahtumaa varten toteutettavat investoinnit tai palvelut syrjäyttävät vaihtoehtoisia hankkeita.

Erityisesti suur tapahtumiin liittyvien (kuten kaikkein muidenkin) investointien rahoituksen vaihtoehtoisia kohteita ovat muut investointikohteet tai kulutus. Jos hanke rahoitetaan ja toteutetaan siten, että sen rahoitus ei ole pois muista alueelle suuntautuvista investoinneista tai kulutuksesta, hanke lisää alueen investointeja oman volyyminsa verran. Sen sijaan jos investointi rahoitetaan esimerkiksi kuntien avustuksella, jonka vaihtoehtoinen käyttökohde on jokin muu alueella toteutettava investointi eli investointi rahoitetaan kokonaan tai osittain vähentämällä tai lykkäämällä muita investointeja, hankkeen nettovaikutus aluetaloudelle on vastaavasti pienempi tai nettovaikutusta ei synny ollenkaan.

Vastaavanlainen vaihtoehtoisasetelma koskee myös esimerkiksi kunnan tuottamia palveluita tapahtumalle. Kunta voi tuottaa tapahtumalle palveluita, esimerkiksi kohentaa tapahtumapaikan lähellä sijaitsevia yleisiä alueita tai rakentaa tai kunnostaa tapahtumaa varten tiloja. Jos palvelut tuotetaan tapahtumaorganisaatiolle vastikkeetta, mutta kunta myöntää kyseisten palveluiden toteuttamiseen "aitoa" lisärahoitusta, tai tapahtumaorganisaatio maksaa niistä kustannuksia vastaavan hinnan, nämä hankkeet tuottavat aitoa nettovaiku-

tusta aluetaloudelle. Sen sijaan jos kunnan hallintokunta rahoittaa vastikkeettomasti luovutettavan palvelun normaalin budjetin puitteissa lykkäämällä tai jättämällä tekemättä vastaavanlaisia hankkeita muilla alueilla, positiivista aluetaloudellista nettovaikutusta ei välttämättä synny ollenkaan. Kuitenkin kaikissa vaihtoehdoissa näillä palveluilla voi olla suuri merkitys tapahtuman onnistuneen toteuttamisen kannalta. Myös jälkimmäisessä vaihtoehdossa tuotetulle palvelulle voidaan laskea rahallinen arvo, joka voidaan perustellusti esittää kunnan taloudellisena panostuksena tapahtuman hyväksi.

Myös yrityksen sponsorirahoitus tapahtumalle voi toteutua vaihtoehtoisten sponsorointikohteiden kustannuksella. Jos yritys antaa tapahtumalle sponsorirahoitusta kiinteän sponsorointibudjetin puitteissa, tämä rahoitus voi olla pois vaihtoehtoista sponsorointikohteilta, joilla potentiaalisesti olisi myös voinut olla aluetaloudellisia vaikutuksia.

Toisen tyyppinen *syryttämisvaikutus* voi suuntautua turismiin ja muihin tapahtumiin. Tapahtuma voi syrjäyttää muita tapahtumia, kuten samoja tapahtumapaikkoja käyttäviä urheilu- tai kulttuuritapahtumia, koska paikat on varattu suur tapahtumalle. Seminaareja, kongresseja tai urheilutapahtumia, joita muuten toteutettaisiin samaan aikaan, voi jäädä toteutumatta tai siirtyä muualle, koska niiden järjestäjät ennakoivat hotellien täyttymisen ja korkeat kustannukset. Vastaavasta syystä tapahtuma voi syrjäyttää tavanomaisia turisteja, joita muuten tulisi kyseiseen aikaan. Tapahtuma voi syrjäyttää myös alueen kantasukkaiden palvelujen käyttöä tai ostoksia esimerkiksi siksi, että ihmiset seuraavat tapahtumaa paikan päällä tai televisiosta. Syrjäyttämisen sijasta tapahtuma voi aiheuttaa myös *siirtymävaikutuksia*. Muita tapahtumia voi siirtyä toisiin paikkoihin (esim. seminaareja keskustan hotelleista ulompaan sijaitseviin) tai toiseen aikaan (esim. ennen tai jälkeen kisojen). Myös ostokset tai palvelujen käyttö voivat siirtyä toisessa paikassa sijaitseviin ostopaikkoihin tai lykkääntyä ajallisesti myöhemmäksi. Siirtymät merkitsevät sitä, että lyhyen aikavälin tai rajatun alueen syrjäyttämisaikutukset kompensoituvat ainakin osittain, kun asiaa tarkastellaan pitemmällä ajalla tai laajemmalla alueella.

Syrjäyttämisaikutuksen vastapainona voivat olla *täydentävät vaikutukset*. Voidaan järjestää seminaareja, yritysvierailuja ja muita tapahtumia nimenomaan siitä syystä, että niiden ohien voidaan liittää vierailuja meneillään olevaan suur tapahtumaan. Osalle turisteista tapahtuma voi olla lisäsyys tulla vierailemaan alueelle, vaikka tapahtuma ei olisikaan vierailun ensisijainen tarkoitus. Paikallisille asukkaille tapahtuma voi olla peruste esimerkiksi viettää lomaa alueella tapahtumaa seuraten, kun vaihtoehtona olisi ollut muualle suuntautunut lomamatka.

Kerrannaisvaikutukset

Suur tapahtuma saa aikaan taloudellisen impulssin aluetaloudelle. Lähtökohtana impulssille ovat kisojen edellyttämät investoinnit, kisaorganisaation toiminta sekä kisavieraiden rahankäyttö. Kaikkien näiden kanavien kautta aluetalouteen tullut raha kiertää pitkän ketjun, jonka kuluessa syntyy kerrannaisvaikutuksia, jotka ovat suurempia kuin alkuperäinen suora vaikutus, joka syntyy siitä, että investoijat, kisaorganisaatio ja kisavieraat ostavat tavaroita ja palveluita alueen yrityksiltä. Kerrannaisvaikutukset syntyvät kahta kautta: Välilliset tuotantovaikutukset syntyvät siitä, että yritykset ostavat muilta yrityksiltä erilaisia tavara- ja

palvelupanoksia, joka jatkuu edelleen ketjuna seuraaville yrityksille. Välilliset kulutusvaikutukset syntyvät siitä, että vaikutusketjuun osallistuvien yritysten työntekijät saavat tuloja, joista osa suuntautuu erilaisten tavaroiden ja palveluiden ostoihin. Panos-tuotos-mallin avulla voidaan laskea näiden ketjujen kokonaissumma. Tässä tutkimuksessa sovellettavien panos-tuotos-laskelmien lähestymistapaa ja metodologiaa esitellään tarkemmin tutkimuksen luvussa 8, alaluvuissa 8.1. ja 8.2.

4 Vaikutukset muissa suurtapahtumissa – kirjallisuuskatsaus

Suurten urheilu- ja kulttuuritapahtumien taloudellisista vaikutuksista on julkaistu paljon tutkimuksia. Tutkimukset painottuvat kuitenkin suurimpiin tapahtumiin, kuten olympialaisiin. Keskeisiä tutkimusteemoja ovat eri vaikutuslähteiden, kuten investointien ja kisaturistien aikaansaamat rahavirrat ja niiden kerrannaisvaikutukset. Suuri osa teemaa käsittelevistä tieteellisistä tutkimuksista arvioi kriittisesti ”tapahtumalobbareiden” laskelmia suurtapahtumien taloudellisista vaikutuksista mm. työllisyyteen tai verotuloihin. Tämän luvun katsaus sisältää koosteen alan taloustieteellisestä tutkimuksesta. Katsaus alkaa olympialaisia käsittelevillä tutkimuksilla, jatkaa yleisurheilun MM-kisoihin, joista käsitellään ainoastaan Göteborgin vuoden 1995 kisoja, ja siirtyy sitten muihin suurtapahtumiin. Lisäksi käsitellään erityisesti Helsingissä järjestettyjen erilaisten tapahtumien vaikutuksia. Lopuksi vedetään yhteen joitakin tutkimusten keskeisiä tuloksia ja lähestymistapojen ongelmia.

4.1 Olympialaisten taloudelliset vaikutukset

Evangelia Kasimati (2003) esittelee ja vertailee kesäolympialaisten taloudellisista vaikutuksista tehtyjä tutkimuksia ja niissä käytettyjä menetelmiä artikkelissaan *Economic Aspects and the Summer Olympics: a Review of Related Research*. Hänen tavoitteenaan on luoda katsaus tehtyihin tutkimuksiin ja osoittaa erilaisten lähestymistapojen vaikutukset tuloksiin. Kasimati vertailee keskenään panos-tuotos-mallia sekä computable general equilibrium -mallia sekä tarkastelee eri olympialaisista tehtyjä ex-ante ja ex-post -taloudellisten vaikutusten arviointeja. Kasimati toteaa, että ennen kisoja ex-ante -arviointimenetelmällä saadut positiiviset tulokset taloudellisista vaikutuksista eivät useinkaan ole varmistuneet kisojen jälkeisissä ex-post -arvioinneissa, mikä tuo esiin käytettyjen lähestymistapojen ja menetelmien puutteellisuuden.

Lloyd Barton on tarkastellut kesäolympialaisten taloudellisia vaikutuksia vertailevasta näkökulmasta silmälläpitäen tulevia Ateenan kisoja. Barton (2004) käy artikkelissaan *The economic impact of the Olympic Games* läpi olympialaisten isännöimiseen liittyviä mahdollisia taloudellisia vaikutuksia, esittelee aikaisempien kisojen tutkimuksia ja taloudellisia vaikutuksia sekä arvioi tulevien kisojen vaikutusta Kreikan taloudelle. Artikkelissa vertaillaan Los Angelesin (1984), Soulin (1988), Barcelonan (1992), Atlantan (1996) sekä Sydneyn (2000) kisojen taloudellisia tunnuslukuja. Artikkelissa käydään läpi erilaisia lähestymistapoja, kuten panos-tuotos, computable general equilibrium, ex-ante ja ex-post -arvionnit. Lisäksi Barton tarkastelee laajemmin väitettä kisojen jälkeisestä talouden taantumisesta, joka joidenkin kohdalla näyttäisi pitävän paikkaansa. Barton käsittelee myös Ateenan kisojen kuluja ja tulevia taloudellisia vaikutuksia aikaisempien tutkimusten ja kisoihin tehtyjen investointien valossa. Varsinaisiksi kisojen järjestämiskuluiksi arvioidaan 2 mrd €, todellisten kokonaiskulojen on arvioitu nousevan lähemmäs 10 mrd€.

Robert A. Baade ja Victor Matheson (2003) tarkastelevat artikkelissaan *Bidding for the Olympics: Fool’s Gold?* kriittisesti olympialaisten taloudellisia vaikutuksia ja julkisten varojen käyttöä niihin tukeutuen Los Angelesin (1984) ja Atlantan (1996) kesäolympialaisten

tietoihin. Kisojen isännöimisen todelliset taloudelliset vaikutukset näyttäisivät olevan vaatimattomampia kuin isännöimistä lobanneiden tahojen arviot ja myös lyhytkestoisempia. Artikkelissa käydään läpi suurtaapahtumien taloudellisiin vaikutuksiin liittyvää kirjallisuutta, arvioidaan julkisen kisarahoituksen lobbareiden käyttämiä teorioita ja metodeita sekä niiden puutteita. Lisäksi käsitellään kirjoittajien luomaa ex-post arviointimenetelmää, jossa pääosassa on kisojen aiheuttamat muutokset työllisyydessä verrattuna oletettavissa olevaan kehitykseen ilman kisoja, ja sovelletaan sitä Los Angelesin ja Atlantan kisoihin. Baaden ja Mathesonin mukaan kisoilla on pitkäaikaisia vaikutuksia talouteen vain, jos panostuksia infrastruktuuriin voidaan hyödyntää tehokkaasti myös kisojen jälkeen. Resurssien sijoittaminen kisoihin vaihtoehtoisten tuottavampien kohteiden sijasta saattaa heidän mukaansa jopa hidastaa taloudellista kasvua.

Ferran Brunet (1995) teki Barcelonan kesäolympialaisten taloudellisten vaikutusten kisojen jälkeisen arvioinnin. Brunet käsittelee arvioinnissaan Barcelonan olympialaisten organisaatiota, rahoitusta, investointeja, kuluja ja taloudellista vaikutusta Barcelonalle ja Espanjalle. Kaiken kaikkiaan Brunet'n mukaan kisat olivat taloudellinen menestys. Kisat lisäsivät työllisyyttä vuosina 1987 -1992 keskimäärin 59 000 henkeä vuodessa ja onnistuivat luomaan pysyviä työpaikkoja 20 000 henkeä. Kisojen taloudellinen kokonaisnettovaikutus oli n. 26, 5 milj. dollaria.

Price Waterhouse Coopers arvioi Sydneyn vuoden 2000 kesäolympialaisten vaikutuksia vuosina 1993 -2001 laajassa raportissaan Business and economic benefits of the Sydney 2000 Olympics: a collation of evidence (2001). Raportin päämääränä on kerätä todisteita järjestettyjen kisojen positiivisista vaikutuksista ja sen mukaan kisojen vaikutukset olivatkin Sydneyle ja koko Australialle erinomaisia: Kisat toivat liike-elämälle 3 miljardin dollarin lisäkysynnän ja turismiin liittyvä kulutus oli 6 miljardia dollaria vuonna 2001. Ulkomaisien vierailijoiden määrä lisääntyi ja Australian matkailubrändi voimistui.

Myös Australian kauppakamari teki tutkimuksen Sydneyn olympialaisista. Spotlight on Sydney (2000) -tutkimuksessa tarkasteltiin Sydneyn olympialaisten yleisön koostumusta ja kulutusta, kisojen vaikutusta kaupan alan yritysten tulokseen sekä paikallisen väestön suhtautumista kisoihin. Aineisto kerättiin Vox Pop Survey -kyselyillä vuosien 1999 -2000 aikana, jossa haastateltiin olympiavieraita ja liikkeenharjoittajia kuudella business-alueella. Tutkimuksen mukaan kisojen yleisö jakautui puoliksi ulkomaalaisiin ja kotimaisiin kisavieraisiin. Suurin osa kisavieraista yöpyi sukulaisten tai ystävien luona (52 %), toiseksi eniten yövyttiin hotelleissa ja motelleissa (16 %). Kisa-aktiiviteettien jälkeen mieluisin tekeminen oli turistinähtävyyksien katselu ja kiertely kaupungilla. Kisat toivat Australiaan 50 000 turistia enemmän kuin edellisenä vuonna, joista suurin osa aikoi viipyä lomallaan yli neljä viikkoa. Lähes puolet aikoi matkustaa lisäksi muualla maassa. Suurin osa kisavieraista teki ostoksia, yleisimmin \$A 100 -500. Yli kaksi kolmasosaa turistialueella toimineista liikeyrityksistä ilmoitti kaupan vilkastuneen kisojen aikana jopa 70 %. Osalla odotukset olivat kuitenkin olleet epärealistisia: ennen kisoja 87 % oletti kaupan käyvän tavallista paremmin kisojen aikana. Todellisuudessa kaupungin taloudellisen keskustan kaupat sekä muiden keskusten liikkeet menestyivät erittäin huonosti kisojen aikana. Menestyjiä olivat valokuvausliikkeet, lahjatavaraliikkeet sekä muotiliikkeet. Suurin osa pikaruokaloista, kahviloista ja ravintoloista ilmoitti heikommasta myynnistä kisojen aikana. Suurin osa vastaajista käytti

ruokailuun \$A6- \$A10/hlö. Sydneyn asukkaista 91 % aikoi jäädä kotikaupunkiinsa kisojen ajaksi.

Yannis Ioannides (2002) tarkastelee yleisellä tasolla tulevien Ateenan olympialaisten vaikutuksia Kreikan taloudelle artikkelissaan *An Economists' Thoughts on the Economic Impact of Athens*. Ioannides katsoo taloudellisten vaikutusten aiheutuvan pääosin kisojen isännöimisen aiheuttamista suorista kustannuksista (1.8 mrd \$) sekä kustannuksista, jotka aiheutuvat investoinneista infrastruktuuriin ja valtion tarjoamista julkisista palveluista (1-2 mrd \$). Ioannidesin arvion mukaan kisavieraiden kulutuksen merkitys on kokonaisuudessa vähäinen suurten syrjäyttämisaikutusten vuoksi. Ioannidesin mukaan merkittävä osa turisteista, jotka muuten tulisivat Kreikkaan samana aikana, välttää Kreikkaa kisojen takia. Ioannidesin mielestä erittäin tärkeä tekijöjä positiivisille taloudellisille vaikutuksille on kisoja varten rakennettujen tilausten onnistunut muuntaminen toisiin, tuottaviin käyttötarkoituksiin kisojen jälkeen. Hän ei usko tämän onnistuvan kovinkaan hyvin Ateenassa, koska suunnittelu on ollut puutteellista ja kisapaikat on keskitetty liiaksi yhdelle alueelle.

Talviolympialaisista tutkimusta löytyy Lillehammerista (vuoden 1994 talviolympialaiset). Olav R. Spilling (1999) tutki mega-tapahtumien pitkän tähtäimen vaikutuksia makroekonomisen lähestymistavan avulla tapausesimerkinään Lillehammerin olympialaiset. Artikkelissaan *Long-term impact of mega-events: the case of Lillehammer 1994* Spilling toteaa suurtapahtuman vaikutusten olevan pääosin väliaikaisia, joiden jälkeen palataan tapahtumaa edeltävään normaalitilaan. Pitkän tähtäimen vaikutukset ovat marginaalisia verrattuna alueen taloudelliseen kokonaisaktiiviteettiin. Vaikka yksittäinen tapahtuma ei itsessään voi tuottaa pitkän aikavälin vaikutuksia, voi se kuitenkin toimia katalyyttinä infrastruktuurin ja kompetenssien kehittämiseksi, joilla voi olla pidempiaikaisia vaikutuksia. Lillehammer onnistui tekemään itsestään kiinnostavan tapahtumakeskuksen, jossa on olympialaisten jälkeen järjestetty useita merkittäviä tapahtumia. Kisat vaikuttivat positiivisesti myös turismiin, mikä näkyi hotellien majoitusvuorokausien kasvuna aina vuoteen 1997 asti. Positiivista vaikutuksista huolimatta Spillingin mielestä tapahtuma ei kuitenkaan täyttänyt järjestämisen taloudellisia ehtoja.

4.2 Tuloksia Göteborgin vuoden 1995 yleisurheilun MM-kisojen taloudellisista vaikutuksista

IAAF on tehnyt loppuraportit järjestämistään yleisurheilun MM-kisoista. Yleisurheilun MM-kisat ovat maailman kolmanneksi suurin tapahtuma olympialaisten ja jalkapallon maailman cupin jälkeen. Aikaisempien yleisurheilun MM-kisojen keskeiset taloudelliset tunnusluvut on esitetty aluvussa 2.2 (taulukko 2.1) perustuen kisoista laadittuihin loppuraportteihin. Sen sijaan yleisurheilun MM-kisoista on laadittu erittäin niukasti niiden taloudellisia vaikutuksia koskevia tutkimuksia, jotka olisi raportoitu ja julkaistu. Olympialaisiin tai jalkapallon MM-kisoihin verrattuna yleisurheilun MM-kisat ovat selvästi pienempi tapahtuma sekä yleisömäärän että taloudellisten vaikutusten suhteen, mikä ilmeisesti selittää myös vähäisempää kiinnostusta tutkimuskohteena.

Göteborgin vuoden 1995 yleisurheilun MM-kisojen taloudellisista vaikutuksista on laadittu ja julkaistu Göteborgin kaupungin tilaama tutkimus (Göteborg & Co: de turistiska effekterna av VM). Tutkimusraportti ei kuitenkaan ole julkinen eikä sitä aktiivisista ponnistuksista huolimatta saatu tämän tutkimusprojektin käyttöön. Seuraava yhteenveto Göteborgin kisojen taloudellisista vaikutuksista perustuu tutkimuksen yhden tekijän, *Ossian Stiernstrandin*, laatimaan kalvosarjaan, josta saatiin käyttöön kopio.

Stiernstrandin tutkimuksessa on arvioitu kisaturistien ja yritysten aikaansaamaa kulutuskysyntää, joka kanavoituu alueen yrityssectorille. Ilmeisesti yritysten aikaansaama kulutuskysyntä sisältää myös kisojen järjestämisestä aiheutuneet (kisaorganisaation) rahavirrat. Tutkimuksessa käytetty malli sisältää myös yrityksille suuntautuneen kysynnän kerrannaisvaikutukset. Kisoja varten tehtyjen investointien ja kunnossapito- yms. hankkeiden vaikutusta ei ole arvioitu eikä myöskään mahdollisia pitkän aikavälin vaikutuksia kisojen jälkeen.

Tutkimus perustuu kisojen yhteydessä tehtyihin haastattelututkimuksiin, jotka on suunnattu kisaturisteille (ja myös muille turisteille) sekä alueen yrityksille. Tutkimuksen mukaan Göteborgin kisoissa kävi 75 000 kisaturistia, joista 18 000 oli ulkomaalaisia. Tämän lisäksi alueella vieraili samana aikana suunnilleen yhtä paljon muita turisteja. Paikallisten Göteborgin alueella asuvien kisavieraiden rahankäyttöä ei käsitellä, ilmeisesti lähtien realistisesti siitä, että sillä ei ole merkittäviä aluetaloudellisia vaikutuksia. Kisaturistien alueella oleskelun pituus on tutkimuksen mukaan keskimäärin 5,6 päivää ja keskimääräinen rahankulutus 136 €/päivä. Kisaturistien alueelle tuomaksi kokonaisrahasummaksi arvioidaan 54,6 milj.€. Lisäksi muiden turistien, joita ei ole määritetty varsinaisiksi kisaturisteiksi (mutta ilmeisesti osallistuvat jollain tavalla kisa-aktiviteetteihin), kisojen aikaansaamaksi rahavirraksi arvioidaan 16,4 milj.€. Yritysten taholta tullee rahavirraksi arvioidaan 49,1 milj.€. Tämän osalta aineistosta ei kuitenkaan käy ilmi, mitä yritysryhmiä ja tuloeria tämä koskee, kuten kattaako se kisaorganisaation, yhteistyöyritykset, sponsorit, kunnat ja miltä osin esim. matkailualan yritykset.

Kokonaisuudessaan tutkimuksessa päädytään siihen, että kisojen suora taloudellinen vaikutus Göteborgin alueelle on ollut 120,1 milj.€. Tähän arvioon eivät sisälly investointien vaikutukset eivätkä ilmeisesti myöskään suorien vaikutusten kerrannaisvaikutukset, jotka mallissa kuitenkin ovat mukana. Kunnan ja valtion saamat verotulot kisojen aikaansaamisesta lisätuloista (alv, tuloverot, yhteisöverot) arvioidaan merkittäviksi, mutta se kuinka suuriksi ne on tutkimuksessa arvioitu, ei käy ilmi aineistosta.

Stiernstrand on arvioinut Göteborgin tulosten perusteella myös tulevien Helsingin MM2005-kisoja ja päätynyt arvioon, jonka mukaan Helsingissä vastaavien vaikutuserien yhteissumma tulisi olemaan 111,1 milj.€. Arvion pohjaksi tehdyt laskelmat Helsingin kisojen kisavieraiden määrästä (n. 64 000 kisavierasta, joista 15 000 ulkomaalaisia), samoin kuin Göteborgin tulosten perusteella tehdyt arviot kisaturistien oleskelun pituudesta sekä rahankäytöstä, ovat varsin realistisia, kun niitä jälkikäteen verrataan tämän tutkimuksen luvun 6 tuloksiin.

Stiernstrandin kalvoaineistossa ei käsitellä kisojen aikaansaamia syrjäyttämisaikutuksia eikä niitä ilmeisesti oteta millään tavalla huomioon tehdyissä laskelmissa. Tätä kritisoidaan

voimakkaasti Lars Hultkrantzin (1999) tutkimuksessa, jossa arvioidaan täysin toisenlaisella lähestymistavalla Göteborgin 1995 MM-kisojen taloudellisia vaikutuksia. Hultkrantz korostaa, että suosiostaan huolimatta Göteborgin kisat tuottivat järjestäjille suurtappion ja johtivat järjestäjät konkurssin partaalle. Hultkrantz kiistää jyrkästi tutkimustulokset, joiden mukaan kisat olisivat olleet tappioista huolimatta verotulojen kannalta kannattavat. Hän korostaa kisojen merkittäviä syrjäyttämisaikutuksia muulle turismille. Hultkrantz osoittaa aikasarja-analyysin menetelmiä käyttäen, että vaikka naapurimaita kauempaa tulleiden turistien määrä kasvoi merkittävästi elokuussa 1995, tämä kompensoitui sillä, että kahden suuren turistiryhmän, norjalaisten ja saksalaisten, määrä väheni vastaavasti jyrkästi. Tämä osoittaa Hultkrantzin mukaan, että MM-kisoilla oli merkittävä muuta turismia syrjäyttävä vaikutus, mikä vaikutti huomattavasti myös kisaturismista aiheutuneisiin tuloihin. Hänen mukaansa kisojen taloudelliset hyödyt Göteborgin alueelle ja verotuloille on rajusti yliarvioitu aikaisemmissa tutkimuksissa.

4.3 Muiden suur tapahtumien taloudellisia vaikutuksia

Baade ja Matheson (2000) ovat tutkineet olympialaisten lisäksi muitakin tapahtumia, pääosin USA:ssa järjestettyjä. Artikkelissaan *An Assessment of the Economic Impact of the American Football Championship, the Super Bowl, on Host Communities* he tutkivat 23 amerikkalaisen jalkapallon mestaruuskisojen vaikutusta isäntäkunnille vuosina 1973 - 1999. Artikkelissa käydään läpi alan kirjallisuutta ja teoriaa ja tarkastellaan aiemmissä tutkimuksissa käytettyjen mallien puutteita, sekä esitellään kirjoittajien luoma malli taloudellisten vaikutusten arvioimiseksi. Baaden ja Mathesonin tulosten mukaan kisojen taloudelliset vaikutukset jäivät noin kymmenesosaan siitä, mitä the National Football League'n tilaamat tutkimukset edeltä käsin arvioivat. Kisojen järjestäminen edellyttää yleensä jalkapallostadionin rakentamista, mikä vaatii satojen miljoonien dollarien investoinnit. Kirjoittajat kiistävät NFL:n väitteet hankkeiden kannattavuudesta. Heidän mukaansa suur tapahtumat yleensä siirtävät resursseja yhdeltä alueelta toiselle sen sijaan, että loisivat uutta taloudellista toimintaa. Baaden ja Mathesonin regressioanalyysin tuloksena kisojen järjestäminen 1973 -1997 loi isäntäkaupungeissa keskimäärin noin 540 työpaikkaa ja lisäsi taloudellista toimintaa keskimäärin 32 milj. \$ kisa kohti, kun taas NFL oli arvioinut vaikutukset satojen miljoonien dollareiden suuruisiksi.

Baaden & Mathesonin (2004) artikkeli *The Quest for the Cup: Assessing the Economic Impact of the World Cup* tarkastelee jalkapallon maailman cupin taloudellisia vaikutuksia jokaisessa isäntäkaupungissa vuonna 1994 USA:ssa pidetyistä kisoista. Tulosten mukaan maailmancupin taloudelliset vaikutukset olivat negatiivisia sekä keskivertokisakaupungille että koko USA:n taloudelle siitä huolimatta, että kisat olivat menestys ja tuottivat järjestäjilleen suuret voitot. Kisat aiheuttivat kulutuksen vähenemistä, mikä oli suurempaa kuin kisoista aiheutuneet taloudelliset hyödyt. Ex-ante -arviot ennustivat 4 miljardin dollarin hyötyjä kisoista, sen sijaan kuluja ja tappiota tuli 5,5 -9,3 miljardia dollaria. Baaden & Mathesonin mukaan kisoja hakevien kaupunkien tulisikin olla varovaisempia lobbareiden positiivisten ennustusten edessä.

Matheson on lisäksi julkaissut artikkeleita koskien ennakoarviointien ja lobbareiden ennusteiden ja ekonomistien arviointien välistä kuilua. Ennakoarviot ovat Mathesonin (2002

ja 2004) mukaan vinoutuneita, koska usein ne eivät ota huomioon kisojen substituutiovaikutuksia, jolloin kisoihin käytetyt rahat ovat pois jostain muusta paikallisessa taloudessa. Kisat aiheuttavat merkittävästi resurssien uudelleen allokoitumista eikä pelkästään todellista nettokasvua. Samoin huomiotta jäävät usein kisaturistien aiheuttamat syrjäyttämisaikutukset, toisin sanoen monet suositut turistikohteet myös menettävät kisojen takia vieraita. Tulot majoituksesta, vuokra-autoista ja ravintoloista menevät usein kansainvälisille ketjuille ja lipputulot liigalle tai lajiorganisaatiolle, eikä paikallisille järjestäjille. Kuinka paljon tuloja jää paikallistalouteen riippuu suurelta osin siitä, onko hotelliala paikallisessa, kansallisen tai kansainvälisen ketjun omistuksessa. Artikkelissaan *Is Smaller Better? A Comment on "Comparative Economic Impact Analyses"* by Michael Mondello and Patrick Rishe (2004b) Matheson selittää aiempaa tutkimustulosta, jonka mukaan pienempien urheilutapahtumien ex-ante taloudellisten vaikutusten arvioinnit ovat lähempänä todellisia vaikutuksia kuin mega-urheilutapahtumien ex-ante -arvioinnit. Tähän on Mathesonin mukaan syynä vähäisempi ruuhkautuminen, alhaisemmat kustannukset ja korkeammat kerrannaisvaikutusten kertoimet. Pienempiin tapahtumiin liittyy myös pienemmät kannustimet lobbaajille julkaista vääristyneitä lukuja. Tämän valossa isäntäkaupunkien kannattaisikin järjestää useampia pienempiä tapahtumia kuin havitella suuria mega-luokan kilpailuja.

Rugbyn maailmancup on maailman neljänneksi suurin urheilutapahtuma. Sen taloudellisia vaikutuksia tutkittiin Walesin kisoissa 1999 (SQW & System three, 2000). Tutkimuksen aineisto kerättiin vuotta ennen kisoja loka-marraskuussa 1998 sekä kisojen aikana 1999. Tutkimus koostui erilaisista survey-osatutkimuksista, joista yksi tärkeimmistä oli katsoja-survey. Kisat vetivät paikalle 331 000 henkilöä. 66 % katsojista oli walesilaisia, 13 % brittejä ja 21 % ulkomaalaisia. Kisojen arvioitiin tuottaneen 480 000 majoitusyöpymistä Walesissa. Yli 80 % vieraista oli Walesissa kisojen takia. Walesilaiset kuluttivat keskimäärin £64,21/päivä, britit £123,88/päivä ja ulkomaalaiset £177,45. Keskimääräinen kulutus oli £92,93/hlö/päivä. Kyselylomakkein tutkittiin myös turismiin liittyvää liiketoimintaa, kuten majoitus- ja ravitsemusalan yrityksiä sekä vähittäiskauppaa. Kisoilla oli positiivinen vaikutus alueella 2/3 majoitusyrityksistä, yli puoleen ravitsemisyrityksistä, mutta yli puolet vähittäiskauppiaista ilmoitti vaikutuksen olleen negatiivinen. Kisat myös vähensivät liike-matkailuturismia.

Tutkimusta on Isossa-Britanniassa tehty myös Bristolissa samana päivänä järjestettyjen kahden urheilutapahtuman, IAAF World Half Marathon ja BUPA Bristol Half Marathon, taloudellisista vaikutuksista (Leisure Industries Research Centre, 2001). Tapahtumiin osallistuneiden kulutusta selvitettiin haastatteluin ja postikyselyin. Pääasiallisena kiinnostuksen kohteena olivat katsojat, urheilijat ja median edustajat. Kahden tapahtuman järjestämisestä koituneet nettovaikutukset Bristolin taloudelle olivat £ 584 000. Suurimpia hyötyjiä olivat hotellit ja muut majoitusyritykset (3 000 majoitusyötä). Merkittävin ryhmä taloudellisten vaikutusten kannalta olivat katsojat (38 %), toiseksi merkittävin oli juoksijoiden/delegaatioiden (maajoukkueet) ryhmä (29 %). Delegaatioiden jäsen (MM-kisat) käytti keskimäärin £ 96, josta majoituksen osuus oli £ 76. Juoksijat käyttivät rahaa keskimäärin £ 71 ja median edustajat keskimäärin £ 77. Katsojia tapahtumassa arveltiin olevan n. 15 000, joista hieman alle puolet oli paikallisia. Kaupallisessa majoituksessa olevat katsojat kuluttivat keskimäärin £ 90 (ml. majoitus) ja päivävieraskatsojat £ 17/pvä. Keskimää-

rin katsojat kuluttivat yhteensä £ 33/pvä (ml. majoitus), joista suurin osa meni ruokaan ja juomaan.

UK Sportin (2005a) tutkimuksessa *Measuring Success 2 – The Economic Impact of Major Sports Events* on tarkasteltu 16 erilaisen eri puolilla Iso-Britanniaa vuosina 1997 -2003 järjestetyn urheilutapahtuman taloudellisia vaikutuksia. Tutkimus perustuu osallistujien kuluksiin liittyviin suoriin vaikutuksiin. Raportissa selvitetään urheilijoiden (tapahtumien osallistujien mediaani £60/kisapäivä), toimitsijoiden (£70/pvä), median edustajien (£100/pvä) sekä katsojien (£49/pvä) kulutuskäyttäytymistä kisojen aikana. Katsojien kulutuskäyttäytyminen havaittiin merkityksellisimmäksi, vaikka sen mediaaniarvo onkin alhaisin johtuen vähäisestä kaupallisen majoituksen käytöstä. Tutkimuksessa havaittiin, että kulutus/päivä on sitä suurempaa, mitä pidempään kisat kestävät. Vastaavasti päivävieraat kuluttavat vähemmän kuin monta päivää kisoissa viettävät ja paikkakunnalla yöpyvät vieraat. Ulkomaiset katsojat ja kilpailijat käyttävät enemmän rahaa kuin kotimaiset, koska he yleensä käyttävät kaupallista majoitusta ja viipyvät pidempään. Katsojien käyttämä osuus majoitukseen, ruokaan ja juomaan oli pienempi kuin muilla osallistujaryhmillä, ja vastaavasti ostoksien ja muiden (matkustus, viihde) oli suurempi kuin muilla ryhmillä. Jos kisapaikalla on hyvät mahdollisuudet ostosten tekoon, saattaa niiden osuus kokonaiskulutuksesta nousta suurimmaksi menoeräksi yli majoituksen, ruokailun ja juomien. Yksi tutkituista tapahtumista oli yleisurheilun halli-MM-kisat 2003 (UK Sports 2005b), jotka toivat Birminghamille ja sen ympäristölle (West Midlandsin alue) 3,7 milj. punnan taloudelliset vaikutukset. Katsojat, kilpailijat, toimitsijat ja media toivat 2,7 miljoonan lisätulot Birminghamin talouteen.

Cardiff Major Events City Centre Displacement (Cardif Research Centre 2002) tutkimuksessa tarkastellaan suurtapahtumien vaikutusta ostosten tekoon Cardiffin keskustassa. Aineisto kerättiin haastatteleamalla keskustassa säännöllisesti ostoksia tekeviä. Ravintola- ja majoitussektorin hyötyessä suurtapahtumista muu vähittäismyynti näyttöä kärsivän shoppailijoiden vältellessä keskustaa tiesulkujen ja muiden erikoisjärjestelyjen takia sekä urheilukannattajien huonon maineen vuoksi. Tutkimuksessa havaittiin väliaikainen vaikutus erityisesti urheilutapahtumien kohdalla. Kuitenkin 2/3 keskustaa tapahtumapäivinä välttelevä aikoi tehdä ostoksensa keskustassa jonain toisena päivänä ja vain 1/3 tekisi ostoksensa muualla. Vain 5 % vastaajista tekisi ostoksensa pysyvästi muualla, mikäli tapahtumatiheys nousisi ja tapahtumat osuisivat peräkkäisille viikonlopuille. Tapahtumien järjestämisen positiiviset vaikutukset ylittävät selvästi negatiiviset.

Laajemmin urheilusektorin merkitystä aluetaloudelle on tutkittu Cambridge Econometricsin (2003) tutkimuksessa *The Value of the Sports Economy in the Regions. The Case of the East of England*. Sen tarkoituksena on kartoittaa koko urheilusektorin merkitys Itä-Englannin taloudelle. Suuren profiilin urheilutapahtumat houkuttelevat 220 000 vähintään yhden yön viipyvää vierasta alueelle. Urheilusektori työllistää Itä-Englannissa 40 800 henkeä.

Suomessa tutkimusta on tehty Jyväskylän suurajojen ympäristövaikutuksista (Salo, Niskanen, Oittinen, Puroaho, Laihia, Meriläinen & Suomi 1996), jossa on samalla tarkasteltu myös taloudellisia vaikutuksia katsojien kulutuksen ja yritys-kyselyjen perusteella. Kisoihin myytiin yhteensä 110 500 pääsylippua sekä 7 900 yritys-lippua, katsojamääräksi arvioi-

tiin 43 000 – 53 000, joista 70 % tuli Suurajokuntien ulkopuolelta. Ulkomaalaisten katsojien osuudeksi arvioitiin haastattelujen perusteella noin 1 400, lisäksi paikalla oli ulkomaisia toimittajia ja tiimien jäseniä n. 1 300. Katsojat käyttivät keskimäärin rahaa² 155 € matkoihin, yöpymisiin, ruokaan ja juomiin, pääsylippuihin ja suurajotuotteisiin (vaihteluväli 0 - 3 400 €). Ulkomaalaisten arvioitiin tuoneen alueelle yli 400 000 €. Katsojat käyttivät Suurajojen vaikutusalueella 7,5 milj.€, mistä suurajokuntien ulkopuolisten osuus oli noin 5,3 milj.€. Suurajot työllistivät välittömästi niiden vaikutuspiirissä lähes 80 henkilöä vuoden ajaksi, kaikki tuotannon kerrannaisvaikutukset huomioiden työllisyysvaikutus oli lähes 200 henkilötyövuotta. Kolme neljästä yritys­kyselyyn vastanneesta oli sitä mieltä, että suurajojen vaikutus oli joko myönteinen tai erittäin myönteinen. Kisojen katsottiin lisänneen myyntiä, ihmisten liikkuvuutta ja yritysten tunnettavuutta. Yritysten lisämyynti oli kisojen aikana noin 3,7 milj.€ parempi vastaavaan tavalliseen 2 viikon ajanjaksoon verrattuna.

Pohjoismaat Suomi, Ruotsi, Norja ja Tanska hakivat Jalkapallon Euroopan-mestaruuskisojen isännyyttä vuodelle 2008. Mahdollisten kisojen tulevasta taloudellisista vaikutuksista tehtiin arviointi perustuen katsojien kulutukseen, huomioimatta järjestämiseen liittyviä kustannuksia (The economic impact of hosting UEFA EURO 2008 for the Nordic Countries, 2002). Tutkimus perustuu aikaisemmista kisoista saatuihin tietoihin, erityisesti vuoden 1996 ja 2000 kisoihin. Arviointi perustuu pääosin ennusteelle myytyjen lippujen määrästä, josta on tehty minimi (paljon pohjoismaita mukana kisoissa) ja maksimi (mahdollisimman vähän pohjoismaisia osallistujia) skenaarit. Minimiskenaarion mukaan Helsinkiin ja Tampereelle tulisi yhteensä 207 000 katsojaa, joista 112 000 ulkomaalaista ja jotka kuluttaisivat yhteensä 63,1 milj.€, joista vain kisojen aiheuttamaa kulutusta olisi 45,5 milj.€. Ravintola-alalle tulisi 20,4 milj.€ ja majoitukseen 10,4 milj.€ lisäys.

4.4 Tapahtumia Helsingissä

Timo Cantell (1999) kokoaa yhteen Helsingin tietokeskuksen raportissa "Helsinki suuratapahtumien näyttämönä" viidessä suuratapahtumasta vuodesta 1996 alkaen tehtyjen yleisöjen ja niiden rahankäytön tutkimusten tuloksia. Tutkitut tapahtumat olivat ITC-ajot, jääkiekkoilun MM-kisat, Michael Jacksonin konsertti Olympiastadionilla sekä Aida-oopperan esitykset Hartwall Arenalla. Aineisto kerättiin ITC-ajoissa paikanpäällä haastatteleamalla poistuvia katsojia uloskäynneillä, muissa tapahtumissa haastattelut tehtiin puhelimitse jälkikäteen, jolloin saatiin selville todellinen rahankäyttö. ITC-ajojen ja jääkiekon MM-kisojen aikana myös haastateltiin kantakaupungissa ja Kehä I:n eteläpuolella sijaitsevia palvelualan yrityksiä (hotellit, ravintolat, museot, keskustan erikoisliikkeet, tavaratalot) tapahtumien taloudellisten vaikutusten arviointia varten. Tuloksina tapahtumien yleisöistä noin puolet suuratapahtumien yleisöistä tulee tutkimuksen mukaan Helsinkiin pääkaupunkiseudun ulkopuolelta, helsinkiläisiä on vajaa kolmasosa. Suuri osa kävijöistä on toimihenkilövaltaisia, korkeassa sosioekonomisessa asemassa olevia ja hyvin ansaitsevia. Urheilutapahtumat keräävät pääosin miesvaltaisia yleisöjä, kulttuuritapahtumat pääosin naisvaltaisia yleisöjä. Etenkin hotelli- ja majoitusliikkeet sekä ravintolat ja baarit hyötyvät tapahtumista, mutta myös vähittäiskauppojen myynti kasvaa suuratapahtumien myötä. Tutkittujen tilaisuuksien kävijöiden keskimääräinen kulutus vaihteli: Aida 165 mk/hlö, Michael Jacksonin konsertti

² Tutkimuksessa esitetyt markkamäärät muunnettu euroiksi.

307 mk/hlö ja ITC-ajot 628 mk/hlö. ITC-ajojen kokonaisvaikutus helsinkiläisille yrityksille oli 37,1 milj. mk (yrityskysely) ja merkitsivät 44 milj. mk:n tuloja Helsingin talouselämälle (yleisökysely). Jääkiekkoilun MM-kisat merkitsivät yrityksille 10 -12 milj. mk:n tuloja. Jacksonin konsertti merkitsi 14 miljoonan mk:n tuloja Helsingin talouselämälle, Aida-ooppera 6,4 milj. mk. Raportin mukaan tapahtumat tuovat kaupunkiin runsaasti vieraita, jotka eivät muuten tulisi vierailulle ainakaan tapahtuman ajankohtana. Tapahtumien mahdollisia syrjäyttämisaikutuksia ei ole arvioitu, joskin niiden mahdollisuus mainitaan.

Timo Cantellin ja Harry Schulmanin (2001) toimittama teos "Mitä oli kulttuurivuosi?" sisältää 15 artikkelia, jotka käsittelevät Helsingin Euroopan kulttuurikaupunkivuotta eri näkökulmista. Kiinnostavimmat näistä ovat Ilkka Susiluodon artikkeli Kulttuurikaupunkivuoden taloudelliset vaikutukset ja Timo Cantellin artikkeli Kulttuurikaupunkivuoden kansalaismielipide ja yleisöt. Susiluoto tarkastelee artikkelissaan kulttuurivuodesta kansantalouteen tulevia talousvaikutuksia kokonaistaloudellisesta näkökulmasta. Kiinnostuksen kohteena on kulttuuripääkaupunkivuoden aikaansaama työllisyys ja sen toiminnan synnyttämä kansantuotteen arvo. Susiluoto arvioi taloudellisia vaikutuksia tavaroiden ja palveluiden ostoketjujen avulla metodinaan alueellinen panostuotosmenetelmä, jonka perusaineistona on Tilastokeskuksen laatima Uudenmaan maakunnan panos-tuotostaulukko vuodelle 1995. Susiluodon laskelmien mukaan kulttuuripääkaupunkivuoden välilliset ja välittömät työllisyysvaikutukset olivat lähes 1500 henkilötyövuotta, joista n. 2/3 Uudellamaalla. Kansantuote-erä oli lähes 400 milj. mk (67 milj.€), joista runsaat 2/3 tuli Uudellemaalle. Kulttuurivuoden taloudelliset sidokset olivat siis huomattavat.

Cantellin artikkeli tarkastelee kansalaisten suhtautumista kulttuuripääkaupunkivuoteen sekä tapahtumien yleisöjen koostumusta. Yleisöjen koostumusta selvitettiin kolmessa tapahtumatutkimuksessa, joiden tapahtumista kaksi oli maksullisia (Maaginen kesäyö telakalla Masa Yardsin tiloissa ja Paavo Nurmi -ooppera Olympiastadionilla) ja yksi ilmainen (Töölönlahden taidepuutarhat). Tapahtumien kävijöiden rahankulutus jäi pienemmäksi kuin aiemmin tutkituissa suurtapahtumissa. Tämä johtui paikkakuntalaisten suuresta osuudesta sekä siitä, että vain pieni osa yleisöstä kulutti aikaansa ja rahojaan vierailukohteiden ulkopuolella. Rahankäytössä otettiin huomioon myös muun tahon kustantamat menot, joita syntyi sponsoroinnin seurauksena yritysasiakkaita vetävissä tapahtumissa, kuten Paavo Nurmi -oopperassa. Paavo Nurmi -oopperan kävijöiden keskimääräinen kulutus oli 282 mk (47,39€) yhteensä itse tapahtumassa ja kaupungilla, jolloin rahaa käytettiin yhteensä n.6,2 milj. mk (1,04 milj.€). Kuvia hämärässä -esityksen kävijöiden keskimääräinen kulutus oli 54mk (9,08€) ja tapahtumaan liittynyt kulutus oli n. 0,5 milj. mk (84 000€).

Cantellin ja Virkolan (2003) raportti "Messukeskuksen taloudelliset vaikutukset pääkaupunkiseudulla" käsittelee Helsingin Messukeskuksen vuoden 2001 kävijämääriä, kävijöiden ja näytteilleasettajien sekä kongressi- ja kutsuvieraiden kulutusta ja taloudellista merkitystä Helsingille ja pääkaupunkiseudulle. Tutkimuksen kohteina olivat Suomen Messujen messut ja näyttelyt, muiden tahojen järjestämät tapahtumat sekä kongressi- ja kokoustoiminta Helsingin Messukeskuksessa, joissa vuonna 2001 vieraili yhteensä runsas miljoona vierasta ja toimi erilaisia näytteilleasettajayrityksiä yhteensä 10 603. Tutkimuksen perusaineistona on kävijöiden ja näytteilleasettajayritysten rahankäyttö Messukeskuksessa ja pääkaupunkiseudulla, joiden pohjalta arvioitiin Messukeskuksen taloudellisista vaikutuksista

Helsingille. Aineiston keruu- ja analysointimenetelmiä ei raportissa tarkemmin eritellä. Yleisömessujen vieraiden keskimääräinen kulutus oli 33,20€/hlö. Messuvieraiden kulutuksesta hieman yli puolet tapahtui Messukeskuksessa ja sen pääasialliset kohteet olivat ruokailu, kahvittelu ja ostokset. Loppuosa kulutuksesta tapahtui Helsingissä tai muualla pääkaupunkiseudulla ja se suuntautui ruokailuun ja kahvitteluun, ostoksiin, viihde- ja kulttuuripalveluihin sekä julkisiin liikennevälineisiin. Ammattimessujen kävijät kuluttivat huomattavasti enemmän rahaa kuin yleisömessuille osallistuvat, keskimäärin 51,60€/hlö. Myös pääkaupunkiseudun ulkopuolelta tulevat, noin puolet vieraista, kuluttivat paikallisia enemmän. Yleisön kulutus henkeä kohden jäi alhaisemmaksi kuin muissa Helsingissä järjestetyissä suurissa urheilu- ja kulttuuritapahtumissa. Yhteenlaskettuna (Suomen Messujen liikevaihto+ vieraitten ja näytteilleasettajien kulutus messukeskuksessa ja pääkaupunkiseudulla) kulutus Messukeskuksessa vuonna 2001 oli 145,89 milj.€.

4.5 Yhteenvetoa ja johtopäätöksiä alan tutkimuskirjallisuudesta

Olympialaisten ja joidenkin muiden todella suurten urheilutapahtumien taloudelliset vaikutukset painottuvat etukäteen tehtyihin investointeihin. Yleensä investointien volyyymi pystytään selvittämään kohtuullisen hyvin. Investointien kerrannaisvaikutuksia lasketaan vakiintuneella panos-tuotos-malleilla. Sen sijaan investoinneissa vaikutusten ja erityisesti kerrannaisvaikutusten alueellinen kohdentaminen on ongelmallista. Suur tapahtumia palveleva infrastruktuuri rakennetaan useimmiten suurelta osin julkisella rahoituksella. Investointien vaihtoehtoiskustannuksia ei silti käsitellä kovin monissa tutkimuksissa. Investointien tehokkuudesta, esimerkiksi kisapaikkojen käytettävyydestä ja käytön tehokkuudesta kisojen jälkeen, käydään kriittistä keskustelua monissa tutkimuksissa ja tätä pidetään avainkysymyksenä investointien pitkän ajan vaikutusten kannalta.

Toinen tutkimusten keskeinen teema koskee kisaturistien talouteen tuomaa rahaa ja sen vaikutuksia. Tämä näkökulma painottuu selvästi pienemmissä urheilutapahtumissa ja muissa suur tapahtumissa, joihin ei liity mittavia investointeja. Tutkimuksellisesti merkittävä kysymys on suur tapahtuman aikaansaamat syrjäyttämisaikutukset eli missä määrin tapahtuma syrjäyttää muuta turismia, joka olisi tulossa alueelle samaan aikaan, jos tapahtumaa ei järjestettäisi. Tutkimusten mukaan tämä näkökulma sivuutetaan täysin "tapahtumalobbareiden" arvioissa, mutta sen lisäksi myös monissa vakavasti tehdyissä tutkimuksissa. Yannis Ioannides (2002) arvioi Ateenan olympialaisista tekemässään tutkimuksessa, että kisaturistien positiivinen nettovaikutus talouteen jäi vähäiseksi, koska kisat syrjäyttivät niin paljon ajankohdan normaalia turismia. Sen sijaan Göteborgin MM-kisoista tehdyissä vaikutusarvioinneissa (Stiernstrand), joiden pohjalta on tehty myös Helsingin 2005 kisoja koskevia laskelmia, ei oteta kantaa syrjäyttämisaikutuksiin. Tätä on kritisoitu myöhemmin voimakkaasti mm. Hultkrantzin (1999) tutkimuksessa.

5 Kisojen toimijat sekä raha- ja palveluvirrat

Tässä luvussa esitellään MM2005-kisojen keskeiset toimijaryhmät ja niiden väliset raha- ja palveluvirrat. Lisäksi kuvataan ja analysoidaan kisoja varten tehtyjen investointien taloutta, kisajärjestelyjä ja niihin liittyvää taloutta sekä yritysten roolia kisoissa.

5.1 MM2005-kisojen toimijat sekä raha- ja palveluvirrat

MM2005-kisojen keskeiset toimijaryhmät sekä tärkeimmät niiden väliset raha- ja palveluvirrat on esitetty kuviossa 5.1.

Kisojen toimeksiantajana voidaan pitää *kansainvälistä yleisurheiluliittoa (IAAF)*. Se valitsi Helsingin kisaisännäksi halukkaiden kaupunkien välillä toteutetun kilpailutuksen tuloksena helmikuussa 2002. IAAF määrittelee yleisurheilun MM-kisojen järjestämisen ehdot ja näin tapahtui myös Helsingin kisojen tapauksessa. IAAF on yleisurheilun MM-kisojen suurin taloudellisen hyödyn saaja. IAAF:n sopimustoiminta (mm. sponsori- ja televisiointisopimukset) on ulkoistettu japanilaiselle Dentsu-yhtiölle. Kaikki IAAF:n taloutta koskevat tiedot ovat liikesalaisuuden alaisia, joten niistä ei voida esittää täsmällisiä tietoja. Kuitenkin eri tietolähteiden (mm. FST:n tv-dokumentti "Vem vann VM?", 30.8.2006) perusteella voidaan arvioida, että MM2005-kisat tuottivat IAAF:lle suuruusluokka-arviona noin 20 milj.€ pääyhteistyökumppaneilta saatuina sponsorituloina sekä yleisurheilun kansainvälisistä televisiointioikeuksista saatavina tuloina. IAAF ei antanut suoraa rahoitusta kisojen järjestämiseen. Kisojen taloudelliset riskit olivat täysimääräisesti kisaorganisaation sekä Suomen valtion kannettavana. Kisaorganisaatio maksoi pääosan mm. urheilijoiden ja akkreditoitujen vieraiden kustannuksista. IAAF vastasi kisoissa ajanotosta ja tulospalvelusta. Se kustansi myös mitalistien palkinnot. Lisäksi IAAF lahjoitti kisaorganisaation käyttöön 200 yhteistyökumppani Toyotan autoa sekä yhteistyökumppani Mizunon lahjoittamat vapaaehtois-työntekijöiden asusteet. IAAF:n kisojen toteuttamisen hyväksi tarjoaman panoksen (pl. palkinnot) rahalliseksi arvoksi kisaorganisaatio on arvioinut 1,2 milj.€.

MM2005 kisaorganisaatio on kisojen keskeisin toimija. Kisojen tulot ja menot eritellään tarkemmin alaluvussa 5.3. Kisaorganisaation menot olivat noin 27,5 milj.€. Se maksoi palkkoja ja henkilösivukuluja noin 2,5 milj.€ palkatulle henkilöstölleen. Vuokria ja korvauksia stadionin käytöstä, muiden tapahtumapaikkojen käytöstä sekä kisakylästä maksettiin yhteensä noin 7 milj.€. Loppuosa 18 milj.€ käytettiin erilaisten palveluiden ostoihin eri alojen yrityksiltä, kisoihin osallistuvien joukkueiden matkojen osittaiseen rahoittamiseen sekä muihin kisajärjestelyjen kuluihin.

Kisojen noin 28 milj.€:n tuloista suurin tulolähde muodostui pääsylippituloista, noin 17 milj.€. Kisaorganisaatio sai sponsoritukea paikallisilta yhteistyökumppaniyrityksiltä noin 5 milj.€:n arvosta, josta puolet tuli rahana ja puolet vastikkeettomina tai alle käyvän hinnan tarjottuina palveluina.

Suomen valtio myönsi kisoja varten avustusta yhteensä 1,75 milj.€, josta osa oli kohdennettu määrättyihin tarkoituksiin. Lisäksi valtio osallistui osaltaan kisojen turvallisuuden takaamiseen lisäämällä rajavartiolaitoksen resursseja sekä järjestämällä kisojen ja kisakylän alueille poliisivoimia sekä jonkin verran varusmiehiä ja kantahenkilökuntaa. Lisäksi poliisi antoi kisojen käyttöön läpivalaisulaitteita ja niiden käyttäjiä. Näiden turvallisuusjärjestelyjen kustannukset valtiolle olivat noin 7,3 milj.€. Valtio teki myös IAAF:n edellyttämän päätöksen kisojen tappiotakauksesta, jonka suuruudeksi tuli 2,5 milj.€. Valtio sai puolestaan arvonlisäverotuottoja ja yhteisöverotuottoja yrityksiltä, jotka myivät palveluita kisayleisölle, kisaorganisaatiolle tai infrastruktuurin omistajille. Edelleen valtio sai tuloverotuottoja yritysten tai kisaorganisaation henkilöstön kisojen vuoksi lisääntyneistä palkkatuloista.

Pääkaupunkiseudun kunnista Helsinki myönsi kisoille 250 000 €:n ja *Espoo* 200 000 €:n suuruisen avustuksen. Helsingin, Espoon ja *Vantaan* kaupungit tuottivat kisoja varten erilaisia palveluita, joiden yhteisarvo oli noin 0,5 milj.€. Helsinki ja Espoo tekivät omalla rahoituksellaan usean miljoonan euron arvosta investointeja ja kunnostustöitä harjoitus- ja lämmittelykenttiin (Leppävaara/Eläintarha) sekä lukuisilla yleisillä alueilla kisapaikkojen ympäristössä ja muualla kaupungeissa. Investoinnit ja kunnostustyöt tehtiin osittain ostamalla urakointipalveluja alan yrityksiltä sekä osittain omana työnä. Pääkaupunkiseudun kunnat eivät perineet kisaorganisaatiolta vuokraa omistamiensa kenttien, muiden tilojen tai yleisten tilojen käytöstä. Kunnat saavat oman osuutensa mahdollisesti kasvaneesta yhteisöverotuotosta sekä kunnallisverotuloja yritysten tai kisaorganisaation henkilöstön kisojen vuoksi lisääntyneistä palkkatuloista siltä osin kuin niiden kasvu kohdistui oman kunnan asukkaisiin

Kisojen infrastruktuurin omistajat – tärkeimpinä *Stadion-säätiö* (Olympia-stadion) ja *Teknillisen korkeakoulun ylioppilaskunta* (kisakylä) – saivat kisaorganisaatiolta korvauksia tai vuokraa infrastruktuurin käytöstä. Kisainfrastruktuurin investoinneissa omistajat ostivat urakointipalveluja alan rakennusyrityksiltä.

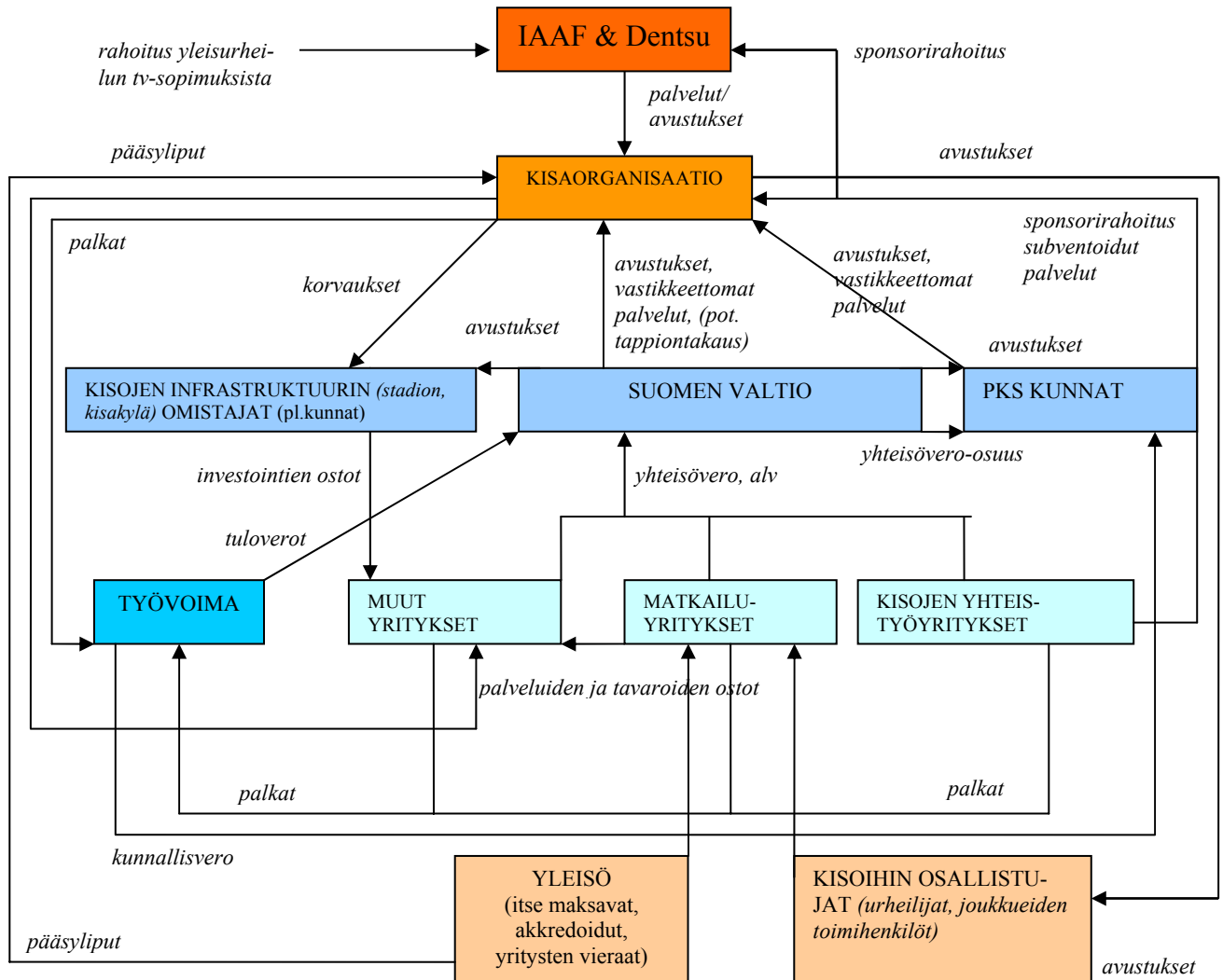
Yritykset on kuviossa jaettu kolmeen ryhmään niiden roolin mukaisesti. Kisojen *yhteistyöyritykset* sisältävät IAAF:n viralliset yhteistyökumppanit sekä kisaorganisaation yhteistyökumppanit. Virallisilla yhteistyökumppaneilla oli sponsorisopimus Dentsun kanssa. Myös kisaorganisaation yhteistyökumppanit joutuivat tekemään sopimuksen ja maksamaan Dentsulle saadakseen yhteistyökumppani-statusen. Osa kisaorganisaation yhteistyökumppaneista antoi sponsoritukea kisoille. Lisäksi ne tuottivat palveluita tai toimittivat tavaroita kisoja varten, osa yrityksistä normaalia hinnoittelua alemmalla hinnalla.

Matkailuyrityksiin on laskettu ne yritykset, jotka myivät kisavieraille ja osittain myös kisaorganisaatiolle majoitus-, ravitsemis-, liikenne-, kauppa- ja muita palveluita. Kisayleisöltä tullut rahavirta kanavoitui pääasiassa näille yrityksille. *Muihin yrityksiin*, joihin kisat vaikuttivat taloudellisesti, kuuluvat mm. rakennusalan yritykset, jotka osallistuivat investointihankkeiden toteuttamiseen sekä kaikki muut yritykset, jotka tuottivat palveluita ja tavaroita kisaorganisaatiolle, yhteistyöyrityksille tai matkailuyrityksille. Yritykset maksoivat palkkoja työntekijöille, jotka edelleen maksoivat tuloveroa valtiolle ja kunnallisveroa kunnalle. Yritykset tilittivät arvonlisäveroja valtiolle sekä maksoivat yhteisöveroa, josta osa kanavoituu kunnille niiden yhteisöverosuutena.

Kisaorganisaatio palkkasi *työntekijöitä* vapaaehtoistyöntekijöiden lisäksi. Yritykset käyttivät vakituista henkilökuntaansa ja palkkasivat lisätyövoimaa kisojen ja kisayleisön tarvitsemien palvelujen ja tavaroiden tuottamiseksi. Kisaorganisaatio ja yritykset maksoivat palkkoja työntekijöille ja työntekijät maksoivat veroja valtiolle ja kunnille.

Kisayleisön rooli on keskeinen suurtaapahtuman taloudessa. Yleisö maksaa pääsyliput, joka on kisojen tärkein tulolähde. Lisäksi yleisö ostaa palveluita matkailuyrityksiltä. Myös varsinaiset *kisoihin osallistujat* (urheilijat, joukkueiden toimihenkilöt) ostavat tavaroita ja palveluita yrityksiltä.

Kuvio 5.1. Kisojen keskeiset toimijaryhmät ja niiden väliset rahavirrat



5.2 Kisojen infrastruktuuri sekä investointi- ja kunnostushankkeet

MM2005-kisojen *infrastruktuurilla* tarkoitetaan urheilutapahtumapaikkoja, kisoja palveleita muita rakennuksia tai tiloja, kisakylää sekä yleisiä alueita, jotka toimivat osana kisapahtumia tai tukivat kisojen toteuttamista. Kisojen infrastruktuuria varten tehtiin merkittäviä investointeja ja kunnostustoimia ennen kisoja. Nämä muodostavat keskeisen osan MM2005-kisojen taloudellisista vaikutuksista. Kisojen infrastruktuurihankkeet ovat kiinnostavia paitsi niihin liittyvien rahavirtojen ja ajoituksen kannalta, myös siltä kannalta, liittyikö niihin rahoituksellisia syrjäyttämisaikutuksia ja mikä on hankkeiden pitemmän ajan hyöty. Seuraavassa kuvataan kisojen kannalta keskeisen infrastruktuurin investointi- ja kunnostustoimet ja niiden rahoitus sekä arvioidaan hankkeiden taloudellisia vaikutuksia. Tiedot perustuvat infrastruktuurin omistajien haastatteluihin ja heiltä saatuihin tietoihin.

Olympiastadion

Olympiastadionin omistaa ja sen toiminnasta vastaa Stadion-säätiö. Stadionilla toteutettiin kisoja varten investointi- ja kunnostusohjelma, jolla stadionin laatu saatiin nostettua yleisurheilun MM-kisojen edellyttämälle tasolle ja kisojen myöntämiselle asetettujen ehtojen mukaiseksi.

Investoinnin kokonaiskustannus oli 10,0 milj.€ (sis. alv). Hanke koostui seuraavista osista:

- lisäkatoksen rakentaminen	6,5 milj.€
- kentän kunnostaminen	1,0 milj.€
- äänitekniikka, valaistus, kulunvalvonta	1,2 milj.€
- rakennuttajakustannukset	1,3 milj.€.

Hankkeen valmistelu aloitettiin neuvotteluilla museoviraston kanssa välittömästi keväällä 2002, kun päätös kisojen myöntämisestä oli tehty. Hankkeen suunnittelu käynnistyi syksyllä 2002. Katoksesta järjestettiin kansainvälinen suunnittelukilpailu, joka ratkesi keväällä 2003. Rakentaminen käynnistyi heinäkuussa 2004 ja valmistui toukokuussa 2005, jolloin välittömästi käynnistyi stadionin varustelu MM-kisoja varten. Kisoja varten toteutetun media-katsomon ja sen väliaikaisen katoksen toteuttivat ja rahoittivat kisaorganisaatio ja YLE.

Investointi- ja kunnostusohjelma rahoitettiin Suomen valtion, Helsingin kaupungin ja Stadion-säätiön yhteisellä rahoituspaketilla. Opetusministeriö myönsi hankkeeseen 4,2 milj.€ suuruisen avustuksen. Helsingin kaupunki myönsi hankkeelle 4,2 milj.€ suuruisen avustettavan lainan (joka Stadion-säätiön kannalta on avustus). Loppuosa 1,6 milj.€ rahoitettiin säätiön omilla varoilla.

Stadion-säätiön normaali vuosittainen liikevaihto, joka koostuu tapahtumista saatavista vuokratuloista sekä muista myyntituloista, on noin 2 milj.€/vuosi. Säätiö sai MM2005-kisaorganisaatiolta vuokratuloja 900 000 €, joista käyttökuluihin meni 700 000 €. Ylijäämää jäi 200 000 €. Toisaalta rakennushankkeen vuoksi peruuntui U2-yhtyeen konsertti sekä joitakin pienempiä tapahtumia, mistä aiheutui vuokra- ja myyntitulojen menetyksiä noin 150 000 €.

Olympiastadionilla on ollut pitkäaikainen tarve rakentaa itäkatsomoon katos sekä kunnostaa kenttä. Suunnitelmia jatkohankkeille (mm. saniteetti- ja myyntitilojen saneeraus) on tehty, mutta niiden rahoitus on auki. Ilman MM-kisoja vuosien 2002 -2005 hanke ei olisi toteutunut. Avustukset valtiolta ja Helsingin kaupungilta olivat välttämätön edellytys hankkeelle. Stadionin normaali tuotto ei mahdollista suuria investointeja omin varoin, vaan siihen tarvitaan ulkopuolista rahoitusta. Useimmissa muissa Euroopan maissa jalkapallo tuottaa vastaavankokoisille stadioneille niin hyvin, että suuriakin investointeja voidaan tehdä omalla ja lainarahoituksella. Sen sijaan Suomessa jalkapallon yleisömäärät ovat pieniä ja kotimaisia liigapelejä varten stadionille ei riitä kysyntää, vaan jalkapallon osalta käyttö rajoittuu maaotteluihin.

Hankkeen pitkän ajan vaikutuksia voidaan arvioida tekniseltä ja taloudelliselta kannalta. Katos vähentää sen suojaamalla alueella betonin rapautumista ja pidentää stadionin rakenteiden käyttöikä. Kentän perusteellinen kunnostaminen aika ajoin on välttämätöntä sen käytettävyyden kannalta. Talouden kannalta investointi paransi stadionin käytettävyyttä tulevaisuudessa muissa tapahtumissa, kuten jalkapallo-otteluissa, yleisurheilukisoissa ja konserteissa. Stadion saatiin mm. FIFA:n edellyttämälle tasolle mm. valaistuksen ja katettujen paikkojen määrän suhteen, jolloin kentällä voidaan järjestää myös FIFA:n otteluita. Aikaisempaa suurempi määrä katettuja paikkoja parantaa muutenkin stadionin markkinointimahdollisuuksia, koska katetuilta paikoilta voidaan periä kalliimpia lipunhintoja. Yleisurheilun kannalta stadionin kenttä saatiin kansainvälisesti verrattuna erinomaiselle tasolle. Nykyisen tasoisena (tai ainakin saniteetti- ja taustatilojen kunnostuksen jälkeen) stadion soveltuu mm. sijaintinsa ansiosta erinomaisesti yleisurheilukisojen paikaksi. Säätiön oman arvion mukaan investointi- ja kunnostushankkeen vaikutus säätiön tulevien vuosien liikevaihtoon tulee olemaan positiivinen, mutta ei silti välttämättä kovin suuri.

Aluetaloudellisten vaikutusten näkökulmasta stadionin investointi- ja kunnostushanketta voidaan pitää MM2005-kisojen aikaansaamana investointina, koska säätiön edustajien mukaan ilman kisoja hankkeelle ei olisi järjestynyt rahoitusta, vaikka tarve hankkeelle oli ollut pitkään olemassa. Hankkeen rahoittaminen ei myöskään syrjäyttänyt mitään vaihtoehtoista investointikohdetta.

Otaniemen kisakylä

MM2005-kisojen urheilijoiden kisakylä sijaitsi Otaniemessä. Majoitus oli järjestetty teknillisen korkeakoulun ylioppilaskunnan (TKY) omistamissa opiskelija-asuntoloissa sekä hotellissa (Radisson SAS hotelli Espoo). Kisakylään majoitettiin 3 000 urheilijaa ja joukkueen jäsentä, joista 2 600 asuntoloihin ja 400 hotelliin. Kisakylään liittyi TKY:n omistama ja Teknilliselle korkeakoululle (TKK) vuokraama Dipoli, jossa toimi mm. kisakylän ruokailukeskus sekä poliisin komentokeskus.

Ennen kisoja TKY rakennutti aikaisempien opiskelija-asuntoloiden lisäksi 6 uutta asuntolarakennusta. Niiden yhteenlaskettu kerrosala oli 10 000 kem², ja niihin valmistui asuntolapaikkoja yhteensä noin 400. Ilman uusia asuntoloita kisakylä ei olisi mahtunut kokonaisuudessaan Otaniemeen, vaan se olisi jouduttu jakamaan useampaan sijaintipaikkaan. Tämä olisi ollut hankalaa mm. kuljetusten ja turvallisuusjärjestelyjen kannalta. Uudisraken-

nushanke toteutettiin vuosina 2002 -2005. Alueen asemakaava valmistui vuonna 2002. Rakennusten tontit ovat valtion (Senaatti-kiinteistöjen) omistuksessa, joka vuokrasi ne TKY:lle. Rakennushankkeen kokonaiskustannus oli 19,8 milj.€ (sis. alv). Rahoituksesta 95 % saatiin Asuntorahaston (ARA) arava-lainana, 4 % avustuksena valtiolta ja 1 % TKY:n omista varoista.

TKY:llä oli ollut pitkäaikainen tarve rakennuttaa lisää opiskelija-asuntoja Otaniemeen, koska asuntolapaikoista oli pulaa. Kuitenkaan hanke ei ollut edennyt asemakaavan, tontinluovutuksen eikä rahoituksen osalta. TKY:n edustajan mukaan taustalla oli ollut OPM:n alaisen Opiskelija-asuntojen neuvottelukunnan kielteinen kanta siihen, että asuntoloita rakennettaisiin tietyn oppilaitoksen opiskelijoille. Vaihtoehtoinen hanke (todennäköisesti HOAS:n) asuntoloiden tai asuntojen rakentamiseksi olisi toteutunut aikaisintaan 5-7 vuoden kuluttua. Päätös yleisurheilun MM-kisoista ja TKY:lle esitetty tarjous Otaniemeen sijoitettavasta kisakylästä muutti asiat nopeasti. Kun uudisrakennushankkeen lähtökohdaksi otettiin, että valmistuvat rakennukset otetaan käyttöön kisojen majoitustiloina, TKY:n hanke lähti etenemään erittäin nopeasti. Sopimus tonttien vuokrauksesta Senaatti-kiinteistöjen ja TKY:n välillä tehtiin jo kesäkuussa 2002. Myös asemakaava valmistui pikaisesti. Siitä tehty valitus käsiteltiin 2 viikossa. ARA myönsi TKY:lle arava-lainan ja valtio avustuksen. Rakentaminen käynnistyi syksyllä 2003 ja viimeinen rakennus valmistui kesällä 2005.

Ennen kisoja keväällä 2005 TKY:n vanhat asuntolat, joissa asui noin 1 100 opiskelijaa, tyhjennettiin opiskelijoista ja tavaroista sekä remontoitiin kisakylätoimintaa varten noin 190 000 €:n kustannuksella. Kisojen jälkeen elokuussa 2005 vanhat asuntolarakennukset palautettiin ja uudet rakennukset otettiin TKK:n opiskelijoiden asuntolakäyttöön.

TKY sai kisaorganisaatiolta korvausta 1 milj.€ asuntoloiden kisakyläksi muuttamisen kustannuksista, saamatta jääneistä vuokrista sekä TKY:n kisakylää varten tuottamista palveluksista. Saatua korvaus kattoi kaikki TKY:n kustannukset. Kuitenkin TKY:n kannalta kisojen tärkein hyöty oli siinä, että se mahdollisti uusien asuntoloiden rakentamisprojektin toteuttamisen. Sen avulla TKY:n asuntolapaikkatarjonta saatiin sille tasolle, että syksyllä 2005 TKY pystyi tarjoamaan asuntolapaikan kaikille halukkaille pääkaupunkiseudun ulkopuolelta tuleville TKK:n opiskelijoille. Ilman MM2005-kisoja hanke ei olisi TKY:n edustajan näemyksen mukaan toteutunut.

MM2005-kisojen taloudellisten vaikutusten näkökulmasta hanketta voidaan pitää kisojen aikaansaamana investointina, koska ilman kisoja hanke ei olisi toteutunut, vaikka tarve oli ollut pitkään olemassa. Tosin vaihtoehtoinen hanke olisi todennäköisesti toteutunut ilman kisoja, mutta aikaisintaan 6-7 vuoden kuluttua. Hankkeen rahoittaminen ei myöskään syrjäyttänyt mitään vaihtoehtoista investointikohdetta.

Helsingin kaupungin infrastruktuuri

Helsingin kaupunki peruskorjasi Eläintarhan urheilukentän kisoja varten. Sen lisäksi kaupunki kunnosti monin tavoin olympiastadionin lähellä sijaitsevia kisojen käytössä olleita tiloja sekä yleisiä alueita Töölössä, keskustassa sekä maratonin reitin varrella.

Eläintarhan kenttää käytettiin MM2005-kisoissa lämmittelykenttänä. Helsingin kaupungin liikuntaviraston (Liv) toteuttama Eläintarhan kentän peruskorjaus sisälsi juoksuratojen laajennuksen 8-rataiseksi sekä pinnoitteen uusimisen, lämmittelyradan rakentamisen kentän ympärille, keskikentän hiekkapinnoitteen uusimisen nurmipinnoitteeksi, pukusuojarakennuksen uusimisen sekä Eläintarhan kentän ja stadionin välisen maanalaisen yhdyskäytävän siistimisen ja seinäpinnoitteen uusimisen. Lisäksi käytävään asennettiin kisojen jälkeen mondo-pinnoite stadionilta ylijääneistä materiaaleista, jonka ansioista käytävää voidaan käyttää pikajuoksijoiden sisäharjoitteluratana. Peruskorjaus toteutettiin vuosina 2004 - 2005. Hankkeen kokonaiskustannukset olivat 1,3 milj.€ (ilman alv, jonka kunta saa palautuksena takaisin). Kaupunki sai hanketta varten OPM:lta avustusta 230 000 €. Eläintarhan kentän peruskorjaus olisi toteutettu lähiaikoina joka tapauksessa, mutta MM2005-kisojen vuoksi hanketta aikaistettiin ja se toteutettiin perusteellisempänä ja korkeatasoisempänä kuin olisi tehty ilman kisoja. Peruskorjaus mahdollistaa kentän käyttämisen aikaisempaa paremmin yleisurheilun kilpailukäytössä, sillä siellä voidaan järjestää mm. piirinmestaruuskisoja.

MM2005-kisoja varten Liv toteutti muita urheilupaikkojen ja yleisten alueiden kunnostushankkeita yhteensä 735 000 €:lla (ilman alv) vuonna 2005. Näiden pääasiallisena tarkoituksena oli kohentaa kisa-alueella ja sen lähiympäristössä sekä maratonreitin varrella sijaitsevien Liv:n hallitsemien tilojen ympäristöä. Tärkeimmät kunnostuskohteet olivat:

- pallokentän alueen ympäristön kohentaminen, tekonurmen uusiminen sekä VIP-kentän nurmikon uusiminen (kustannukset yhteensä 465 000 €, josta Suomen palloliitto maksoi 30 000 €),
- uimastadionin ympäristön parantamista,
- urheilukenttien ympäristön parantamista (Kaisaniemen, Väinämöisen, Laakson, Väinö Tannerin ja Kallion kentät),
- Töölön kisa- ja maalaustöitä,
- Hietarannan uimarannan ympäristön parantamista,
- ranta- ja venesatama-alueiden ympäristön parantamista (Meilahden venesatama, Rajasaari, Rajasaarenpengeri, Soutustadion, Uunisaari, Valkosaari, Liuskasaari, Merisataman venesatama, Kaisaniemen venesatama, Merimelojien maja) sekä
- Velodromin ympäristön parantaminen.

Helsingin kaupungin rakennusvirasto (HKR) kunnosti stadionin ja keskeisten tapahtumapaikkojen ja hotellien lähellä sijaitsevia yleisiä alueita, sekä maraton- ja kävelyreittien ympäristöjä. HKR:n kokonaiskustannukset olivat 1,6 milj.€, josta kaupungin keskushallinto maksoi osan ja kisaorganisaatio noin 200 000 €. Tärkeimmät HKR:n toteuttamat kohteet:

- stadionin ympäristön pysäköintialueiden ja kenttien sekä katualueiden kunnostus- ja päällystystöitä,
- keskeisten puistojen kunnostusta,
- maraton- ja kävelyreittien ympäristön kunnostusta,
- kukkalaatikoita keskeisille paikoille sekä
- lipputankoja ja lippuja keskeisille paikoille.

Kokonaisuudessaan Helsingin kaupunki toteutti investointeja ja kunnostushankkeita kisoja varten 3,6 milj.€:lla (ilman alv). Tästä OPM:n avustus Eläintarhan kentän kunnostukseen ja

Palloliiton avustus pallokentän nurmen uusimiseen kattoivat yhteensä 260 000 €. Suuri osa hankkeista oli sellaisia, jotka olisi toteutettu ennemmin tai myöhemmin ilman kisojakin (mm. Eläintarhan kenttä), mutta kisat aikaistivat hankkeiden ajoitusta ja vaikuttivat niiden laajuuteen ja laatuun. Jotain tilapäisiä rakenteita (mm. lipputangot) lukuun ottamatta kunnostetut tilat ja alueet jäivät kisojen jälkeen urheilijoiden (mm. Eläintarhan kenttä, maan-alainen käytävä ja pallokenttä) tai asukkaiden (puistot, ranta-alueet) käyttöön aikaisempaa korkealaatuisempina. Em. ulkopuolisia avustuksia ja keskushallinnon panostuksia lukuun ottamatta Liv ja HKR rahoittivat hankkeet omista budjeteistaan, joihin ei osoitettu lisärahoitusta kisoja varten. Käytännössä hankkeet rahoitettiin hallintokuntien sisäisillä järjestelyillä, mm. lykkäämällä muita hankkeita sekä käyttämällä siirtomäärärahoja ja budjettiylityksiä.

Taloudellisten vaikutusten kannalta merkittävä osa Helsingin kaupungin toteuttamista investointi- ja kunnostushankkeista olisi toteutettu parin vuoden kuluessa ilman kisojakin tai toteutettiin syrjäyttämällä vaihtoehtoisia hankkeita. Tässä tutkimuksessa pidetään ainoastaan Eläintarhan kentän kunnostusta (1,3 milj.€) sellaisena MM2005-kisojen käynnistämänä hankkeena, jolla voidaan katsoa olleen investointien nettoarvoa lisäävä vaikutus aluetalouteen.

Espoon kaupungin infrastruktuuri

Espoon kaupunki peruskorjasi Leppävaaran urheilukentän, jota käytettiin MM2005 harjoituskenttänä sekä vammaisten EM-kisojen urheilukenttänä. Espoon kaupunki kunnosti myös Otaniemen kenttää, jota käytettiin MM-kisojen harjoituskenttänä. Espoon kadunrakennus toteutti "esteettömän reitin" sekä teki muita katujen kunnostustöitä molempia kisoja varten. Espoon viherrakennus kunnosti puistoja. Hankekokonaisuuksien kustannukset (ilman alv):

- Leppävaaran kenttä 1 117 000 € (v. 2004 -2005)
- Otaniemen kenttä 230 000 €
- katu- ja vihertyöt 785 000 €
- yhteensä 2 132 000 €.

Otaniemen kentän kunnostusta varten Espoo sai OPM:ltä avustusta 110 000 €.

Vastaavasti kuin Helsingissä Espoosakin oli tarvetta toteuttaa hankkeet ilman kisojakin, mutta kisat vaikuttivat hankkeiden ajoitukseen ja toteutukseen. Vammaisten EM-kisat aiheuttivat erityisvaatimuksia Leppävaaran kentän tiloille. Hankkeet rahoitettiin normaalien budjettien puitteissa.

Tässä tutkimuksessa pidetään Leppävaaran ja Otaniemen kenttien kunnostusta (yhteensä 1,3 milj.€) sellaisina MM2005-kisojen käynnistämänä hankkeena, jolla voidaan katsoa olleen investointien nettoarvoa lisäävä vaikutus aluetalouteen. Muiden hankkeiden arvioidaan toteutuneen kaupungin normaalin investointi- ja kunnostustoiminnan puitteissa.

Yhteenveto

Kokonaisuudessaan MM2005-kisoja varten toteutettiin investointi- ja kunnostushankkeita 35,7 milj.€:n arvosta, jota vastaava summa ilman hintoihin sisältyvää arvonlisäveroa on

30,3 milj.€. Yhteenveto investoinneista ja niiden rahoituksesta on taulukossa 5.1. Investoinneista suurin eli TKY:n asuntolat rahoitettiin pääosin ARA:n lainalla, jonka takaisinmaksuun TKY saa rahat vuosien kuluessa asuntoloissa asuvien opiskelijoiden vuokrista. ARA:n jälkeen eniten investointi- ja kunnostushankkeita rahoittivat Helsingin kaupunki ja valtio. Kisaorganisaatio osallistui hankkeisiin pienellä panoksella, mutta IAAF ei.

Taulukko 5.1

MM2005-kisoja varten tehdyt investoinnit toteuttajan ja rahoittajan mukaan (1000 €, kaupungit ilman alv, muut sis. alv)

Rahoittaja	Toteuttaja				
	Stadion-säätiö	TKY	Helsingin kaup.	Espoon kaup.	Yhteensä
Valtio (avustus)	4 200	800	230	110	5 340
ARA (laina)		18 800			18 800
Stadion-säätiö	1 600				1 600
TKY		400			400
Kisaorganisaatio			200		200
Helsingin kaupunki	4 200		3 170		7 370
Espoon kaupunki				2 020	2 020
Yhteensä	10 000	20 000	3 600	2 130	35 730

Hankkeet jakautuivat kolmen vuoden ajalle, suunnilleen 60 % ajoittui vuodelle 2005, 25 % vuodelle 2004 ja 15 % vuodelle 2003.

Helsingin seudulla³ tehtyjen investointien (kiinteän pääoman bruttomuodostus) arvo oli ennakoarvion mukaan yhteensä noin 27 mrd€ (keskimäärin 9 mrd€ /vuosi) jaksolla 2003 – 2005. Siitä suurin osa koostui rakennusinvestoinneista. Kisainvestointien kokonaisarvo 30,3 milj.€ (ilman alv) vastaa noin yhtä promillea investointien koko toteutusajan eli vuosien 2003 – 2005 kaikista investoinneista Helsingin seudulla. Näin ollen aluetalouden kannalta kisainvestointien merkitys koko seudun investointitoiminnassa oli marginaalinen.

Stadion-säätiön ja TKY:n kustannuksista oli arvonlisäveroja yhteensä noin 5,4 milj.€ eli suunnilleen saman verran kuin valtio myönsi avustuksia hankkeille. Helsingin ja Espoon kaupunkien ulkopuolisille urakoitsijoille maksamia arvonlisäveroja ei ole huomioitu, koska ne palautuvat kunnille.

Kaikille hankkeille oli olemassa tarve kisoista riippumatta. Kisat mahdollistivat (Stadion-säätiö ja TKY) tai aikaistivat (Helsinki ja Espoo) hankkeiden toteutumista ja vaikuttivat hankkeiden toteutustapaan, laajuuteen ja laatuun. Vähäisiä poikkeuksia lukuun ottamatta hankkeita ei toteutettu pelkästään MM2005-kisoja varten, vaan hankkeiden tuloksena saadut urheilupaikat ja yleiset alueet jäivät urheilun ja asukkaiden käyttöön kisojen jälkeen. Urheilun kannalta hankkeet paransivat merkittävästi yleisurheilun harrastus- ja kilpai-

³ Helsingin seudulla tarkoitetaan tässä tutkimuksessa aluetta, joka koostuu pääkaupunkiseudusta ja 12 kehyskunnasta.

lutoiminnan edellytyksiä, koska stadionin lisäksi kolme muuta urheilukenttää kunnostettiin erinomaiseen kuntoon. Tässä tutkimuksessa ei kuitenkaan ole mahdollista arvioida toteutettujen hankkeiden liiketaloudellista tai yhteiskunnallista kannattavuutta syvällisemmin kuin sillä perusteella, miten hankkeiden toteuttajien edustajat ovat itse niitä arvioineet.

Tutkimuksessa on arvioitu, että MM2005-kisojen aikaansaama investointi- ja kunnostustoiminnan suoranaisten nettolisäys Helsingin seudulla on arvoltaan yhteensä 32,6 milj.€ (27,2 milj.€ ilma alv) vuosina 2003 – 2005. Tämän arvion kriteerinä on ollut se, olisiko hanke toteutettu ilman kisoja lähimmän kolmen vuoden aikana sekä se, että se ei ole syrjäyttänyt rahoitusta muilta vaihtoehtoisilta hankkeilta. Jäljelle jäävä 3,1 milj.€ koostuu hankkeista, joiden arvon edestä Helsingin ja Espoon kaupungit olisivat toteuttaneet vastaavia hankkeita ilman kisojakin. Investointien vaikutusta talouden arvonlisäykseen ja työllisyyteen sekä niihin liittyviä kerrannaisvaikutuksia arvioidaan tutkimuksen luvussa 8.

5.3 Kisaorganisaation ja yhteistyökumppanien toimintatalous

Kisaorganisaation sekä sen julkisen sektorin yhteistyökumppanien, jotka MM2005 tapauksessa ovat pääkaupunkiseudun kaupungit, valtio ja YLE, rahavirrat muodostavat investointien ohella toisen merkittävän kisojen taloudellisten vaikutusten lähteen. Pääasiallinen vaikutus syntyy siitä, että kisaorganisaatio ostaa palveluita ja tavaroita yrityksiltä. Toinen vaikutus syntyy siitä, että kisaorganisaatio palkkaa omaa henkilöstöä kisoja toteuttamaan. Myös julkisen sektorin yhteistyökumppanit voivat ostaa palveluita yrityksiltä kisoja varten, mutta niillä suurin vaikutus syntyy siitä, että ne palkkaavat lisähenkilöstöä tai teettävät vakituisella henkilöstöllä lisätyötä oman palvelutehtävänsä toteuttamiseksi.

Kisaorganisaation palvelujen ostot yrityksiltä ja oma henkilöstö

Kisaorganisaation menot kisoista olivat 28,7 milj.€. Kisat tuottivat voittoa noin 400 000 euroa. Menot jakautuivat karkealla ryhmittelyllä taulukon 5.2 mukaisesti.

Taulukko 5.2

Kisaorganisaation menot MM2005-kisoista

<i>Kohde</i>	<i>1000 €</i>
henkilöstön palkat ja henkilösivukulut	2 513
järjestelyjen yleiskustannukset [†]	3 900
kisapaikkojen (stadion, kisakylä ym.) vuokrat, muut korvaukset, kustannukset varustelusta ja kisakuntoon laittamisesta ym.	8 600
kuljetukset	2 900
majoitus ja ruokailu	3 400
markkinointi	1 900
vartiointi	2 400
muut kustannukset (mm. anti-doping, ohjelma, protokolla ym.)	1 915
Yhteensä	27 528

[†]sis. 600 € henkilökuluiksi laskettua ulkoisia palveluja

Tässä tutkimuksessa on tulkittu kustannuslukuja siten, että oman henkilöstön palkkoja ja henkilösivukuluja (2,5 milj.€) lukuun ottamatta kulut ovat syntyneet palveluiden ja tavaroiden ostoista yrityksiltä ja muilta organisaatiolta. Tämä merkitsee sitä, että kisaorganisaation on arvioitu kanavoineen 25 milj.€ Helsingin seudun ja muiden alueiden yrityssektorille. Tästä summasta noin 4 milj.€ on arvonlisäveroja. Ostettujen palveluiden ja tavaroiden sisältö on eritelty erillisissä työmuistioissa. Niiden pohjalta tutkimuksessa on arvioitu menojen jakautumista eri toimialojen välillä, jota on käytetty hyväksi luvun 8 kerrannaisvaikutusten laskennassa.

Kisaorganisaation oman organisaation tuottama arvonlisäys (aluetalouden tilinpidon mielessä) koostuu oman palkatun henkilöstön tuottamasta lisäarvosta, jonka arvo vastaa aluetalouden tilinpidossa likimäärin palkkojen ja henkilösivukulujen summaa (2,5 milj.€).

Vapaaehtoistyö: MM2005-kisojen erityispiirre oli vapaaehtoistyö. Kisaorganisaation palveluksessa oli noin 3 000 vapaaehtoistyöntekijää, jotka eivät saaneet työstään rahapalkkaa. He tekivät yhteensä noin 420 000 työtuntia (45 000 työpäivää, työpäivän tunnit vaihtelivat toimenkuvan ja vapaaehtoistyöntekijän oman halukkuuden mukaan 8 tunnista ylöspäin). Kisaorganisaatio on arvioinut vapaaehtoistyöntekijöiden tekemän työpanoksen arvoksi noin 5 milj.€. Vaikka vapaaehtoistyön rooli on ollut tärkeä myös aikaisemmissa muissa maissa järjestetyissä yleisurheilun MM-kisoissa, Helsingin kisoissa sekä vuonna 1995 että vuonna 1983, se on ollut poikkeuksellisen suuri.

Vaikka vapaaehtoistyö oli erittäin merkityksellistä ja arvokasta työtä kisojen toteuttamisen kannalta, aluetalouden kannalta sillä ei ole vastaavaa merkitystä, koska aluetalouden kannalta työn arvon mittana on rahapalkka. Tässä mielessä vapaaehtoistyö on rinnastettavissa kotityöhön, joka myös on välttämätöntä ja arvokasta työtä, mutta ei näy millään tavalla aluetalouden tilinpidossa. Vapaaehtoistyöllä on kuitenkin ilmeisesti ollut välillistä merkitystä aluetaloudelle. Osa vapaaehtoistyöntekijöistä oli vapaalla muusta työstä ja osalle vaihtoehtona olisi ollut kesätyö vastaavana aikana. On ilmeistä, että vapaaehtoistyöntekijöiden työpanosta on korvattu yrityksissä ja muissa organisaatioissa ainakin jossain määrin palkkaamalla sijaisia tai teettämällä lisätyötä muulla henkilökunnalla. Tämän ilmiön laajuutta ja taloudellista merkitystä ei tässä tutkimuksessa ole kuitenkaan selvitetty.

Aluetalouden kannalta vapaaehtoistyötä voidaan katsoa myös toisesta näkökulmasta. Jos vapaaehtoistyöntekijöitä ei olisi ollut saatavissa tai heidän käyttämiseensä ei muusta syystä olisi turvaututtu, vastaava työpanos olisi pitänyt saada käyttöön joko hankkimalla enemmän palkattua henkilöstöä kisaorganisaatioon ja/tai ostamalla palveluja alan yrityksiltä. Jos lähtökohdaksi pidetään kisaorganisaation arviota vapaaehtoistyön arvosta, tämä olisi edellyttänyt noin 5 milj.€ enemmän tuloja kisaorganisaatiolle, jotta lisääntyneet kustannukset olisi saatu katettua. Vastaavasti kisaorganisaation rahavirta yrityksille ja oman henkilöstön palkkoihin sekä edelleen vaikutus aluetalouteen olisi ollut suunnilleen tämän summan verran suurempi. Kuitenkin voitaneen arvioida, että nykyisen kaltaisella rahoituspohjalla kisojen järjestäminen Helsingissä ei olisi ollut mahdollista ilman erittäin suurta vapaaehtoistyöpanosta.

Kuntien palvelut kisoille ja niiden rahoitus

Helsingin kaupungin liikennelaitos (HKL) teki erikoisjärjestelyjä kisoja varten kaupungin sisäisten joukkoliikennepalvelujen sujumiseksi kisojen aikana. Kisoja varten lisättiin joukkoliikenteen vuoroja raitiovaunuissa, busseissa ja metrossa, järjestettiin kisa-alueelle erityisiä lipunmyyntipisteitä ja lipunmyyjiä sekä mm. luovuttiin lippujen tarkastamisesta kisojen ajaksi. Messukeskuksen pysäköintialueen ja stadionin välillä liikennöivät HKL:n bussit, joiden käyttö oli maksutonta pysäköijille. Kisaorganisaatio maksoi kokonaisuudessaan pysäköintiliikenteen kustannukset.

Liikennejärjestelyt aiheuttivat HKL:lle noin 210 000 €:n lisäkustannukset, josta suurin osa aiheutui raitiovaunuliikenteen lisävuorojen kuluista. Tämä voidaan tulkita myös HKL:n kisoille tuottamien lisäpalvelujen (normaalin palvelutoiminnan lisäksi) arvoksi. Kisat lisäsivät lipunmyyntiä, ja kisojen aikaansaaman myyntitulon lisäyksen HKL arvioi olleen noin 160 000 €. HKL:n rahallinen tappio kisoista oli noin 50 000 €. Vastaavasti HKL arvioi saaneensa kisojen ansiosta paljon positiivista julkisuutta ja mainosta.

HKL:n osalta pysäköintiliikenteestä saadut tulot sisältyvät kisaorganisaation menoihin ja yleisöltä saadut matkalipputulot kisayleisön yrityksille maksamiin menoihin. Näin ollen kaksinkertaisen laskennan välttämiseksi HKL:n lisätuloja ei oteta erikseen huomioon taloudellisten vaikutusten laskelmassa.

Helsingin kaupungin liikuntavirasto (Liv) luovutti Töölön kisahallin vastikkeetta tapahtuman käyttöön kisojen lehdistökeskukseksi. Myös Eläintarhan kenttä, sponsorikylänä käytetty pallokentän nurmikko sekä kisatorin ja ruokailualueen kentät annettiin kisaorganisaation käyttöön ilman korvausta. Kisahallin ja Eläintarhan kentän luovutuksesta aiheutui Liv:lle jonkin verran vuokratappiota saamatta jääneistä vuokratuloista. Tappio katettiin normaalin budjetin puitteissa, joten sillä ei katsota olleen aluetaloudellista merkitystä. LIV tilojen käyttöoikeuden arvoksi on arvioitu 50 000 €.

Helsingin kaupunki tuotti itse sekä osti palveluita kisoihin liittynyttä viestintää ja markkinointia varten noin 300 000 €:n arvosta. Tämän on tässä tutkimuksessa tulkittu kuitenkin olleen normaalin budjetin puitteissa toteutettua toimintaa, jolla ei ole merkittävää nettovaikutusta talouteen.

Espoon kaupungin liikuntatoimi luovutti Leppävaaran ja Otaniemen kentät kisojen harjoittelukentiksi ilman korvausta. Lisäksi *Espoon kaupungin keskushallinto* tuotti viestintä- ja markkinointipalveluita. Espoon liikuntatoimen tilojen käyttöoikeuden sekä Espoon kaupungin tuottamien palveluiden arvoksi on arvioitu 50 000 €.

Vantaan kaupunki järjesti kulttuuri- ja muuta ohjelmaa kisoja varten lentoasemalla sekä lukuisissa muissa tilaisuuksissa. Ohjelma tuotettiin pääasiassa vapaaehtoisvoimin. Lisäksi kaupunki panosti kisojen aikana Vantaan markkinointiin. Vantaan kaupungin kustannukset sen järjestämästä toiminnasta olivat 100 000 €. Ne sisällytettiin hallintokuntien normaalihin budjetteihin. Ohjelmaesityksillä oli suuri merkitys kisojen onnistumisen ja kisavieraiden viihtymisen kannalta, mutta kuitenkin toiminnan ei ole tässä tutkimuksessa arvioitu aiheuttaneen merkittävää nettovaikutusta talouteen.

Valtionhallinnon palvelut kisoille ja niiden rahoitus

Rajavartiolaitos lisäsi resursseja raja-asemien tarkastustoimintaa varten kisojen vaikutusajalla. Lisäresurssit järjestettiin teettämällä henkilöstöllä ylitöitä sekä järjestelemällä loma-aikoja. Rajavartiolaitos sai valtion lisätalousarviossa noin 770 000 € kisojen aiheuttamien lisäkustannusten kattamiseen. Mahdolliset muut lisäkustannukset maksettiin normaalin budjetin puitteissa.

Poliisi vastasi omalta osaltaan kisojen turvallisuudesta. Kisojen turvallisuustehtäviin pääkaupunkiseudulle osoitettiin satoja poliiseja lisää. Tämä järjestettiin siirtämällä henkilöstöä muualta maasta, teettämällä ylitöitä sekä järjestelemällä lomaa. Lisäksi poliisin apuna oli muutamia kymmeniä varusmiehiä sekä kantahenkilökuntaan kuuluvia. Poliisin lisäkustannukset kisoista olivat noin 6 milj.€. Kustannukset koostuivat ylityökorvauksista, päivärahoista ja majoituskuluista. Kustannukset korvattiin jälkikäteen valtion lisätalousarviossa.

YLE:n toiminta kisojen aikana ja sen rahoitus

YLE vastasi kisojen televisiolähetyksistä kotimaisille ja ulkomaisille televisiokanaville. Kisat televisioitiin 187 maahan. Kisalähetysten kumulatiivinen TV-peitto oli 6,5 miljardia katsojaa⁴.

YLE:lle kisatoiminta aiheutti noin 7 milj.€:n kustannukset, josta YLE:n ns. host-roolista koitui 5,7 milj.€ ja kotimaan kisaohjelmiston tuottamisesta 1,3 milj.€. Suurin osa kokonaiskustannuksista koostui henkilöstömenoista ja laitevuokrista. Kustannukset katettiin YLE:n budjetista sekä kansainvälisen kisaprojektin tuloista. Tulot koostuivat EBU:n tuotantotuesta sekä tuotantoteknisten palveluiden (mm. selostuspaikat, kuvauspaikat, unilateraalipalvelut) myynnistä. Tulojen määrää ei ole julkistettu, mutta suhteessa kustannuksiin tuloja saatiin vähän.

YLE:n arvion mukaan sen kisoista saama palaute oli sekä ulkomailta että kotimaasta erittäin hyvää. YLE:n maine yhtiönä, joka hallitsee tämänkaltaiset laajat kokonaisuudet, vahvistui edelleen. Kaupunkinäkyvyyden edistämiseksi YLE antoi Suomessa olleille ulkomaisille tv-yhtiöille käyttöön erikseen MM-kisoja varten kuvattua materiaalia Helsingistä ja muualta pääkaupunkiseudulta, jotta yhtiöillä oli mahdollisuus esitellä kisapaikkoja ja -ympäristöä etukäteen.

Kisat olivat YLE:lle erittäin suuri taloudellinen haaste. Kuitenkin koska kisat rahoitettiin YLE:n osalta suurimmaksi osaksi normaalin budjetin puitteissa, YLE:n toiminnasta aluetaloudelle aiheutunut taloudellinen impulssi koostui lähinnä normaaliin verrattuna ylimääräisistä laitteiden yms. vuokrauksista. Todellista lukua ei tiedetä, mutta tässä tutkimuksessa on arvioitu, että YLE:n oman työn osuus on ollut kisojen aikana noin 5 milj.€ ja ostopalvelut noin 2 milj.€.

⁴ Arvio katsomiskertojen kokonaismäärästä.

Yhteenveto

Kokonaisuudessaan kisaorganisaatio ja sen julkisen sektorin yhteistyökumppanit tuottivat palveluita MM2005-kisojen toteuttamista varten joko omana työnä tai hankkimalla ostopalveluina yhteensä noin 43 milj.€:n arvosta. Tästä kisaorganisaation osuus on 67 %. Myös poliisin ja YLE:n panos oli taloudellisesti erittäin suuri.

Taulukko 5.3

Kisaorganisaation ja julkisen sektorin yhteistyökumppaneiden MM2005-kisoja varten tuottamat lisäpalvelut ja ostopalvelut (1000 €, ostopalvelut sis. alv)

<i>Toimija</i>	<i>Tuotanto</i>		
	Oma työ	Osto-palvelut	Yhteensä
Kisaorganisaatio	2 513	25 015	27 528
HKL	210		210
Helsingin kaupunki	350		350
Espoon kaupunki	50		50
Vantaan kaupunki	100		100
Rajavartiolaitos	770		770
Poliisi	6 000		6 000
YLE	5 000	2 000	7 000
Yhteensä	14 993	27 015	42 008

Kisaorganisaation kustannuksista oli arvonlisäveroja yhteensä noin 4 milj.€ ja YLE:n kustannuksista noin 360 000 €. Kisojen toteuttamisen toiminta ja kustannukset ajoittuivat pääosin vuodelle 2005.

Kokonaisuudessaan kisaorganisaation ja sen julkisen sektorin yhteistyökumppanien tuottamien ja ostamien palveluiden arvo 42 milj.€ (37,6 milj.€ ilman alv) vastaa noin yhtä promillea koko Helsingin seudun tuotannon arvonlisäyksestä vuonna 2005.

Kaikki edellä esitetty toiminta perustui yksinomaan kisoihin. YLE:n oman työn, Helsingin (pl. HKL), Espoon ja Vantaan kaupungin palvelut, markkinointipanostukset sekä tilojen vastikkeettomien käyttöoikeuksien aiheuttamat tulonmenetykset (yhteensä 5,5 milj.€) kustannettiin normaalin budjetin puitteissa eli käytännössä priorisoimalla kisa-aktiviteetteja muun toiminnan kustannuksella. Tutkimuksessa on arvioitu, että MM2005-kisojen varsinaisen järjestämisen aikaansaama palvelutoiminnan nettolisäys on arvoltaan yhteensä 37,7 milj.€ (33,3 milj.€ ilman alv), joka lähes kokonaan ajoittuu vuodelle 2005. Kisojen järjestämisen palvelutoiminnan vaikutusta talouden arvonlisäykseen ja työllisyyteen sekä niihin liittyviä kerrannaisvaikutuksia arvioidaan tutkimuksen luvussa 8.

6 Kisavieraat ja rahavirrat aluetalouteen

Kisoja varten tehtyjen investointien ja kisojen järjestämisen keskeiset rahavirrat on MM2005-kisojen osalta ollut mahdollista selvittää kohtuullisen tarkasti kisaorganisaation ja muiden keskeisten toimijoiden antamista tiedoista. Tämänlainen kustannuspohjainen menetelmä ei ole mahdollista kisavieraiden rahavirtojen selvittämisessä. Tässä luvussa selvitetään eri tietolähteitä käyttäen kisavieraiden määrää, jakautumista asuinmaan tai -alueen mukaan, heiden perusominaisuuksiaan, kisavierailun kestoa sekä rahankäyttöä kisojen aikana. Näiden tietojen perusteella laaditaan arvio kisavieraiden rahankulutuksesta ja sen kohdentumisesta kisavierailun aikana. Tietolähteinä käytetään kisojen lipunmyyntitietoja, kisojen aikana paikan päällä tehtyjen kävijähaastattelujen tuloksia sekä Tilastokeskuksen tekemien matkailijoiden rajahaastattelujen tuloksia.

Laskelmien tuloksena saadaan arvio siitä, kuinka paljon rahaa kisavieraat toivat talouteen. Tämä edustaa kisavieraiden aikaan saaman taloudellisen vaikutuksen bruttovolyymia. Kuitenkaan kisavieraita tutkimalla ei saada selville heidän mahdollisesti aikaansaamaansa syrjäyttämisaikutusta muulle turismille tai seudun alueen asukkaiden ja yritysten kulutukselle. Näitä vaikutuksia arvioidaan seuraavassa luvussa 7 matkailua palveleville yrityksille tehtyjen haastattelututkimusten ja erityistilastojen avulla.

6.1 Pääsyliput kisoihin

Ensimmäiset pääsylippupaketit laskettiin myyntiin heinä-elokuussa 2004, seuraava erä marras-joulukuussa 2004 ja yksittäisten pääsylippujen myynti aloitettiin 29.5.2005. Lisäksi lippuja sai ostaa paikan päältä kisojen aikana kisatorin lipunmyyntipisteestä. Lippuja myytiin ja luovutettiin yhteensä 393 036 kpl. Pääsylimuista kertyi tuloja kisaorganisaatiolle noin 17 milj.€. Kisojen kotimaiset yhteistyöyritykset saivat palveluitaan tai tavaroiden toimituksia vastaan pääsylippuja, joiden arvioitua euro määrää ei ole laskettu suoraan osaksi lipputulota. Samoin näiden lippujen tarkkaa lukumäärää ei voida arvioida.

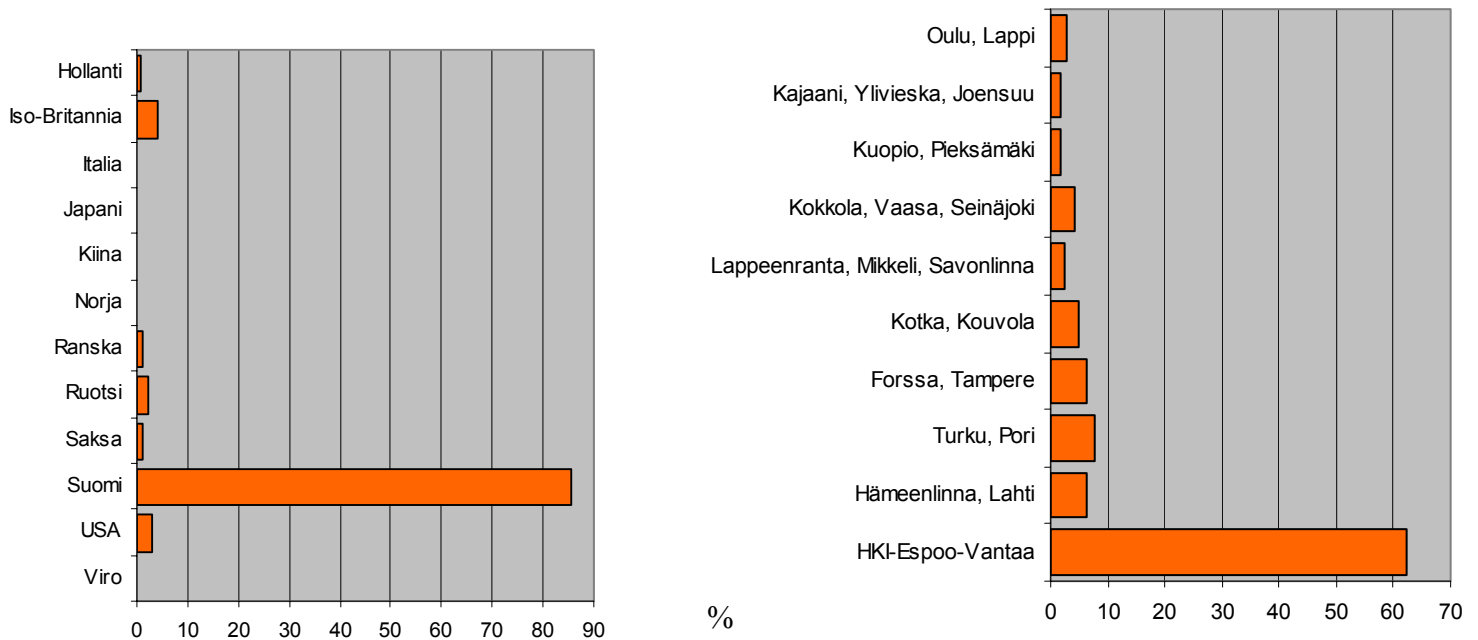
Taulukko 6.1

Kisalippujen myynti kisayleisölle ja eri sidosryhmille (kpl ja 1000 €)

	MYYDYT LIPUT KPL	VAPAA LIPUT	1000 €
KISAYLEISÖ:			
Lippupaketit	166 433	13 827	7 215
Kokopäiväliput	6 867	4 453	842
Yksittäiset liput	88 008	41 244	5 156
URHEILUSEURAT (yksittäis- + pakettiliput)	12 204		522
HOSPITALITY	14 000		1 820
Event Travel Finland	24 000		1 592
YHTEENSÄ	311 512	59 524	17 148
YHTEISTYÖKUMPPANIT (yksittäis- + pakettiliput)		n. 22 000	1 281

Lähde: Helsinki MM2005 loppuraporttiluonnos, paitsi hospitalityn osalta tiedot talousjohtaja Arto Kuusistolta.

Koska pääsylipuista suurin osa jakautui kotimaan markkinoille, suomalaisten osuus myydyistä pääsylippupaketeista on noin 85 %. Ulkomaista Iso-Britannia, USA, Ruotsi, Ranska ja Saksa ostivat prosentuaalisesti ulkomaille suunnatuista pääsylipuista suurimman osan (kuvio 6.1). Suomen sisällä alueellisesti tarkasteltuna pääkaupunkiseudulla asuvat ostivat pääsylipuista yli puolet, toiseksi eniten pääsylippuja hankkivat Turun ja Porin seudulla asuvat, kolmanneksi eniten pääsylippuja ostivat Hämeenlinnan ja Lahden sekä Forssan ja Tampereen seudulla asuvat.



Kuvio 6.1. Ulkomaille myydyt yksittäiset pääsyliput ja pääsylippupaketit maittain % ja Suomessa myytyjen pääsylipujen jakautuminen alueellisesti % (Lähde: Helsinki 2005 loppuraporttiluonnos)

6.2 Kisavieraat ja heidän rahankäyttönsä haastattelujen mukaan

Peruskuvauksena kisavieraiden taustasta, ominaisuuksista, kisavierailun kestosta sekä rahankäytöstä saatiin haastattelututkimuksella, jonka kohderyhmänä olivat kisoihin lipun lunastaneet henkilöt. Kävijähaastattelut suoritettiin 6.8.- 12.8.2006 välisenä aikana kisatorilla iltapäivän ja illan kuluessa. Haastattelijoina toimivat Ammattikorkeakoulu Laurean opiskelijat. Haastatteluja tehtiin viikon aikana yhteensä 267 kappaletta.

Tausta

Kyselyyn vastanneet jaoteltiin asuinpaikan mukaan kysymyksestä riippuen joko kolmeen tai neljään ryhmään (taulukko 6.2.1). Suurimpana ryhmä ovat Helsingin seudulla asuvat kisavieraat. Seuraavaksi suurin ryhmä on Helsingin seudun ulkopuolella asuvat. Tämä ryhmä

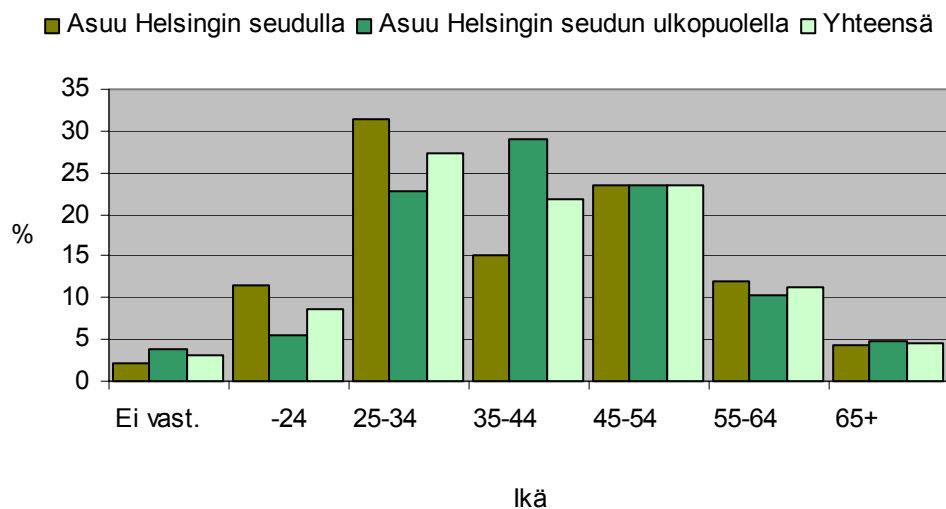
on lähes jokaisen kysymyksen kohdalla jaettu vielä kahtia: niihin kisavieraisiin, jotka tekivät päivämatoja kisoihin ja niihin, jotka viipyivät useamman päivän vierailullaan.

Taulukko 6.2.1

Kisavieraiden jakautuminen asuinpaikan ja vierailun keston mukaan

Asuinpaikka	lkm
Asuu Helsingin seudulla	140
Asuu Helsingin seudun ulkopuolella	107
päivämatka	20
usean päivän matka	87
Ulkomaalainen	20
Yhteensä	267

Vastajista alle puolet, 39 %, oli naisia ja miehiä yli puolet eli 61 %. Vastajien ikä painottui 25–54 vuotiaisiin, sillä suurin osa vastajista, 73 %, sijoittui tähän ikähaarukkaan (kuvio 6.2.1). Lapsia ei valittu haastateltaviksi. Otoksen ikärakenne poikkeaa jonkin verran koko maan ikärakenteesta, sillä 25–34-vuotiaiden osuus on aikuisväestöstä alhaisin, kun taas 55–59-vuotiaiden osuus on muita ikäryhmiä korkeampi. Helsingin seudulla asuvat kisavierat painottuvat nuorempiin kuin seudun ulkopuolella asuvat.



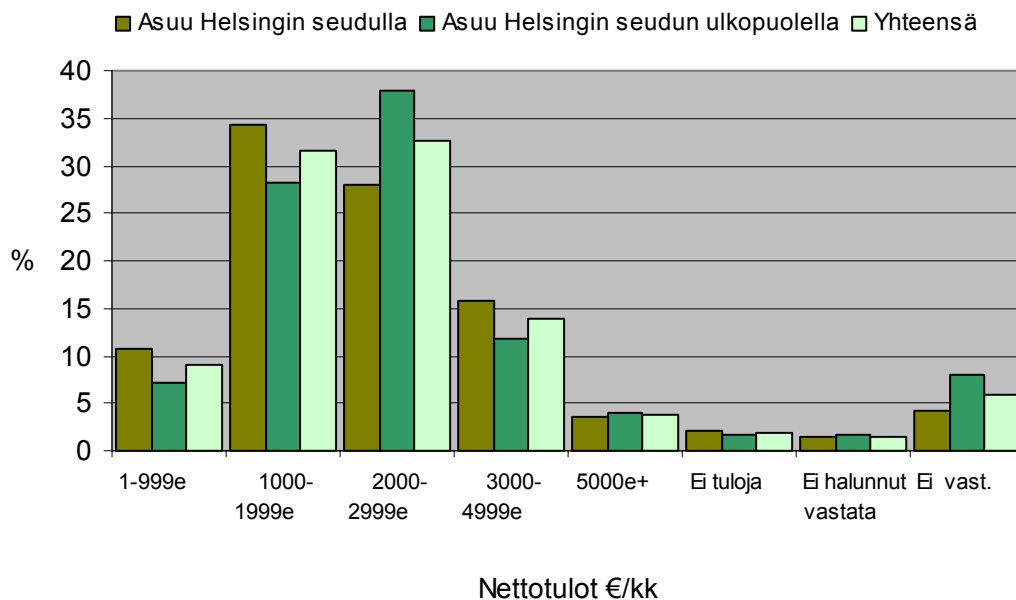
Kuvio 6.2.1. Kisavierashaastattelussa vastanneiden ikäjakauma % asuinpaikan mukaan

Vastajien kansallisuus 92 %:ssa oli Suomi, jakautuen siten, että Helsingin seudulla⁵ asui vastajista 52 % ja Helsingin seudun ulkopuolella 40 %. Ulkomaalaisten kisavieraiden osuus haastattelututkimuksessa jäi 8 %, josta enemmistö oli ruotsalaisia kisavieraita. Muut haastattelussa esiin tulleet vastajien kansallisuudet olivat Iso-Britannia, Japani, Norja, Saksa, Venäjä ja Viro. Ulkomaisten kisavieraiden määrä jäi haastattelussa selvästi ali-edustetuksi. Tämä johtui mm. sateisesta säästä, mikä tuntui vaikuttavan erityisesti kisatorilla

⁵ Helsingin seutu = Helsinki, Espoo, Kauniainen, Vantaa (pääkaupunkiseutu) sekä Hyvinkää, Järvenpää, Kerava, Kirkkonummi, Nurmijärvi, Sipoo, Tuusula ja Vihti (kehyskunnat).

liikkuneiden ulkomaalaisten määrään. Tästä syystä tutkimuksessa arvioidaan ulkomaalaisten kisavieraiden määrää ja kansallisuusjakaamaa ensi sijassa Tilastokeskuksen rajahaastatteluaineiston perusteella.

Kisavierailta kysyttiin myös nettotuloja kuukaudessa (kuvio 6.2.2). Suurin osa vastaajista ilmoitti nettotulonsa välille 1000–2999 €/kk. Suomalaisen keskimääräinen nettotulo on noin 1761 €/kk (Tilastokeskus 2005, tulo- ja verotilasto). Suurin osa Helsingin seudulta tulleista kisavieraista ansaitsi nettotulojen mukaan saman verran kuin suomalaiset keskimäärin. Sen sijaan Helsingin seudun ulkopuolelta tulleet kisavieraat olivat hieman suomalaista keskiarvoa paremmin ansaitsevia, mikä osaltaan on vaikuttanut kisavierailun toteutumiseen.



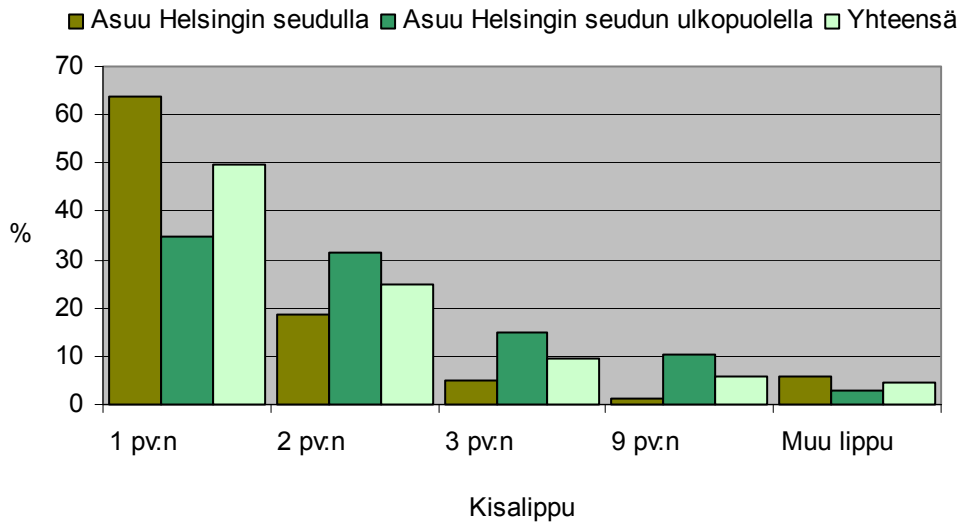
Kuvio 6.2.2. Kisavierashaastatteluissa vastanneiden ilmoittama tulotaso (nettotulot €/kk) % asuinpaikan mukaan

Kisalippu

Enemmistö haastatelluista kisavieraista, 60 %, oli ostanut kisalippunsa ennakoon. Helsingin seudulla asuvista kisavieraista näin oli tehnyt hieman yli puolet (54 %) ja Helsingin seudun ulkopuolella asuvista reilusti yli puolet (67 %). Toiseksi eniten lippuja ostettiin kisatorin lipunmyynnistä, oli saatu lahjaksi tai voitettu arpajaisissa. Kisatorilta lippunsa ostaneista suurin osa asui Helsingin seudulla. Yritysten tai muun tahon vieraina oli haastateltavista 8 % ja kisojen yhteistyökumppaneiden vieraana 6 %.

Puolella haastatelluista kisavieraista oli yhden päivän kisalippu (kuvio 6.2.3). Tästä ryhmästä suurin osa asui Helsingin seudulla. Useamman päivän kisalippuja hankkivat Helsingin seudun ulkopuolella asuvat enemmän kuin Helsingin seudulla asuvat. Yhdeksän päivän

kisalippu oli harvoilla haastateltavista. Hieman yli puolet, 51 %, haastatelluista kisavieraista piti kisalipun hintaa kalliina.

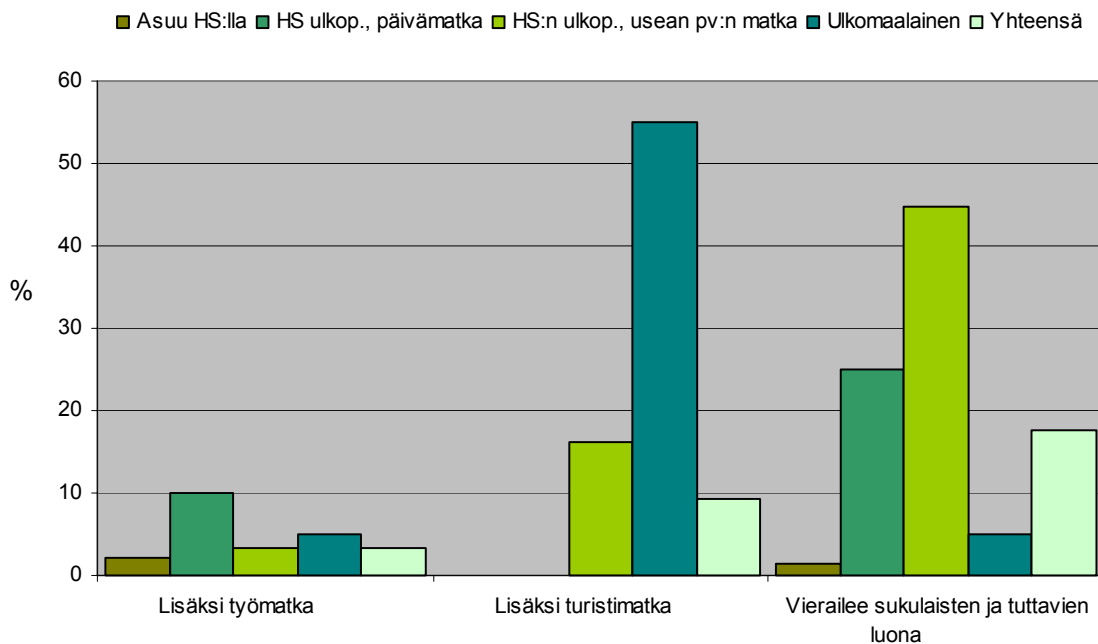


Kuvio 6.2.3. Kisavierashaastattelussa vastanneiden ostama tai saama kisalippuvaihtoehto % asuinpaikan mukaan

Kisavieraiden majoittuminen sekä vierailun tarkoitukset ja kesto

Helsingin seudun ulkopuolella asuvista yhden päivän kisavieraista kaikki ajoivat yöksi takaisin kotiin. Helsingin seudun ulkopuolella asuvista useamman päivän kisavieraista yli puolet, 55 %, yöpyi kisamatkansa aikana tuttavien tai sukulaisten luona, viidesosa yöpyi hotellissa, alle kymmenesosa vuokratessa yksityiskodissa tai ajoi aina yöksi takaisin kotiin. Näistä usean päivän kisavieraista suurimman osan eli 41 % majoituspaikka sijaitsi Helsingissä, 21 % Espoossa tai Kauniaisissa ja 15 % Vantaalla tai muualla Suomessa. Ulkomaalaisista kisavieraista suurin osa, 90 %, yöpyi hotellissa Helsingissä ja vain 10 % tuttavien tai sukulaisten luona tai muussa majoituspaikassa.

Haastateltavilta kysyttiin myös, olivatko he tulleet Helsinkiin vain kisojen vuoksi vai liittyikö matkaan muutakin tarkoitusta esim. työasioiden hoitoa (kuvio 6.2.4). Suurin osa vastaajista oli tullut Helsinkiin vain kisojen vuoksi. Hieman alle 20 % vieraili samalla sukulaisten tai ystävien luona. Helsingin seudun ulkopuolelta tulleista kisavieraista yli 40 % yhdisti kisamatkansa sukulaisvierailuja tai ystävien tapaamista. Tämä näkyi myös yöpymisissä, sillä Helsingin ulkopuolelta tulleista kisaturisteista yli puolet yöpyi tuttavien tai sukulaisten luona. Turisti- ja kisamatkalaisia oli hieman alle 10 % kaikista haastatelluista kisavieraista. Näistä suurin osa oli ulkomaalaisia kisavieraita, joista yli puolet ilmoitti matkan tarkoitukseksi myös turistimatkailun. Turistimatkailu keskittyi lähinnä pääkaupunkiseudulle. Kisa- ja työmatkalaisia oli alle 5 % kaikista kisavieraista.



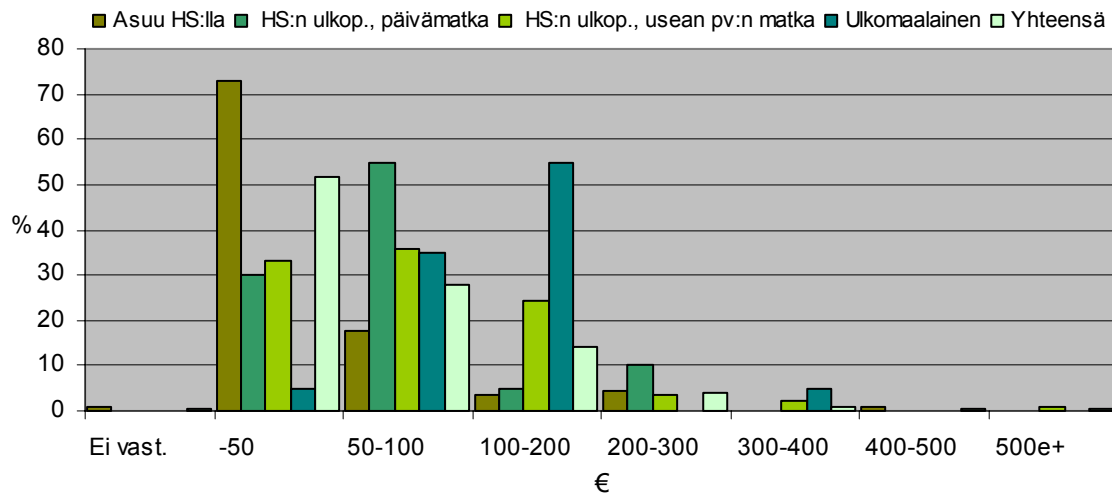
Kuvio 6.2.4. Kisavierashaastattelussa vastanneiden matkan tarkoitus asuinpaikan mukaan %

Haastateltavilta kysyttiin myös kisamatkan kestoa. Suurin osa kaikista haastatteluun vastanneista, 17 %, oli 3-4 päivän kisamatkalaisia. Helsingin seudun ulkopuolella asuvista useamman päivän kisavieraista suurin osa, 38 %, viipyi kisamatkalla 3-4 päivää. Toiseksi eniten, 20 %, oli kahden päivän kisavieraita. Samoin ulkomaalaisista suurin osa, 65 %, viipyi kisamatkalla 3-4 päivää. Toiseksi eniten, 15 %, ulkomaalaisissa kisavieraisissa oli yli viikon kisamatkalaisia ja kolmanneksi eniten kahden päivän kisamatkalaisia.

Helsingin seudun ulkopuolelta tulleiden kisaturistien vierailun keskimääräinen kesto oli 3,8 päivää. Ulkomaalaisten kisaturistien vierailu oli keskimäärin pidempi (4,3 päivää) kuin kotimaisilla kisavierailuilla.

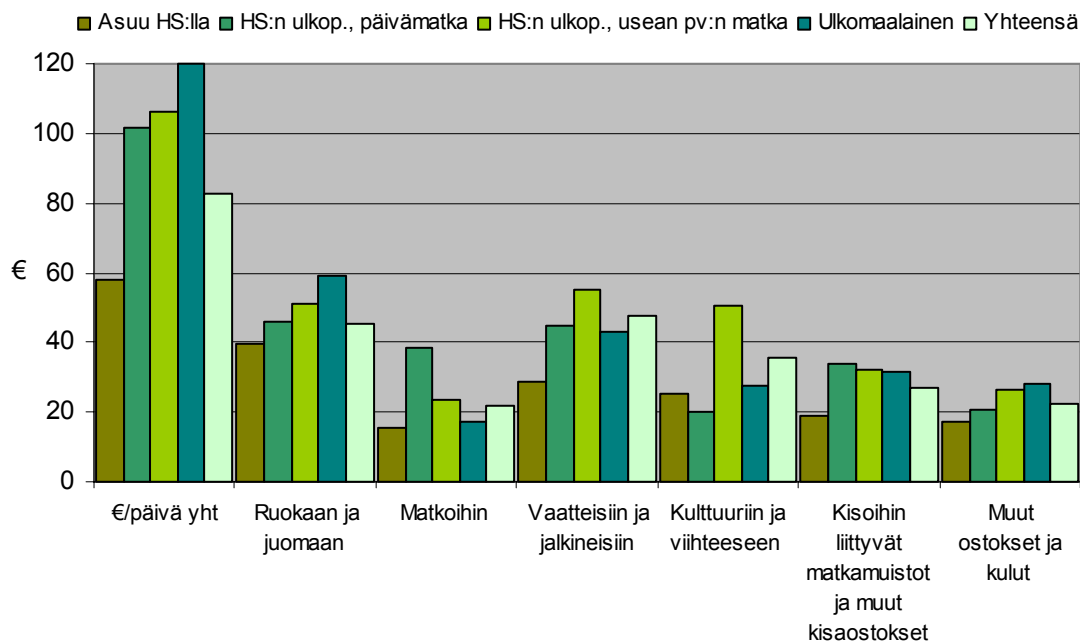
Kisavieraiden rahankäyttö

Kisavieraita pyydettiin arvioimaan, kuinka paljon he käyttivät kisapäivän aikana rahaa erilaisiin ostoksiin, pois lukien majoitus ja kisojen pääsylippu (kuvio 6.2.5). Helsingin seudulla asuvat kisavieraat käyttivät rahaa vähemmän kuin Helsingin ulkopuolelta tai ulkomailta tulleet kisavieraat. Ulkomaalaiset käyttivät rahaa eniten, sillä yli puolet ilmoitti käyttävänsä 100–200 € ostoksiin kisapäivän kuluessa. Rahankäytön osalta vastaavia tuloksia on saatu aikaisemmissakin tutkimuksissa, jossa Helsingin ulkopuolelta tulleet vieraat käyttivät rahaa kaksi kertaa niin paljon kuin pääkaupunkiseudulla asuvat (ks. Cantell & Virkola 2003:3).



Kuvio 6.2.5. Kisavierashaastatteluissa vastanneiden rahan kulutus kisapäivän aikana ostokseen % (pl. majoitus ja kisalippu) asuinpaikan mukaan

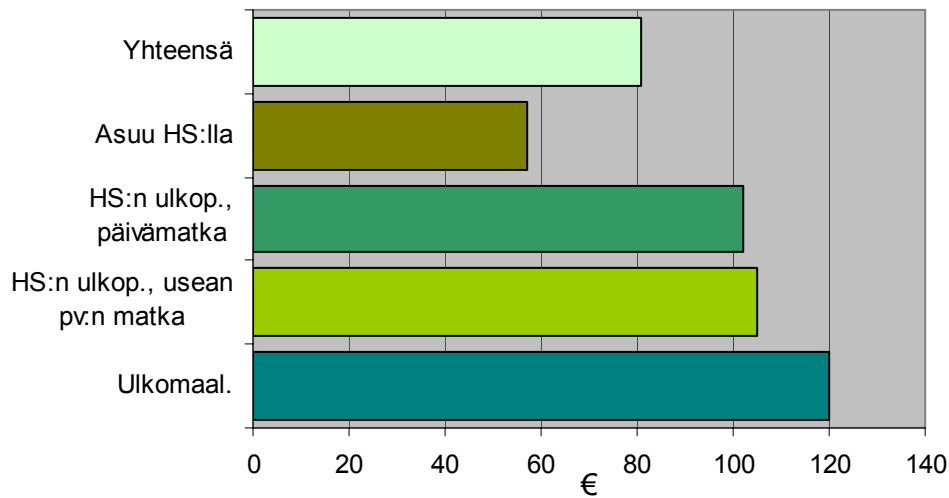
Kisavieraita pyydettiin erittelemään rahankäyttöä vielä tarkemmin eli miten se jakautui seuraaviin kulutuskohteisiin: ruokaan ja juomaan, matkoihin, vaatteisiin ja jalkineisiin, kulttuuriin ja viihteeseen, kisoihin liittyviin matkamuistoihin ja muihin kisaostuksiin sekä muihin ostuksiin ja kuluihin (kuvio 6.2.6). Helsingin seudulla asuvat kisavieraat käyttivät eniten rahaa ruokaan ja juomaan, toiseksi eniten vaatteisiin ja jalkineisiin sekä kolmanneksi eniten kulttuuriin ja viihteeseen. Helsingin seudun ulkopuolella asuvat yhden kisapäivän matkalaiset käyttivät myös eniten rahaa ruokaan ja juomaan, toiseksi eniten vaatteisiin ja jalkineisiin sekä kolmanneksi eniten matkoihin. Helsingin seudun ulkopuolella asuvat useamman päivän kisa matkalaiset käyttivät eniten rahaa vaatteisiin ja jalkineisiin, toiseksi eniten ruokaan ja juomaan sekä kolmanneksi eniten kulttuuriin ja viihteeseen. Ulkomaalaiset kisavieraat kuluttivat eniten rahaa edellä mainituista ryhmistä. Heillä suurin osa meni ruokaan ja juomaan, toiseksi eniten käytettiin rahaa vaatteisiin ja jalkineisiin sekä kolmanneksi eniten kisoihin liittyviin matkamuistoihin ja muihin kisaostuksiin.



Kuvio 6.2.6. Kisavierashaastatteluissa vastanneiden keskimääräinen rahankäyttö eri kulu-
tuskohteisiin päivän aikana € asuinpaikan mukaan (ka laskettu vain niistä henkilöistä, jot-
ka käyttivät rahaa ostoksiin >0€)

Vaatteiden ja jalkineiden nouseminen suurimmaksi rahankäytön yksittäiseksi kulutuskoh-
teeksi voi selittyä kisaviikon runsailla sademäärillä (ks. esim. Ilmatieteenlaitos säätilastot),
jolloin sadevaatteiden ja -jalkineiden ostaminen saattoi tulla ajankohtaiseksi Helsingin
seudun ulkopuolelta tulleille samoin kun ulkomaalaisille kisaturisteille. Sitä vastoin Helsingin
seudulla asuvat kuluttivat vähiten mainituista ryhmistä vaatteisiin ja jalkineisiin.

Kisavieraat käyttivät rahaa muuhun kuin pääsylippuihin ja majoitukseen keskimäärin 81
euroa/päivä (kuvio 6.2.7). Helsingin seudulta kotoisin olevat käyttivät selvästi vähemmän
rahaa (57 €/päivä) kuin kisaturistit, jotka kuluttivat keskimäärin 107 €/päivä. Kisaturistien
joukossa ulkomaalaiset kuluttivat selvästi enemmän (129 €/päivä) kuin kotimaiset turistit.



Kuvio 6.2.7. Kisavieraiden kulutus €/päivä (pl. majoitus ja pääsyliput)

Turismens Utrednings Institutin tekemä kisavierashaastattelututkimus

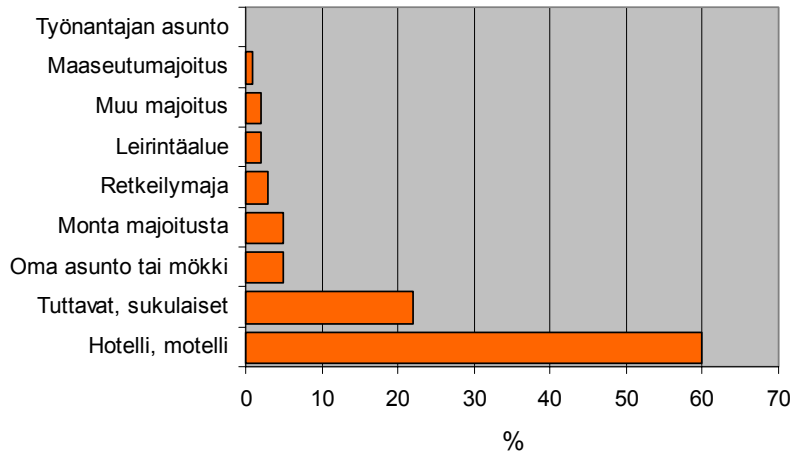
Ruotsissa sijaitseva Turismens Utrednings Institut teki Helsingin MM-kisojen yhteydessä omat kisavierashaastattelunsa. He haastattelivat 12.-14.8.2006 yhteensä 306 kisavierasta. Ulkomaalaisten kisavieraiden osuus heidän aineistossaan oli 17 %, suurin osa vieraista oli saksalaisia, englantilaisia, ruotsalaisia, venäläisiä ja japanilaisia. Suurin osa haastatelluista kisavieraista yöpyi sukulaisten ja ystävien luona (52 %) ja kolmasosa yöpyi hotellissa. Kisaturistit, jotka olivat yötä Helsingissä, viipyivät kisamatkalla 1-3 yötä. 36 % haastatelluista teki yhden tai useamman päivämatkan Helsinkiin, olematta kuitenkaan yötä pääkaupunkiseudulla. Vierailun kesto oli keskimäärin 5,6 päivää. Kisaturistit käyttivät rahaa keskimäärin 123 € päivässä sisältäen, kisalipun, kuljetuksen (paikallinen), yöpymisen, ravintola tai kahvilakäynnit, huvitukset ja ostokset. Kisalippuun laitettiin noin 33 €, ruokaan ja juomaan noin 28 €, ostoksiin noin 25 € ja yöpymiseen noin 19 € päivässä.

6.3 Ulkomaiset kisaturistit rajahaastattelujen mukaan

Matkailun Edistämiskeskuksen (MEK) on tehnyt vuodesta 1998 alkaen rajahaastattelututkimuksia, joilla selvitetään ulkomaisten matkailijoiden Suomeen tekemien matkojen kokonaismäärää sekä eräitä peruspiirteitä Suomessa käyvistä ulkomaalaisista (asuinmaat, matkojen tarkoitus, oleskelun kesto, majoitustapa, aiemmat käynnit Suomessa, rahankäyttö, Suomessa harrastetut aktiviteetit, matkan suunnitteluvaihe sekä kokemuksia Suomesta). Nyt tarkasteltava aineisto on kerätty 6.-28.8.2005 seuraavissa rajahaastattelupisteissä: Helsinki-Vantaan lentoasema, Turun lentoasema, Helsingin satama, Turun satama, Hangon satama, maantie- ja junaliikenne Venäjälle (rajanylityspaikat).

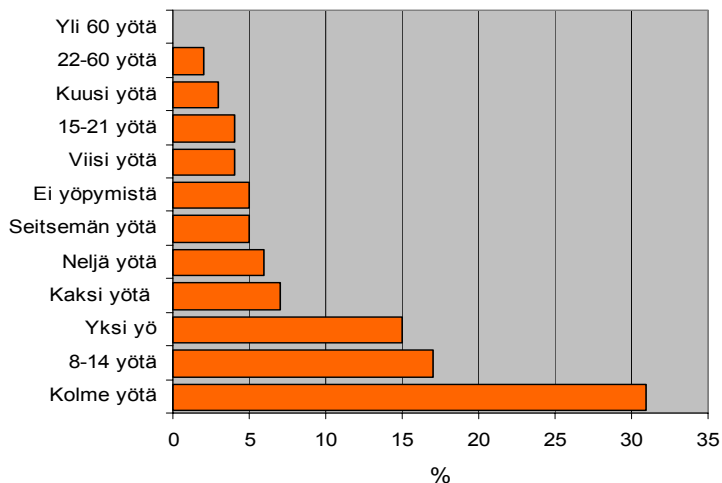
Ulkomaalaisia kisaturisteja tuli MEK:n haastattelujen perusteella Suomeen yhteensä 32 000. Haastatelluista 92 % tiesi kisojen olevan Suomessa, joten tässä yhteydessä voidaan käyttää termiä ulkomaalaiset kisaturistit. Kisaturistien kansallisuuksista vahvimmin olivat edustettuina Suomen lähimaat Ruotsi, Venäjä, Viro ja Saksa. Suurin osa, 60 %, kisa-

turisteista yöpyi hotellissa tai motellissa vierailunsa ajan (kuvio 6.3.1). Reilu viidennes vietti yönsä sukulaisten ja tuttavien luona.



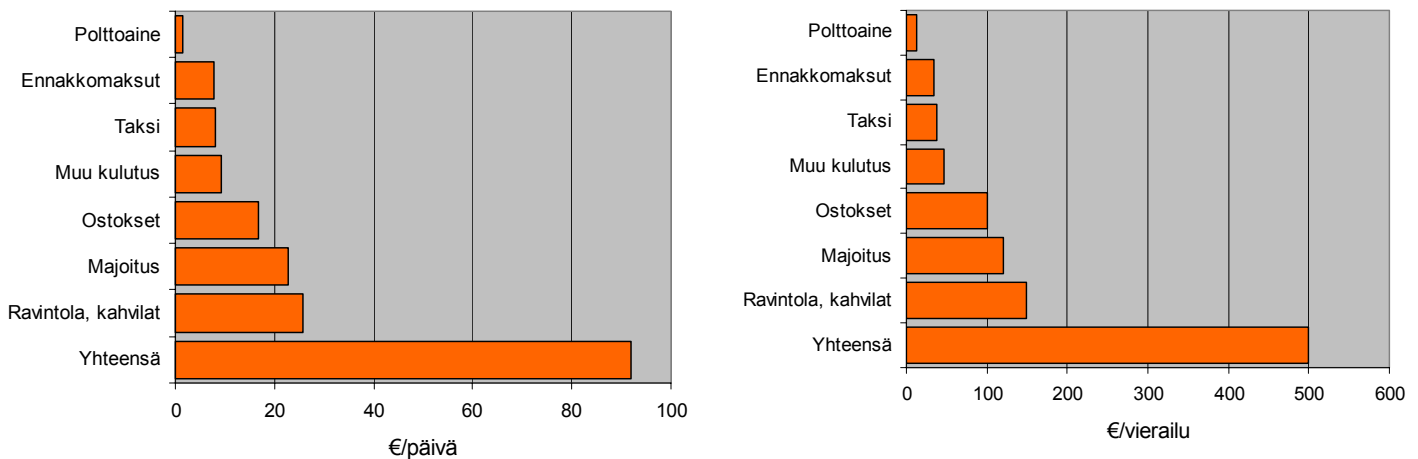
Kuvio 6.3.1. Ulkomaalaisten kisaturistien majoitus, %

Kolmasosa kisaturisteista viipyi Suomessa kolme yötä, reilu kymmenes 8-14 yötä ja samoin reilu kymmenes yhden yön. Keskimäärin kisaturistit olivat Suomessa 5,7 päivää (kuvio 6.3.2).



Kuvio 6.3.2. Ulkomaalaisten kisaturistien vierailun kesto, %

Euroja ulkomaalaisilta kisaturisteilta kului päivässä ruokaan ja juomaan noin 26 €, mikä oli suurin yksittäinen kulutuskohde (kuvio 6.3.3). Majoitukseen meni päivässä noin 23 € ja ostoksiin noin 17 €. Yhteensä päivässä ulkomaalaisilta kisaturisteilta kului noin 92 €. Koko vierailun aikana ulkomaalaiset kisaturistit kuluttivat yhteensä 500€, jolloin heidän jättämänsä yhteissumma kohoaa aina 16 milj.€.



Kuvio 6.3.3. Ulkomaalaisten kisaturistien kulutus, €/päivä ja €/vierailu

6.4 Kisavieraiden määrä ja rahankäyttö

Kisojen taloudellisten vaikutusten arvioimiseksi tarvitaan laskelma kisavieraiden määrästä sekä heidän rahankäyttönsä kokonaissummasta. Kisaorganisaatiolla on tarkat tiedot lipunmyynnistä, mutta ei kisatapahtumiin osallistuneiden lopullisesta määrästä eikä kisoihin osallistuneiden henkilöiden eli kisavieraiden lukumäärästä. Kisavieraiden määrä on arvioitu myytyjen tai muuten luovutettujen lippujen määrän sekä haastattelututkimuksesta saadun keskimääräisen tapahtumiin osallistumismäärien perusteella. Kisojen aikainen rahankulutus on arvioitu kisavieraiden määrän ja haastattelututkimuksista saadun keskimääräisen rahankäytön perusteella.

Kisavieraiden määrä

Kisavieraalla tarkoitetaan tässä tutkimuksessa henkilöä, joka on osallistunut vähintään yhteen lipulliseen tapahtumaan olympiastadionilla.

Kisoihin myytiin yhteensä 311 500 lippua sekä luovutettiin 59 500 vapaalippua, yhteensä 371 000 kpl. Näiden lisäksi kisojen yhteistyökumppanit saivat yksittäis- ja pakettilippuja omia vieraitaan varten (22 000 kpl) Kaikkien tapahtumien kaikkia lippuja ei kuitenkaan käytetty. Erityisesti sateisien tapahtumien aikana lippuja jäi käyttämättä. Tässä tutkimuksessa on arvioitu, että kisoissa stadionin kaikkien tapahtumien yhteenlaskettu kävijämäärä (todella käytettyjen lippujen lkm) oli 330 000 – 350 000.

Turismens Utrednings Institut (TUI) teki kisojen aikana oman kisavieraiden haastattelututkimuksen, joka oli riippumaton Laurea AMK:n opiskelijoiden tekemästä tutkimuksesta. TUI:n haastatteluissa kysyttiin mm. kuinka moneen MM-kisojen tapahtumaan haastateltu oli osallistunut. Tulosten mukaan vähintään yhteen lipulliseen tapahtumaan osallistuneet kisavierat olivat mukana keskimäärin 2,7 tapahtumassa. Kun em. arviot tapahtumien yhteenlasketusta kävijämäärästä jaetaan keskimääräisellä tapahtumamäärällä, saadaan kisavieraiden kokonaismääräksi 120 000 – 130 000 henkeä. Jatkossa kisavieraiden määrän arviona käytetään 125 000 kisavierasta. Tämän lisäksi kisoissa oli akkreditoituja vieraita

noin 19 000 henkeä, joista noin 5 000 ulkomaalaisia, mm. median edustajia ja IAAF:n jäsenliittojen edustajia sekä urheilujoukkueet.

Kisavieraiden jakauma ja rahankäyttö

Koska kisavieraiden haastattelututkimuksessa ulkomaisten vastaajien osuus oli ilmeisesti aliedustettu, ulkomaalaisten kisavieraiden määrä arvioidaan rajahaastatteluaineiston perusteella. Sen mukaan MM2005-kisoihin osallistui 33 000 ulkomaalaista. Koska näihin sisältyvät myös em. noin 5 000 akkreditoitua vierasta, varsinaisten ulkomaisten kisavieraiden määräksi voidaan tämä tietolähteen perusteella arvioida 28 000. Toisaalta on syytä epäillä, että osa turisteista, jotka rajahaastatteluissa ilmoittivat osallistuvansa kisoihin, eivät kuitenkaan todellisuudessa olleet mukana missään Olympiastadionin tapahtumassa. Todellinen stadionin kisatapahtumiin osallistuneiden ulkomaisten kisavieraiden määrä lienee ollut noin 20 000 – 25 000.

Vastaavasti kotimaisten kisavieraiden määräksi voidaan arvioida 100 000 – 105 000 (125 000 – 20 000/25 000). Haastattelututkimuksen mukaan kotimaisista kisavieraista 43 % oli Helsingin seudun ulkopuolelta ja 57 % Helsingin seudulta.

Myös ulkomaisten vieraiden rahankäyttö voidaan arvioida luotettavammin rajahaastatteluiden kuin kisatorilla tehtyjen haastattelujen perusteella. Rajahaastattelujen mukaan ulkomaiset MM-turistit kuluttivat matkan aikana keskimäärin 499 €/vierailija⁶. Tämän perusteella voidaan arvioida, että ulkomaisten kisavieraiden kulutus oli yhteensä noin 14,0 milj.€ ja ulkomaisten akkreditoitujen vieraiden noin 2,5 milj.€.

Kotimaisten Helsingin seudun ulkopuolelta tulevien kisavieraiden rahankäytöksi koko kisavierailun ajalta voidaan haastattelujen perusteella arvioida 418 €/vierailu (ilman kisalippuja). Tällä perusteella arvio tämän ryhmän vieraiden kulutuksesta on yhteensä 17,6 milj.€. Helsingin seudulta kotoisin olevien kisavieraiden kulutukseksi on arvioitu haastattelujen perusteella 4,1 milj.€ (vaikka sillä ei tässä tutkimuksessa arvioida olevan taloudellista merkitystä). Kotimaisten akkreditoitujen vieraiden kulutukseksi kisojen aikana on arvioitu 4,2 milj.€. Puolet akkredoiduista kotimaisista vieraista on arvioitu olevan Helsingin seudulta ja puolet seudun ulkopuolelta.

Laskelmien tulokset on koottu taulukkoon 6.4.1. Kaikkien kisavieraiden kulutuksen yhteenlaskettu summa edustaa bruttomääräistä rahavirtaa aluetalouteen, jossa ei ole otettu huomioon alueella asuvien kisavieraiden vaihtoehtoiskulutusta tai kisaturistien aikaansaamia syrjäyttämisaikutuksia. Bruttosummaksi laskelmassa arvioidaan 42,4 milj.€, josta ulkomaisten vieraiden osuudeksi on arvioitu 16,5 milj.€ eli 39 %.

Helsingin seudulta kotoisin olevien kisavieraiden sekä akkreditoitujen vieraiden kohdalla heidän rahankulutuksensa alueella olisi todennäköisesti ollut samaa suuruusluokkaa ilman kisoja kuin kisojen aikana, toisin sanoen alueella toteutunut vaihtoehtoiskulutus olisi ollut

⁶ Koska ulkomaiset vieraat hankkivat kisaliput pääasiassa ennakoon, voidaan olettaa, että niiden osuus kulutuksessa on marginaalinen.

likimäärin yhtä suurta kuin toteutunut kulutus. Näin ollen tämän ryhmän kisojen aikaisella kulutuksella ei ole merkittävää nettovaikutusta aluetaloudelle, mikä näkyy taulukon viimeisessä sarakkeessa. Kisojen aikaansaamaksi kulutuksen nettolisäykseksi (ilman syrjäyttämisaikutuksia) arvioidaan 36,2 milj.€, josta ulkomaisten vieraiden osuus on 16,5 milj.€ eli 46 %.

Kisavieraiden rahavirrat ovat pääasiassa kanavoituneet pääkaupunkiseudun matkailua palveleville yrityksille: hotelleille ja muille majoitusyrityksille, ravitsemisalan yrityksille, liikenteeseen ja matkailupalveluihin, vähittäiskauppaan sekä virkistys- ja muihin palveluihin. Nämä virrat ovat edelleen synnyttäneet kerrannaisvaikutuksia, joita arvioidaan luvussa 8. Summasta arvonlisäverojen osuus on noin 7,5 milj.€ ja nettosummasta noin 6,4 milj.€.

Todellisuudessa edellä esitetyn suuruisia nettovaikutuksia ei ole syntynyt, koska kisamatkailun muuta turismia ja paikallista kulutusta syrjäyttävät vaikutukset ovat eliminoineet merkittävän osan vaihtoehdoisen turismin ja kulutuksen rahavirroista. Syrjäyttämisaikutuksia arvioidaan tutkimuksen seuraavassa luvussa

Taulukko 6.4.1

Arvio kisavieraiden määrästä ja rahan kulutuksesta kisojen aikana

Kisavierasryhmä	Lukumäärä	Kulutus kisojen aikana (1000 €), pl. kisaliput (brutto)	Kulutuksen nettolisäys Hgin seudulla (1000 €)
Kotimaiset kisaturistit Hgin seudun ulkopuolelta	42 000	17 600	17 600
Kisavieraat Helsingin seudulta	55 000	4 100	0
Akkredoidut kotimaiset	14 000	4 200	2 100
<i>Kotimaiset yhteensä</i>	<i>111 000</i>	<i>25 900</i>	<i>19 700</i>
Ulkomaiset kisaturistit	28 000	14 000	14 000
Ulkomaiset akkredoidut	5 000	2 500	2 500
<i>Ulkomaiset yhteensä</i>	<i>33 000</i>	<i>16 500</i>	<i>16 500</i>
Kaikki vieraat yhteensä	144 000	42 400	36 200

7 Kisojen vaikutukset yrityksille

Luvuissa 5 ja 6 on arvioitu MM2005-kisojen rahavirtoja rahan kuluttajien – investoijien, kisojen järjestäjän ja kisavieraiden – puolelta katsottuna. Tässä luvussa arvioidaan rahavirtoja niiden ensisijaisen saajan eli yritysten näkökulmasta. Analyysissä käytetään kahdenlaisia aineistoja: yritysten liiketoimintakuvaajia sekä yritysten haastatteluja. Kohderyhmänä ovat matkailua palvelevat yritykset sekä haastatteluissa näiden lisäksi kisojen yhteistyöyritykset. Sen sijaan kisojen vaikutuksia mm. rakennusalan yrityksille ei käsitellä tässä yhteydessä.

7.1 Matkailua palvelevat yritykset liiketoimintaindikaattoreiden mukaan

Kisavieraiden rahavirrat kanavoituivat pääasiassa matkailua palveleville yrityksille. Lisäksi kisaorganisaatio osti palveluita näiden alojen yrityksiltä mm. akkreditoituille vieraille. Tässä alaluvussa analysoidaan matkailualan yritysten liiketoiminnan toteutunutta kehitystä Tilastokeskuksen tilaustyönä laatimia liiketoimintakuvaajien käyttäen. Liiketoimintakuvaajat ovat kuukausitasoisia indeksimuotoisia aikasarjoja yritysten liikevaihdosta, palkkasummasta ja henkilöstömäärästä. Ne on laadittu Helsingin seudulla (pääkaupunkiseudun kaupungit sekä 8 kehyskuntaa) toimivien yritysten todellisesta taloudellisesta toiminnasta. Liiketoimintakuvaajat perustuvat yritysten kuukausittaisiin arvonlisäveroilmoituksiin (liikevaihto) sekä työnantajasuoritusilmoituksiin (palkkasumma ja henkilöstömäärä).

Liiketoimintakuvaajat kuvaavat objektiivisesti yritysten liiketoiminnan todellista kehitystä. Niissä näkyvät sekä liiketoimintaa edistävien tekijöiden, kuten MM2005, ja hidastavien tekijöiden, kuten kisojen syrjäyttämisaikutukset, nettovaikutus.

Matkailua palvelevat toimialat

Matkailua palvelevat toimialat on tässä tutkimuksessa määriteltä seuraavasti:

- majoitustoiminta,
- ravitsemistoiminta,
- maaliikenteen henkilöliikenne (mm. bussit ja taksit) ja autojen vuokraus,
- muu henkilöliikenne (mm. VR, lentoliikenne, laivaliikenne),
- matkatoimistot ja muu matkailua palveleva toiminta (mm. ohjelmapalvelut),
- virkistys- ja kulttuuripalvelut sekä
- erikoistunut vähittäiskauppa.

Matkailua palvelevien toimialojen yritysten yhteenlaskettu liikevaihto on vuoden 2004 tietojen mukaan Helsingin seudulla noin 9 300 milj.€, palkkasumma noin 1 400 milj.€ ja henkilöstömäärä noin 59 000 henkilöä. Henkilöstömäärällä mitattuna matkailua palvelevien toimialojen osuus näiden alojen koko maan henkilöstöstä on 35 % eli ala on Suomessa vahvasti keskittynyt Helsingin seudulle. Helsingin seudun kaikkien toimialojen henkilöstömäärään suhteutettuna matkailua palvelevien alojen osuus on 10 %.

Henkilöstömäärällä mitattuna suurimat matkailua palveleva toimialat ovat ravitsemistoiminta (30 % kaikista matkailua palvelevista yrityksistä) ja erikoistunut vähittäiskauppa (20 %). Keskikokoisia aloja ovat muu henkilöliikenne (14 %), virkistys- ja kulttuuripalvelut (13 %) sekä maaliikenteen henkilöliikenne (12 %). Pienimmät alat ovat matkatoimistot ym. (5 %) sekä majoitustoiminta (4 %).

Matkailua palvelevat toimialat tyydyttävät sekä Helsingin seudun paikallista kysyntää että varsinaista matkailua. Majoitustoiminnassa matkailijoiden osuus on hallitseva, sen sijaan muilla aloilla paikallinen kysyntä dominoi yritysten myyntiä. Voidaan arvioida⁷, että noin viidennes matkailua palvelevien toimialojen liikevaihdosta Helsingin seudulla tulee matkailijoilta. Kuitenkin kerrannaisvaikutusten kautta matkailun merkitys Helsingin seudulle on selvästi suurempi.

Liiketoimintakuvaajat

Liiketoimintakuvaajien indeksit mittaavat liikevaihdon, palkkasumman ja henkilöstömäärän muutosta suhteutettuna vuoden 2000 tasoon. Seuraavat määrittelyt perustuvat Tilastokeskuksen laatimiin aineistokuvauksiin.

Liikevaihdon aineistona on verohallinnon maksuvalvonta-aineisto (kokonaisaineisto), jonka lisäksi hyödynnetään Tilastokeskuksen omaa kuukausittaista suorakeruuta sekä vuositilastoja. Liikevaihto tarkoittaa arvonlisäveroaineistosta saatuja myyntitietoja, josta on poistettu mm. käyttöomaisuuden myynnit ja muita varsinaiseen liiketoimintaan kuulumattomia eriä. Liikevaihdossa on mukana sekä kotimaan myynti että vienti. Liikevaihtotieto ei sisällä arvonlisäveroa. Tiedot tuotetaan summaamalla yritysten kuukausittaiset myyntitiedot. Uusimpien kuukausien osalta käytetään ns. paneelimenetelmää. Paneelimenetelmässä laskentaan tulevat mukaan yritykset, joille on vertailukelpoinen tieto tarkasteltavalta ja edellisen vuoden vastaavalta kuukaudelta. Tiedot kattavat aloittaneet ja lopettaneet yritykset.

Palkkasummalla tarkoitetaan kalenterikuukauden aikana maksettuja ennakonpidätyksen alaisia palkkoja, joiden perusteella yritykset maksavat työnantajan sosiaaliturvamaksua. Aineistona on verohallinnon maksuvalvonta-aineisto (kokonaisaineisto), jonka lisäksi hyödynnetään Tilastokeskuksen omaa kuukausittaista suorakeruuta, optiotiedustelua sekä vuositilastoja. Palkkasumma kuvaa bruttomääräisten palkkojen kehitystä. Palkkasummaindikaattoreista on poistettu optioiden vaikutus. Tiedot tuotetaan summaamalla yritysten kuukausittaiset palkkasummatiedot. Uusimpien kuukausien osalta käytetään ns. paneelimenetelmää. Paneelimenetelmässä laskentaan tulevat mukaan yritykset, joille on vertailukelpoinen tieto tarkasteltavalta ja edellisen vuoden vastaavalta kuukaudelta. Tiedot kattavat aloittaneet ja lopettaneet yritykset.

Henkilöstömäärällä tarkoitetaan yritysten kokopäivätyöllisten määrää kalenterikuukauden aikana. Esimerkiksi kaksi puolipäiväistä työntekijää vastaa yhtä kokopäivätyöllistä. Aineistona on yritys- ja toimipaikkarekisterin vuositiedot toimipaikkojen henkilöstöstä sekä verohallinnon maksuvalvonta-aineiston palkkasumma- ja liikevaihtotiedot kuukausitasolla (ko-

⁷ Kaupunkitutkimuksen tekemä arvio, jonka pohjana on käytetty eri tietolähteitä.

konaisaineisto). Lisäksi hyödynnetään Tilastokeskuksen omaa kuukausittaista suorakeruuta ja optiotiedustelua. Henkilöstömääräindikaattori estimoidaan yritys- ja toimipaikkarekisterin kahden vuoden takaisesta henkilöstötiedosta ansiotason muutoksesta puhdistetun palkkasummakehityksen perusteella. Yrittäjien henkilöstömäärä estimoidaan liikevaihdon kehityksen perusteella. Yrityksille, joilta ei ole kahden vuoden takaista henkilöstötietoa, laskeaan henkilöstömäärä jakamalla yrityksen palkkasumma toimialan keskipalkalla. Henkilöstömääräindikaattorista on poistettu optioiden ja bonuspalkkojen vaikutus. Tiedot tuotetaan summaamalla yritysten kuukausittaiset henkilöstömäärätiedot. Uusimpien kuukausien osalta käytetään ns. paneelimenetelmää. Paneelimenetelmässä laskentaan tulevat mukaan yritykset, joille on vertailukelpoinen tieto tarkasteltavalta ja edellisen vuoden vastaavalta kuukaudelta. Tiedot kattavat aloittaneet ja lopettaneet yritykset.

Liiketoiminnan kehitys elokuussa 2005

Liiketoimintakuvaajat kuvaavat Helsingin seudulla toimivien yritysten toteutunutta liikevaihdon, palkkasumman ja henkilöstömäärän kehitystä kuukausittain. MM2005-kisat järjestettiin 6.-14.8.2005, joten voidaan olettaa, että kisavieraiden aiheuttamat rahavirrat matkailua palvelevien yritysten liiketoiminnassa ovat ajoittuneet pääosin elokuun ensimmäiselle puolikkaalle. Osalla kisaturisteista kisamatkaan liittyi muutakin turismia lähinnä pääkaupunkiseudulla, joten tämä on laajentanut heidän vaikutustaan oletettavasti muutaman päivän ajalle ennen ja jälkeen kisojen. Ennakoarvion mukaan kisat ovat aiheuttaneet jossain määrin kysynnän siirtymisvaikutuksia: Todennäköisesti osa turisteista, jotka muuten olisivat tulleet kisojen aikaan, siirsi matkaansa myöhemmäksi tai aikaisemmaksi. Ilmeisesti osa pääkaupungin asukkaista siirsi ostoksia tai erilaisten palveluiden käyttöä kisojen ajalta muuhun ajankohtaan. Koko elokuuta koskevat liiketoimintatiedot kuvaavat varsin hyvin kisojen kokonaisvaikutusta yritysten liiketoimintaan, koska ajanjaksoon sisältyy myös kisoihin liittyneen muun turismin sekä kisojen vuoksi aikaisemmaksi tai myöhemmäksi siirtyneen kysynnän vaikutusta. Lisäksi jaksoon sisältyy vammaisten EM-kisat 22.-27.8., joka myös toi kisavieraita pääkaupunkiseudulle.

Kisojen nettovaikutuksella yritysten liiketoimintaan tarkoitetaan tässä tutkimuksessa elokuun toteutuneen liiketoiminnan poikkeamaa verrattuna "normaalitilanteeseen" eli liiketoimintaan siinä tapauksessa, että kisoja ei olisi järjestetty. Koska matkailua palvelevien yritysten liiketoiminta vaihtelee voimakkaasti vuodenaikojen mukaan, liiketoimintakuvaajiin sisältyy systemaattista kausivaihtelua. Tämän vuoksi alkuperäisistä kuvaajista on laskettu aikasarja-analyysin menetelmiä käyttäen kausitasoitettuja kuukausisarjia joita tutkimuksessa käytetään toteutuneen liiketoiminnan kuvaajana. "Normaalitilannetta" vastaavana liiketoimintana käytetään aikasarja-analyysin menetelmillä laskettua trendikuukausisarjaa. Näiden välinen poikkeama edustaa MM2005-kisojen nettovaikutusta yritysten liiketoimintaan. Jos jollain toimialalla elokuun toteutunut liikevaihto kausitasoitettuna liikevaihtokuvaajan mukaan on ollut suurempi kuin elokuun liikevaihdon trendi, on tulkittu, että kisat aiheuttivat nettolisäyksen kyseisen toimialan liikevaihtoon. Vastaavasti jos toteutuma on ollut pienempi kuin trendi, on tulkittu kisojen vaikuttaneen negatiivisesti toimialan liikevaihtoon.

Edellä kuvatun trendipoikkeama-lähestymistavan lisäksi tutkimuksessa on tarkasteltu myös toimialoittain liiketoimintakuvaajien elokuun 2005 %-muutosta edellisen vuoden elokuusta

ja verrattu sitä edellisten kuukausien (1-7/2005) keskimääräiseen %-muutokseen. Tämä on kuitenkin satunnaisille vaihteluille alttiimpi lähestymistapa, sillä muutokseen vaikuttaa paitsi vuoden 2005 elokuun tapahtumat, myös edellisen vuoden elokuun tapahtumat, jotka myös ovat saattaneet olla jossain suhteessa poikkeuksellisia. Tässä yhteydessä voidaan todeta, että elokuu 2004 oli matkailun kannalta heikko kuukausi Helsingin seudulla sekä matkailijamäärien että majoitus- ja ravitsemisalalan liikevaihdon osalta.

Liikevaihdon, palkkasumman ja henkilöstömäärän elokuun 2005 toteutuman poikkeama trendistä sekä elokuun 2005 muutos edellisen vuoden elokuusta vertailulukuihin on esitetty kuvioissa 7.1.1 - 7.1.3.

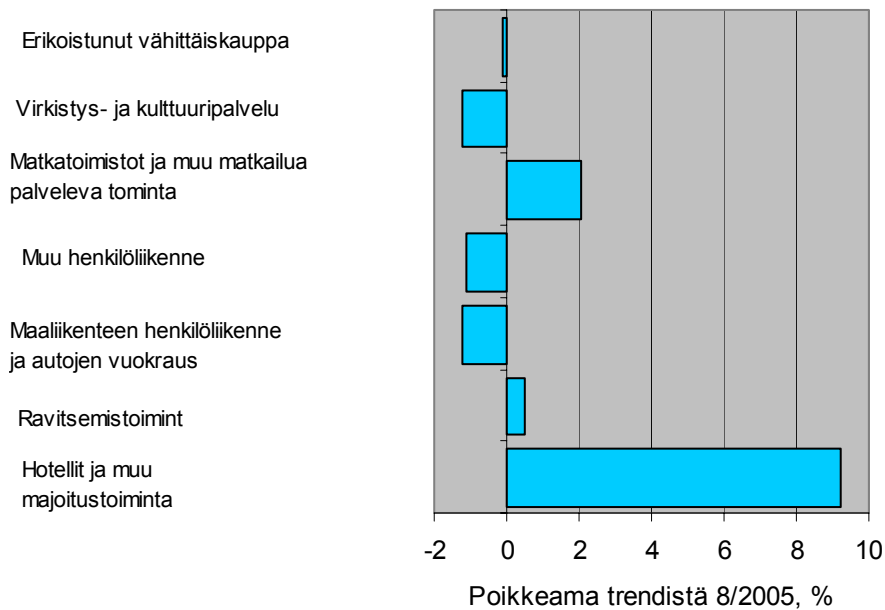
Majoitustoiminnan yritysten liikevaihto nousi trendipoikkeamakuvion mukaan kisojen vaikutuksesta yli 9 %-yksikköä⁸ elokuussa 2005. Sen sijaan kaikilla muilla toimialoilla muutokset olivat vähäisiä. Matkatoimistoissa ja muussa matkailua palvelevassa toiminnassa poikkeama ylöspäin oli noin 2 %-yksikköä ja ravitsemistoiminnassa noin 0,5 %-yksikköä. Muilla aloilla poikkeama oli nolla tai lievästi negatiivinen. Kuvio liikevaihdon muutoksesta edelliseen vuoteen verrattuna vahvistaa trendipoikkeaman tuloksen majoitustoiminnan osalta. Myös erikoistuneessa vähittäiskaupassa ja ravitsemistoiminnassa liikevaihto kasvoi elokuussa 2005 enemmän kuin tammi-heinäkuussa keskimäärin. Sen sijaan muilla toimialoilla elokuun liikevaihdon kasvu jäi pienemmäksi kuin tammi-heinäkuussa keskimäärin.

Palkkasumman osalta millään toimialalla ei ole merkittävää positiivista poikkeamaa trendistä elokuussa 2005 eli palkkasummakuvaajan mukaan yhdelläkään toimialalla ei maksettu "normaalia" enemmän palkkoja kisakuukauden aikana. Sen sijaan majoitusalaalla, matkatoimistoissa sekä muussa henkilöliikenteessä todellinen maksettu palkkasumma oli selvästi pienempi kuin trendin mukainen taso. Palkkasumman muutokset edelliseen vuoteen verrattuna antavat trendipoikkeamaan verrattuna jossain määrin ristiriitaisen kuvan tapahtuneesta. Sen mukaan ravitsemistoiminnassa, maaliikenteen henkilöliikenteessä sekä virkistys- ja kulttuuripalveluissa palkkasumma nousi elokuussa edellisvuodesta selvästi enemmän kuin tammi-heinäkuussa keskimäärin.

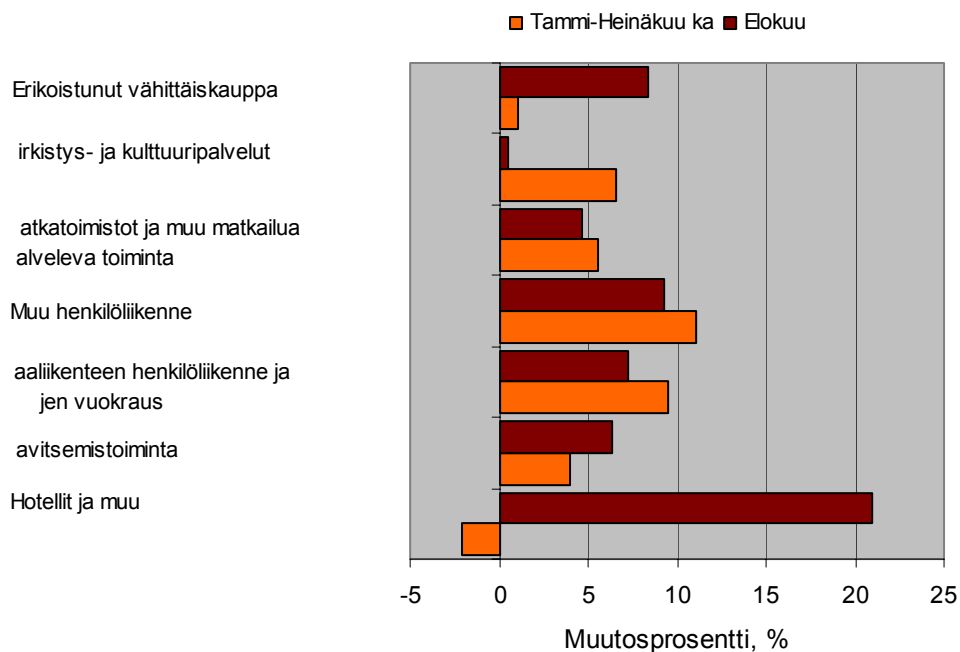
Henkilöstömäärä poikkesi elokuussa 2005 trendistä ylöspäin majoitusalaalla hieman yli 1 %-yksikköä ja selvästi myös virkistys- ja kulttuuripalveluissa, matkatoimistoissa sekä maaliikenteen henkilöliikenteessä. Muutosprosentit edellisestä vuodesta antavat samansuuntaisen kuvan virkistys- ja kulttuuripalveluiden, maaliikenteen henkilöliikenteen, muun henkilöliikenteen sekä majoitustoiminnan osalta, joissa elokuun muutos oli selvästi positiivisempi kuin tammi-heinäkuun.

⁸ Liiketoimintakuvaajat ovat kuukausittaisia indeksilukuja, joiden vertailulukuna (100) on vuoden 2000 keskiarvo. Trendipoikkeamakuviossa on esitetty indeksipistelukujen erotus (%-yksikköä).

(a) Liikevaihdon (kausitasoitettu) poikkeama trendistä (%-yksikköä)

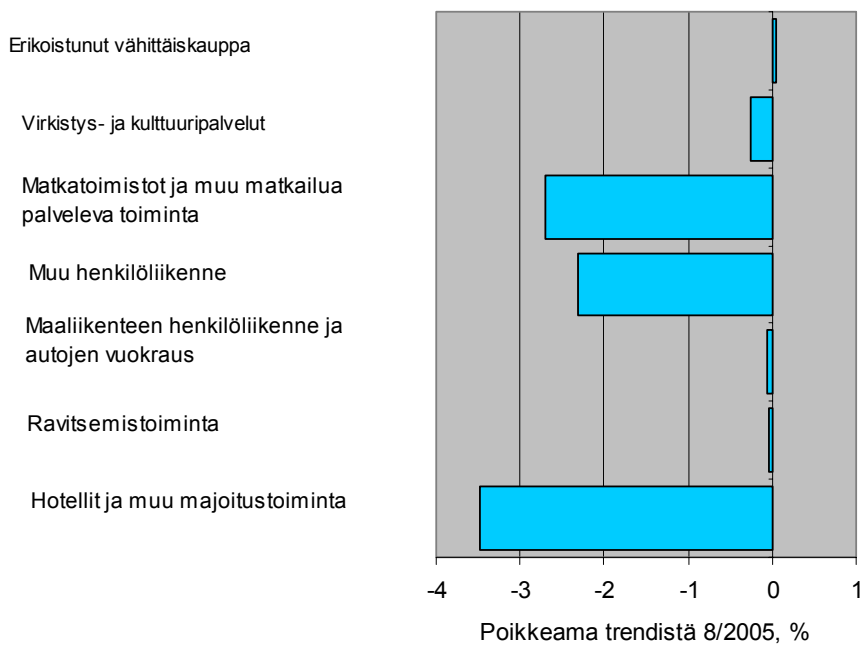


(b) Liikevaihdon (alkuperäinen) muutos (%) edellisestä vuodesta, elokuu ja tammi-heinäkuu 2005

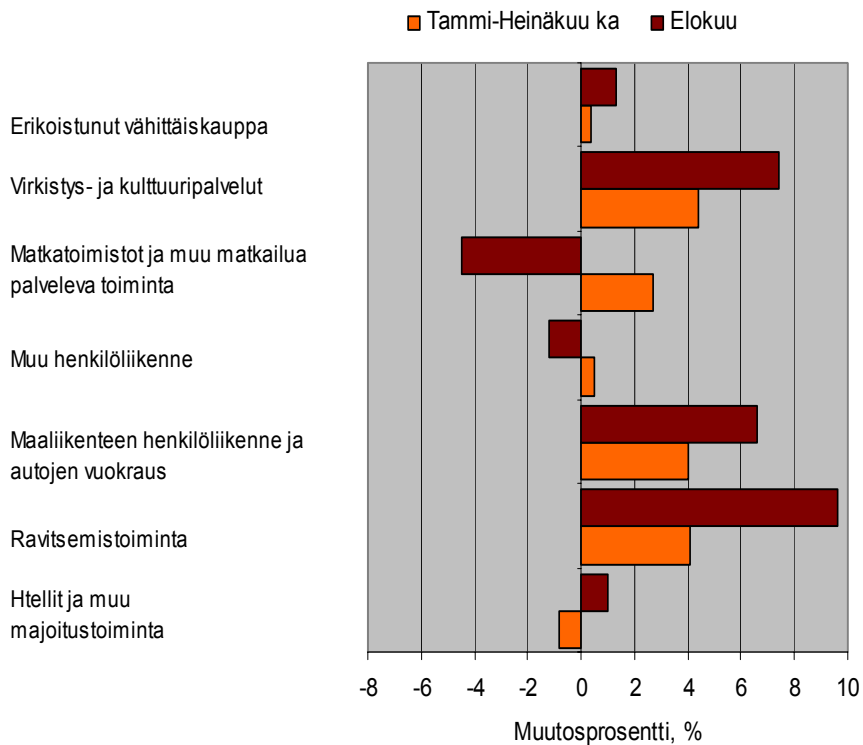


Kuvio 7.1.1. Helsingin seudulla toimivien yritysten liikevaihdon trendipoikkeama ja muutos matkailua palvelevilla toimialoilla elokuussa 2005

(a) Palkkasumman (kausitasoitettu) poikkeama trendistä (%-yksikköä)

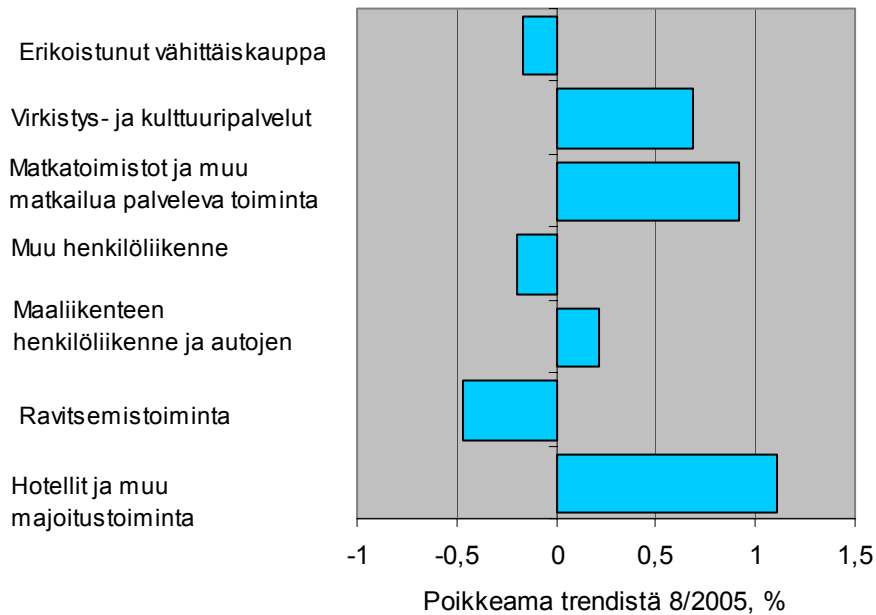


(b) Palkkasumman (alkuperäinen) muutos (%) edellisestä vuodesta, elokuu ja tammi-heinäkuu 2005

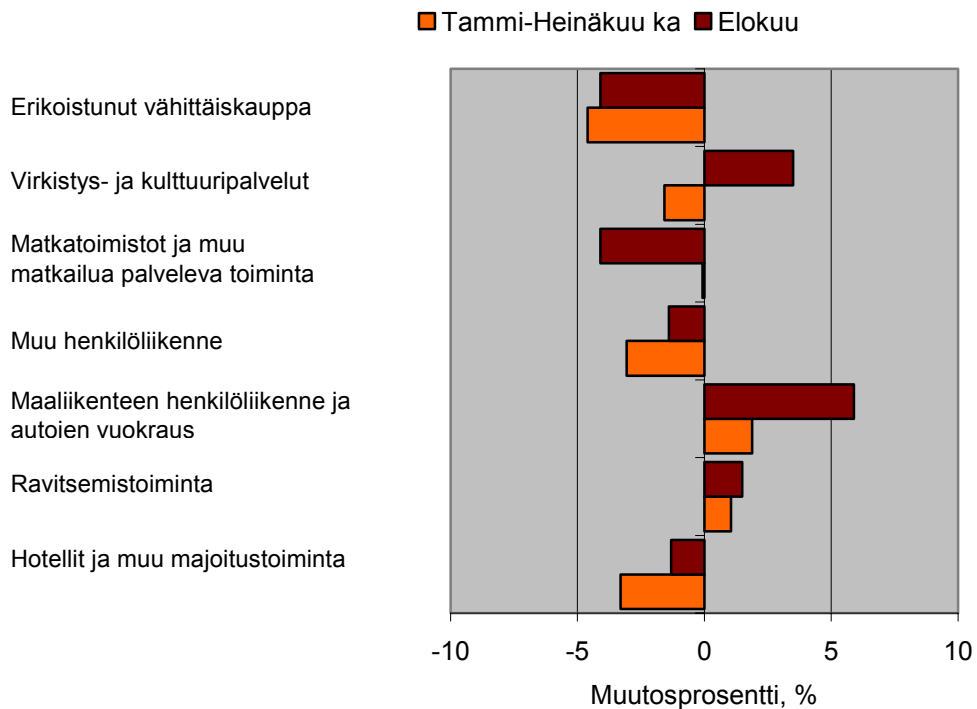


Kuvio 7.1.2. Helsingin seudulla toimivien yritysten palkkasumman trendipoikkeama ja muutos matkailua palvelevilla toimialoilla elokuussa 2005

(a) Henkilöstömäärän (kausitasoitettu) poikkeama trendistä (%-yksikköä)



(b) Henkilöstömäärän (alkuperäinen) muutos (%) edellisestä vuodesta, elokuu ja tammi-heinäkuu 2005



Kuvio 7.1.3. Helsingin seudulla toimivien yritysten henkilöstömäärän trendipoikkeama ja muutos matkailua palvelevilla toimialoilla elokuussa 2005

Johtopäätöksiä liiketoimintakuvaajien tuloksista

Liiketoimintakuvaajat kuvaavat Helsingin seudulla toimivien yritysten liikevaihdon, palkkasumman ja henkilöstömäärän todellista kehitystä. Trendipoikkeamia analysoimalla on arvioitu yritysten elokuun 2005 toteutunutta liiketoimintaa suhteessa saman ajankohdan normaalitasoon eli todennäköiseen odotettavissa olleeseen liiketoimintaan, jos kisoja ei olisi ollut. Tämä normaalitilanne pitää sisällään muita vaihtoehtoisia tapahtumia, joita pääkaupunkiseudulla on runsaasti aina elokuussa. Analyysiä on täydennetty tarkastelemalla myös liiketoimintakuvaajien %-muutosta edellisen vuoden elokuusta ja verrattu tätä tamm-heinäkuun keskimääräiseen muutokseen. Tätä voidaan kuitenkin pitää epävarmempana menetelmänä arvioida kisojen vaikutusta kuin trendipoikkeamaa.

Tulosten mukaan kisoilla on ollut merkittävä positiivinen nettovaikutus hotelli- ja majoitustoiminnan sekä jonkin verran positiivista vaikutusta matkatoimistojen ja muun matkailua palvelevien alojen liikevaihtoon ja henkilöstömäärään, mutta ei palkkasummaan. Ravitsemisalalla on ollut pieni positiivinen vaikutus liikevaihtoon. Muilla aloilla vaikutukset ovat olleet joko lähellä nollaa tai negatiivisia. Kun liikevaihdon muutos näillä kolmella positiivisella alalla suhteutetaan kyseisten alojen elokuun 2005 kokonaisliikevaihdon tasoon, matkailua palvelevien alojen liikevaihdon nettomuutokseksi saadaan noin 6 milj.€, josta majoitustoiminnan osuus on noin 3 milj.€ (ilman alv)⁹. Edellisessä luvussa saatiin tulokseksi, että Helsingin seudun ulkopuolelta tulleet kotimaiset sekä ulkomaiset kisavieraat toivat alueelle rahaa noin 30 milj.€ (ilman alv), joka pääosin kanavoitui matkailua palveleville yrityksille. Liiketoimintakuvaajien perusteella myynnin nettolisäys olisi ollut vain 6 milj.€, joka on noin yksi prosentti Helsingin seudun matkailua palvelevien toimialojen arvioidusta liikevaihdosta elokuussa 2005. Kun 30 milj.€:n rahavirrasta vähennetään nettolisäys 6 milj.€, saadaan tulokseksi, että kisojen muuta kulutusta syrjäyttävä vaikutus on ollut näillä toimialoilla noin 24 milj.€.

Syrjäyttämisaikutus syntyy luvun 3 mukaan siitä, että kisaturistit ovat syrjäyttäneet muita turisteja ja kisat itsessään ovat saattaneet syrjäyttää paikallista kulutusta. Turismin osalta syrjäyttämisaikutus ilmenee mm. siten, että ulkomaalaisten turistien yöpymiset hotelleissa ja muissa majoitusliikkeissä koko Uudenmaan alueella lisääntyivät elokuussa 2005 vain noin 7 000 yöllä eli 2,5 % edellisen vuoden elokuusta. Ottaen huomioon ulkomaisten kisavieraiden arvioitu kokonaismäärä (33 000), kasvu on hyvin vaatimaton. Kaikkien yöpymisten kasvu oli 19 000 (4,5 %). Elokuun 2005 yöpymiset poikkesivat ylöspäin trendistä, mutta muutos jäi kokonaisuudessaan melko pieneksi.

Kisaviikon sateisuus on merkittävä osatekijä syrjäyttämisaikutuksessa. Sateisuuden lopullista vaikutusta ei ole ollut mahdollista selvittää, koska kysymyksessä oli tässä suhteessa jokseenkin ainutkertainen tapahtumasarja. Yritysten kokemusperäisen tiedon mukaan sateisuus vähentää erikoistuneen vähittäiskaupan, ravintoloiden sekä muiden palveluiden myyntiä. Yrityshaastattelujen tulosten mukaan näin on tapahtunut kisaviikon aikana sekä kisaturistien että seudun asukkaiden kysynnälle. Lisäksi sateisuus on todennäköisesti vähentänyt sekä Helsingin seudulta kotoisin olevien kisavieraiden että ulkopuolelta tulevien kisaturisti-

⁹ Negatiivisten trendipoikkeamien toimialoille ei ole laskettu negatiivista liikevaihdon muutosta.

en määrää. Turismens Utrednings Institutin haastattelututkimuksen mukaan 39 % haastatelluista kisavieraista ilmoitti päättäneensä kisatapahtumaan osallistumisesta alle viikon kuluessa tapahtumasta. On ilmeistä, että sateisuus on vähentänyt nimenomaan viime hetkellä osallistumispäätöksen tekeviä kisavieraita.

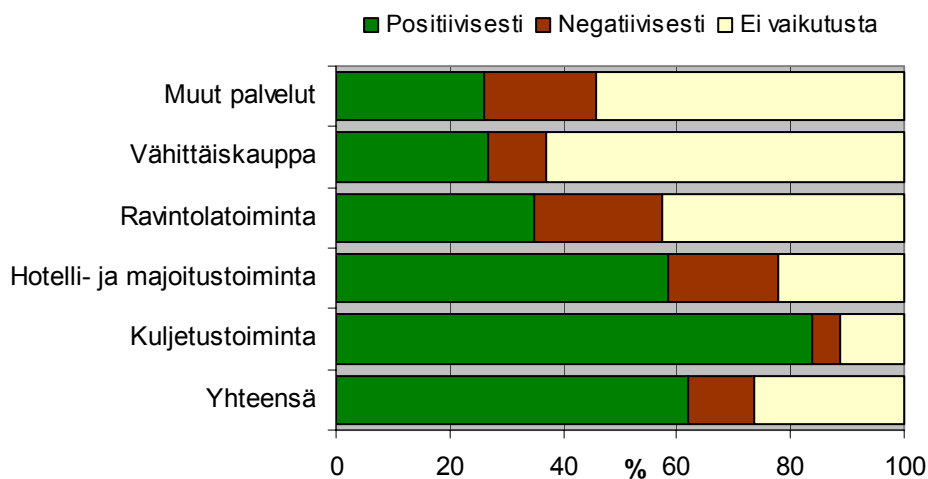
7.2 Vaikutukset matkailua palveleviin yrityksiin yrityshaastattelujen mukaan

Tausta

Yrityksiä haastateltiin¹⁰ yhteensä 300 kappaletta viideltä eri toimialalta: hotelli- ja majoitus-, ravintola- sekä kuljetustoiminta, vähittäiskauppa sekä muut palvelut (ks. liite C). Suurin osa, 80 %, haastatteluun vastaajista oli asemaltaan yksikön johtajia, toimitusjohtajia tai yrittäjiä. Toimialoittain tarkasteltuna hotelli- ja majoitus- sekä ravintolatoiminnassa, vähittäiskaupassa ja muissa palveluissa enemmistö vastaajista oli yksikön johtajia. Kuljetustoiminnassa vastaajien enemmistö oli toimitusjohtajia. Tästä eteenpäin vastaukset on painotettu yrityksen henkilömäärällä ja otoksen edustavuudella.

Kisojen vaikutukset yrityksen liiketoimintaan

MM-kisojen vaikutus yrityksen liiketoimintaan oli positiivista 62 % mielestä kaikki toimialat huomioiden (kuvio 7.2.1). Tosin 27 % katsoi, ettei kisoilla ollut vaikutusta yrityksen liiketoimintaan. Toimialoittain tarkasteltuna kuljetustoiminnan yrityksistä peräti 84 % katsoi kisojen vaikuttaneen positiivisesti liiketoimintaan. Myös hotelli- ja majoitustoiminnan yrityksistä reilusti yli puolet eli 59 % katsoi kisojen olleen positiivinen yrityksen liiketoiminnan kannalta. Ravintolatoiminnan, vähittäiskaupan ja muiden palvelujen yritysten enemmistön mielestä kisoilla ei ollut vaikutusta liiketoimintaan.

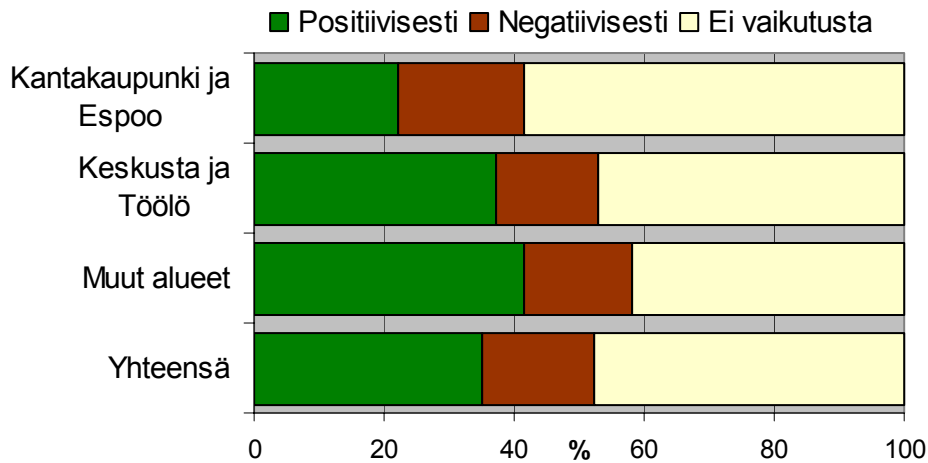


Kuvio 7.2.1. MM-kisojen vaikutus yritysten liiketoimintaan toimialoittain

Alueellisesti tarkasteltuna muiden alueiden (sis. hotelli- ja majoitusalan sekä kuljetusalan yrityksiä) yritykset katsoivat kisojen vaikuttaneen positiivisesti liiketoimintaan hieman yli 40 % yrityksistä (kuvio 7.2.2). Samoin kisojen vaikutus oli positiivinen liiketoiminnan kannalta reilulla kolmanneksella keskustan ja Töölön alueen yrityksistä kaikki mukana olleet toimi-

¹⁰ Puhelinhaastattelujen tekijänä Tietoykkönen Jyväskylästä.

alat huomioiden. Kantakaupungin ja Espoon yrityksistä kuitenkin lähes 60 % katsoi kisojen olleen merkityksettömiä liiketoiminnan kannalta.



Kuvio 7.2.2. MM-kisojen vaikutukset yritysten liiketoimintaan alueellisesti

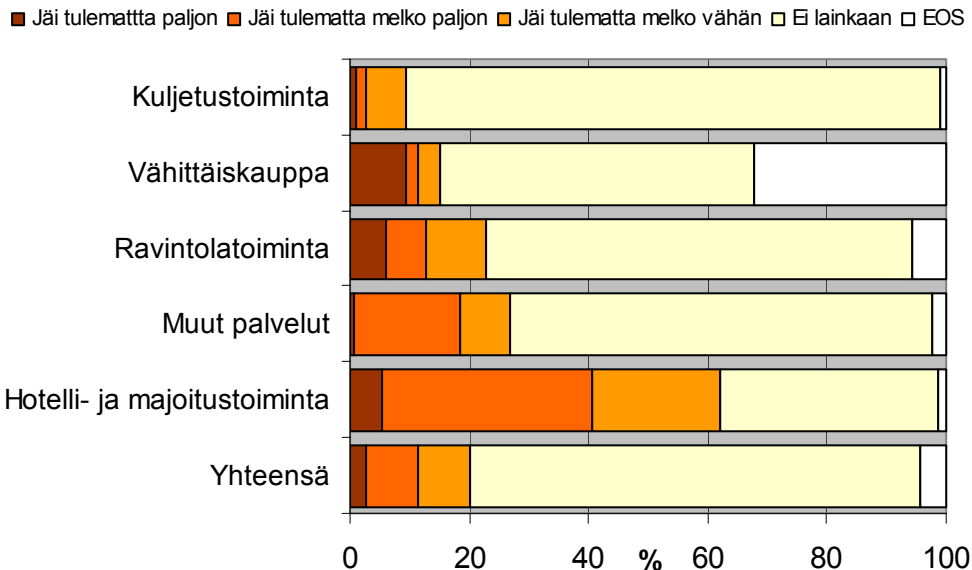
Liikevaihdon kasvuprosentti vaihteli toimialoittain. Hotelli- ja majoitustoiminnassa sekä ravintolatoiminnassa enemmistö katsoi liikevaihdon kasvaneen MM-kisojen vaikutuksesta 10 %, vähittäiskaupassa 15 % sekä kuljetustoiminnassa ja muissa palveluissa 1 %. Vain noin 7 % yrityksistä kaikki toimialat huomioiden katsoi yrityksen liikevaihdon vähentyneen MM-kisojen vaikutuksesta. Toimialoittain tarkasteltuna eniten vähenemistä oli hotelli- ja majoitustoiminnan yrityksissä, joista lähes viidennes ilmoitti yrityksen liikevaihdon laskeneen noin 10 %. Yritykset sijaitsivat kantakaupungin ja Espoon alueella.

Melkein puolet yrityksistä, kaikki toimialat huomioiden, katsoivat elokuun voiton kasvaneen MM-kisojen vaikutuksesta. Kuljetustoiminnan yrityksistä 65 % katsoi MM-kisojen lisänneen elokuun voittoa, enemmistö eli kolmannes katsoi lisäyksen olleen 1 %. Hotelli- ja majoitustoiminnan yrityksistä 39 % katsoi voiton kasvaneen elokuussa, enemmistö eli neljännes katsoi lisäyksen olleen 20 %. Ravintolatoiminnan yrityksistä lähes kolmannes katsoi voiton kasvaneen elokuussa, enemmistö eli 6 % arvioi kasvun olleen 5 %. Vähittäiskaupan yrityksistä 24 % katsoi voiton kasvaneen elokuussa, enemmistö eli kymmenesosa arvioi kasvun olleen 5 %.

Hotelli- ja majoitustoiminnan yrityksistä viidennes katsoi MM-kisojen vaikuttaneen elokuun tulokseen tappiollisesti, voiton vähentymisen ollessa 10 %. Muita palveluja tuottavissa yrityksissä voitto vähentyi elokuussa noin 18 % mielestä, vähenemisen ollessa enemmistön, 4 % mielestä 5 %. Ravintolatoiminnan yrityksissä 16 % mielestä voitto vähentyi elokuussa, vähenemisen ollessa 10–20 %.

75 % yrityksistä kaikki toimialat huomioiden on sitä mieltä, ettei asiakkaita jäänyt tulematta MM-kisojen takia (kuvio 7.2.3). Ravintola- ja kuljetustoiminnan sekä muita palveluja tuottavien yritysten enemmistö eli yli 70 % oli tätä mieltä. Vähittäiskaupan puolellakin yli 50 % oli samaa mieltä. Hotelli- ja majoitustoiminnan puolella 35 % katsoi, että asiakkaita

jäi tulematta melko paljon ja 36 % on sitä mieltä, ettei asiakkaita jäänyt tulematta yhtään MM-kisojen takia. Alueellisesti tarkasteltuna keskustan ja Töölön yrityksistä noin 29 % oli sitä mieltä, että asiakkaita jäi tulematta kisojen vuoksi. Samaa mieltä on 24 % kantakaupungin ja Espoon yrityksistä. Sitä vastoin pääkaupunkiseudun ympäristön yrityksistä vain 13 % koki asiakkaiden jäämisen pois kisojen vuoksi.



Kuvio 7.2.3. Jäikö MM-kisojen vuoksi asiakkaita tulematta, toimialoittain

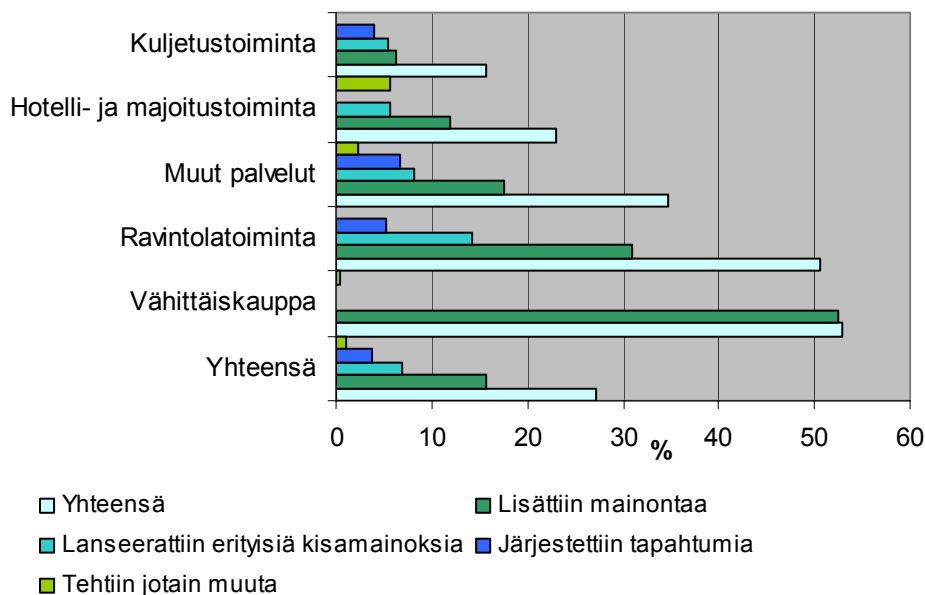
Kisojen vaikutuksen yrityksen tuotteiden hintatasoon ja henkilöstömäärään

Tuotteiden hintatasoon kaikki toimialat huomioiden MM-kisoilla ei ollut suurta vaikutusta. Vaikutus näkyi toimialoittain tarkasteltuna hotelli- ja majoitustoiminnan yrityksissä, joista puolet arvioi kisojen vaikuttaneen hintatasoa nostavasti ja viidennes toimialan yrityksistä arvioi noston olleen 20 % yli normaalitason. Samoin noin viidennes arvioi noston olleen 2 % yli normaalitason.

60 % yrityksistä ilmoitti, ettei kisoilla ollut yrityksen henkilöstömäärään vaikutusta. Toimialoittain oli vaihtelua. Eniten työvoimaa lisäsivät ravintolatoiminnan yritykset, joista melkein kolmannes ilmoitti kisojen vaikuttaneen lisäävästi yrityksen henkilöstömäärään. Yritykset ilmoittivat palkanneensa lisää henkilökuntaa aina 3 %:sta 50 %:iin yli normaalitason henkilöstömäärään, tavallisimmin lisäys henkilöstömäärään oli 10 % yli normaalihenkilöstömäärään. Hotelli- ja majoitustoiminnan yrityksistä 16 % ja kuljetustoiminnan yrityksistä 13 % lisäsivät henkilökunnan määrää MM-kisojen vaikutuksesta. Lisäys oli hotelli- ja majoitustoiminnassa 5-20 % ja kuljetustoiminnassa keskimäärin 10 % luokkaa yli normaalihenkilöstömäärään.

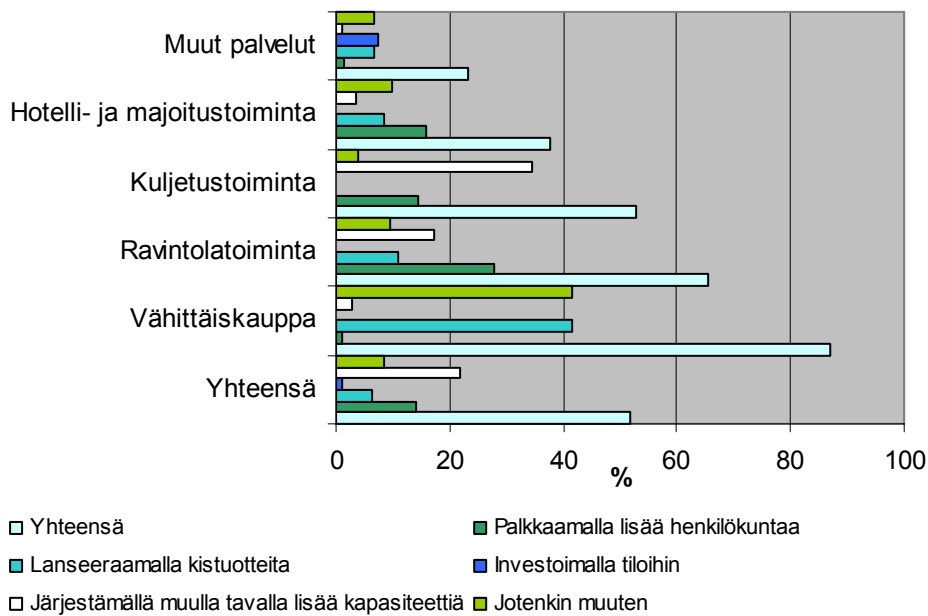
Kisojen vaikutukset yrityksen markkinointiin ja tunnettavuuteen

Yrityksiltä kysyttiin, vaikuttivatko MM-kisat yrityksen markkinointiin mainontaa lisäävästi, lanseerattiinko erityisiä kisamainoksia, järjestettiin tapahtumia tai tehtiinkö jotain muuta markkinoinnin eteen (kuvio 7.2.4). Vastausten perusteella MM-kisat vaikuttivat vain hieman yritysten markkinointiin. Mainonnan lisäämiseen panosti 16 % kyselyyn vastanneista yrityksistä. Erityisiä kisamainoksia lanseerattiin, tapahtumia tai muuta markkinointitoimintaa järjestettiin alle 10 % yrityksistä. Toimialoittain tarkasteltuna mainonnan lisäämiseen panostivat vähittäiskaupan yritykset ja kisamainosten lanseeraaminen oli yleisintä ravintolatoiminnassa. Muita yksittäisiä markkinointi tapoja olivat suoramarkkinointi, yhteistyösopimus kisajärjestäjien kanssa, suomalainen design-mainonta sekä muutamien yksittäisten tapahtumien järjestäminen kisavuoden kuluessa. Yllättävää oli muutaman yrittäjän ilmoitus jättää mainostamatta kokonaan tai vähentää sitä kisojen vuoksi.



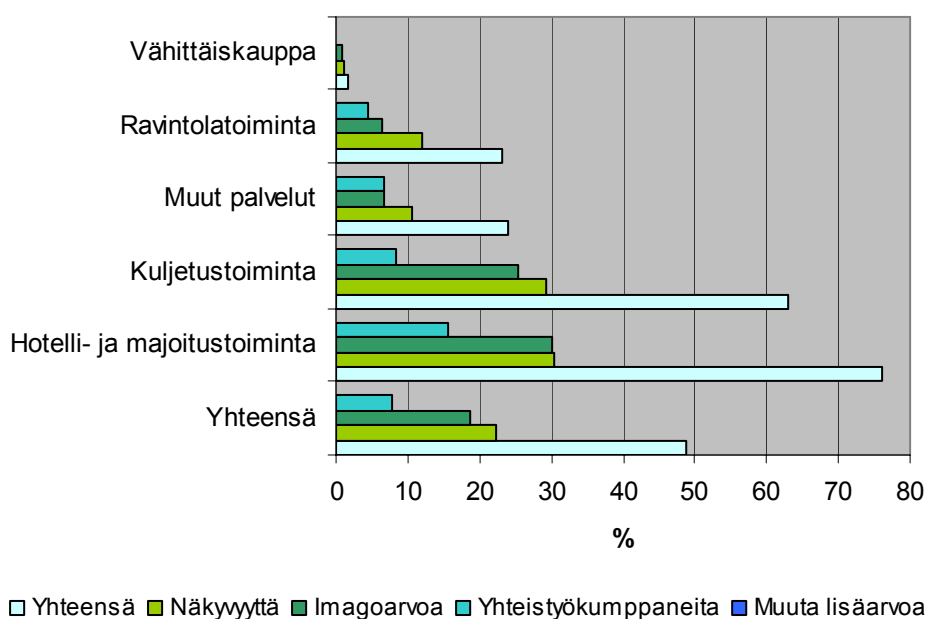
Kuvio 7.2.4. Miten MM-kisat vaikuttivat yrityksen markkinointiin, toimialoittain

Yrityksiltä kysyttiin myös, varautuivatko he MM-kisoihin palkkaamalla lisää henkilökuntaa, lanseeraamalla kisatuotteita, investoimalla tiloihin, laitteisiin tai koneisiin tai järjestämällä muuten lisää kapasiteettiä vai varauduttiinko jollain muulla tavoin (kuvio 7.2.5). Yrityksistä noin 22 % varautui MM-kisoihin järjestämällä lisää kapasiteettiä ja noin 14 % varautui palkkaamalla lisää henkilökuntaa. Toimialoittain tarkasteltuna eniten lisää henkilökuntaa palkkasivat ravintolatoiminnan yritykset, joista lähes kolmannes ilmoitti palkanneensa lisää henkilökuntaa kisojen ajaksi. Lisää kapasiteettiä järjestivät kuljetustoiminnan yrityksistä hieman yli kolmannes ja ravintola-alan yrityksistä noin 17 %. Muina toimenpiteinään yritykset siirsivät vakinaisen henkilökunnan lomaa elokuulta toiseen ajankohtaan sekä kuljetustoiminnassa työvuoroja lisääminen.



Kuvio 7.2.5. Miten yrityksessä varauduttiin MM-kisoihin, toimialoittain

Yrityksistä yhteensä 22 % koki saaneensa lisää näkyvyyttä ja 19 % imagoarvoa MM-kisojen vaikutuksesta. Toimialoittain tarkasteltuna hotelli- ja majoitustoiminnan yrityksistä lisää näkyvyyttä ja imagoarvoa koki saavansa 30 % vastanneista yrityksistä. Saman toimialan yrityksistä 16 % koki saaneensa myös lisää yhteistyökumppaneita. Kuljetustoiminnassa lisää imagoarvoa koki saaneensa neljännes ja näkyvyyttä kolmannes vastanneista yrityksistä. Ravintolatoiminnassa lisää näkyvyyttä koki saaneensa 12 % vastanneista yrityksistä. Muilla toimialoilla ja muutoin MM-kisat eivät vaikuttaneet lisäävästi yrityksen näkyvyyteen, imagoarvoon, yhteistyökumppaneihin tai muuhun lisäarvoon.



Kuvio 7.2.6. Mitä seuraavista vaikutuksista MM-kisat toi yrityksellenne, toimialoittain

Yritysten suhtautuminen tapahtumiin pääkaupunkiseudulla

Tästä eteenpäin annettuja vastauksia ei ole painotettu yrityksen henkilömäärällä ja otoksen edustavuudella, koska vastaukset edustavat vastaajien henkilökohtaisia mielipiteitä kysytyistä asioista.

Yrityksistä 27 % mielestä MM-kisat lisäsivät Helsingin ja pääkaupunkiseudun vetovoimaa tapahtumajärjestäjänä ja matkailukohteena. 32 % mielestä vetovoima lisääntyi kisojen ansiosta melko vähän, 19 % mielestä kisoilla ei ollut vaikutusta ja 11 % mielestä kisat heikensivät vetovoimaa. Toimialoittain tarkasteltuna enemmistö hotelli- ja majoitustoiminnan sekä vähittäiskaupan yrityksistä katsoivat MM-kisojen vaikutuksesta Helsingin ja pääkaupunkiseudun vetovoiman lisääntyneen melko paljon. Suuri osa ravintola- ja kuljetustoiminnan sekä muiden palveluiden tuottajista katsoivat vetovoiman lisääntyneen kisojen vaikutuksesta melko vähän. 15 % ravintolatoiminnan ja muiden palveluiden yrittäjistä katsoi kisojen heikentäneen Helsingin ja pääkaupunkiseudun vetovoimaa tapahtumajärjestäjänä ja matkailukohteena.

Lisäksi yrityksiltä kysyttiin, minkä suuruusluokan tapahtumia (yli 100 000, 100 000 – 20 000, 20 000 – 5 000 ja alle 5000 kävijää) he toivoisivat tulevaisuudessa järjestettävän pääkaupunkiseudulla. Kaikkia suuruusluokan tapahtumia yritykset haluaisivat enemmän tulevaisuudessa. Eniten kannatusta, 75 %, saivat kävijämääriltään pienimmät tapahtumat eli alle 5000 tai 5000 – 20 000 kävijän tapahtumat.

Toimialoittain tarkasteltuna suurin osa, 90 %, hotelli- ja majoitustoiminnan yrityksistä haluaisi enemmän isoja, yli 100 000 tai 100 000 – 20 000 sekä pieniä, alle 5000 tapahtumia. Enemmistö ravintolatoiminnan yrityksistä, 79 %, toivoi lisää isoja yli 100 000 kävijän tapahtumia. Kuljetustoiminnan yritysten enemmistö, 80 %, toivoi tulevaisuudessa lisää 5000 – 20 000 kävijän tapahtumia. Lisäksi 10 % alan yrityksistä toivoi vähemmän suuria, yli 100 000 kävijän tapahtumia. Vähittäiskaupan ja muiden palveluiden tuottajien enemmistöt, 70 % ja 65 %, toivoivat tulevaisuudessa enemmän pieniä alle 5000 kävijän tapahtumia.

MM-kisojen hyödyt ja haitat yrittäjien näkökulmasta

Yrittäjiltä kysyttiin haastattelussa viimeiseksi, mitä mahdollista muuta hyötyä tai haittaa heille on ollut MM-kisoista, mikä ei tullut esiin itse kyselyssä. Annetut vastaukset jaoteltiin sisällön mukaisesti eri luokkiin, käyttäen taustamuuttujana toimialaa. Vastaukset ovat kokonaisuudessaan luettavissa liitteestä D.

Yrittäjien kokema **hyöty** MM-kisoista jaoteltiin kuuteen eri luokkaan:

1. Enemmän asiakkaita tai ihmisiä liikkeellä
2. Kisavieraita asiakkaina
3. Paransi yrityksen tulosta
4. Suomen ja/tai Helsingin näkyvyys lisääntyi
5. Yrityksen tunnettavuus lisääntyi
6. Saatiin kokemusta ja valmiuksia

Yrittäjien kokema **haitta** MM-kisoista jaoteltiin kuuteen eri luokkaan:

1. Odotukset eivät toteutuneet
2. Liikenneongelmat
3. Kisojen vaikutukset asiakasmääriin
4. Turhat investoinnit
5. Taloudelliset tappiot
6. Huono sää

Yrittäjien antamat **muut kommentit** jaoteltiin viiteen eri luokkaan:

1. Lisää tapahtumia
2. Kisat positiivinen kokemus
3. Kisat negatiivinen kokemus
4. Matkailusesongin huomioiminen
5. Parannusehdotuksia

7.3 Kisat yhteistyöyritysten näkökulmasta

Taustaa

Kisaorganisaatiota pyydettiin listaamaan mielestään tärkeimmät yhteistyökumppaniyrityksensä (tavarantoimittajat ja palveluiden tarjoajat) MM kisojen ajalta. Listaan kuului yhteensä 32 yritystä, joiden toimipaikkojen sijainti painottui pääkaupunkiseudulle. Osa isoista yrityksistä päätettiin haastatella henkilökohtaisesti (kahdeksan yritystä) ja osalle tehtiin puhelinhaastattelu¹¹ (24 yritystä). Tässä osiossa tarkastellaan puhelinhaastatteluista saatuja vastauksia. Haastattelujen tarkoituksena oli selvittää, miten kisaorganisaation suorittamien investointien ja palveluiden ostojen vaikutukset näkyvät yritysten liiketoiminnassa ja miten yritykset kokivat yhteistyöyrityksen rooli ja siinä onnistumisen.

Puhelinhaastatteluiden vastausprosenttia, 88 %, voidaan pitää erinomaisena, sillä lähes kaikki listalla olleet yritykset vastasivat haastattelun kysymyksiin. Toimitusjohtajia oli lähes puolet vastaajista. Yritysten koko vaihteli 1-4 hengen yrityksistä aina yli 100 hengen yrityksiin, jotka olivat haastattelussa enemmistönä (57 %).

Yritysten yhteistyömuodot kisaorganisaation kanssa vaihtelivat tavaroiden ja palveluiden tuottamisesta aina näiden kahden vaihtoehdon kombinaatioon:

- 1) tavaroiden toimittajat esim. tilojen suunnittelua ja sisustusta, huonekalutoimituksia, laitteiden toimittamista,
- 2) palveluiden toimittajat esim. logistiikkapalveluja, markkinointiin liittyvää yhteistyötä, siivous- ja turvallisuuspalveluita, majoitus- ja ravintolapalveluita sekä
- 3) palveluiden ja tavaroiden toimittajat esim. esiintymislaitteiden toimitus ja niiden käyttö esityksissä, laitteet ja niiden tekniikasta vastaaminen.

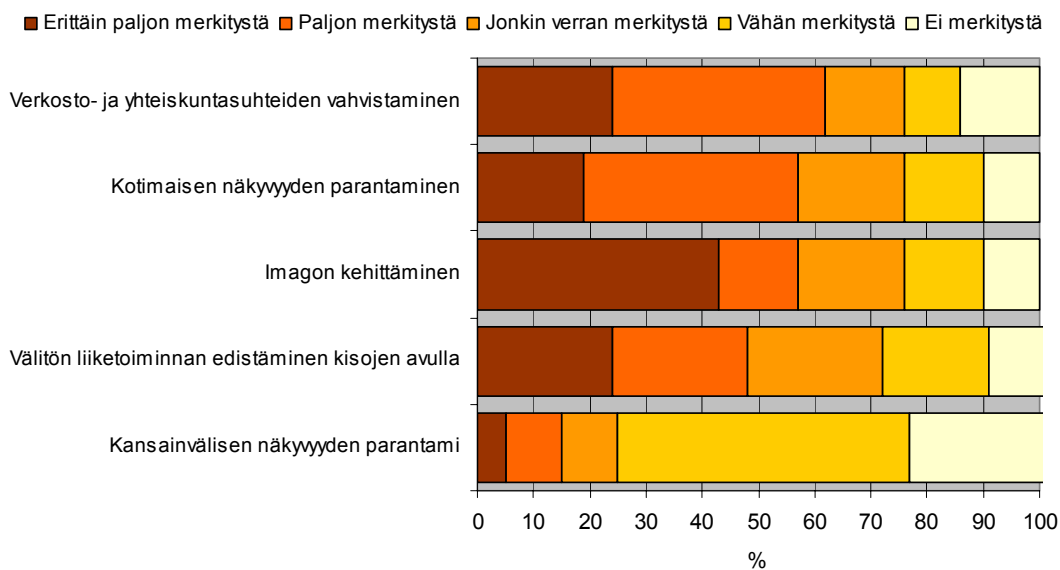
¹¹ Haastattelut teki Tietoykkönen Jyväskylästä viikoilla 7 ja 8.

Suurin osa yrityksistä kuitenkin tuotti palveluita kisaorganisaatiolle. Osa yrityksistä teki myös markkinointiyhteistyötä kisaorganisaation kanssa. Kisaorganisaation ja yhteistyöyri-
tysten väliseen sopimukseen kolmasosalla haastatelluista yrityksistä sopimukseen sisältyi
myös sponsorointia. Tämä oli luonteeltaan joko tavaroiden ja palveluiden luovuttamista
kisaorganisaatiolle edullisempaan hintaan tai tämän lisäksi myös rahan antamista kisaor-
ganisaatiolle.

Yritysten yhteistyön tavoitteet

81 % yrityksistä ilmoitti kisoihin osallistumisen olevan osa pitkäjänteistä yrityksen toimin-
taa.

Yrityksiä pyydettiin arvioimaan valmiiksi annettuja tavoitteita siitä, miten merkitykselliseksi
he kokivat tavoitteet kisojen yhteistyöyritykseksi ryhtymisen näkökulmasta (kuvio 7.3.1).
Ensimmäiseksi tavoitteeksi nousi yrityksen verkosto- ja yhteiskuntasuhteiden vahvistaminen,
sillä yli 60 % yrityksistä koki sen erittäin tai paljon merkitykselliseksi. Toisena tavoitteena oli
kotimaisen näkyvyyden vahvistaminen ja kolmantena yrityksen imagon kehittäminen. Vähi-
ten tavoiteltiin kansainvälisen näkyvyyden parantamista.



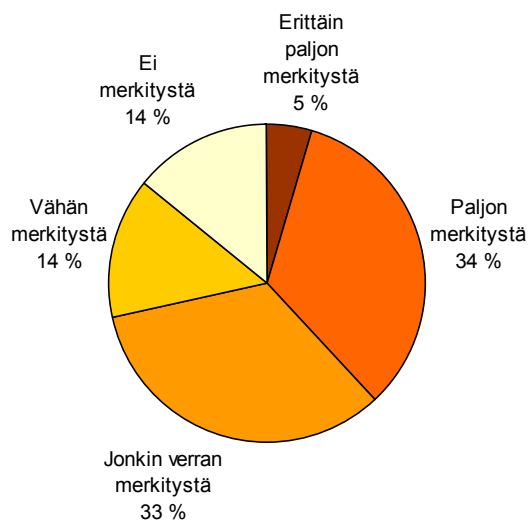
Kuvio 7.3.1. Kisaorganisaation yhteistyöyritykseksi ryhtymisen tavoitteet yrityksillä

Muita merkityksellisiä tavoitteita yhteistyöyritykseksi ryhtymiselle annettiin seuraavasti:

- 1) Yhteistyö: tehty aikaisempaa yhteistyötä kisaorganisaatioon kuuluvien kanssa.
- 2) Kiinnostus suur tapahtumaan: halusi olla mukana tekemässä suur tapahtumaa.
- 3) Liiketoimintaan liittyvät tavoitteet: osa normaalia liiketoimintaa.
- 4) Muuta tavoitteita: oman osaamisen ja toiminnan kehittäminen.

Vaikutukset yritysten liiketoimintaan

Suurin osa yhteistyöyrityksistä arvioi kisojen vaikutuksen yrityksen liiketoimintaan paljon tai jonkin verran merkitykselliseksi (kuvio 7.3.2). Vain 5 % piti kisojen vaikutusta erittäin paljon merkityksellisenä. Yritykset arvioivat myynnin lisääntyneen elokuussa kisojen yhteistyöyrityksenä olemisen vaikutuksesta aina nollassa 50 %:iin. Keskimäärin kysymykseen vastanneiden yritysten liikevaihto nousi 11 % kisojen vaikutuksesta. Vastaavasti henkilötymäärä lisääntyi 86 % yhteistyöyrityksistä. Yritykset arvioivat henkilötymäärän lisääntyneen kisojen yhteistyöyrityksenä olemisen vaikutuksesta aina yhdestä 300 %:iin. Keskimäärin kysymykseen vastanneiden yritysten henkilötymäärä nousi 58 % kisojen vaikutuksesta. Kisojen yhteistyöyrityksenä toimiminen ei silti syrjäyttänyt yrityksessä muita toimituksia tai asiakassuhteita, eikä myöskään muuta yrityksen sponsoritoimintaa.



Kuvio 7.3.2. Kisojen vaikutus yritysten liiketoimintaan

Yhteistyöyrityksenä toimiminen edellytti lisäkapasiteetin hankkimista 67 % yrityksistä. Suurimmalle osalle yrityksistä tämä tarkoitti lisähenkilökunnan palkkaamista.

1) Palkattiin henkilökuntaa

- palkkaamalla lisää ihmisiä
- lisää henkilöstöä palkattiin
- lisättiin määräaikaista työntekijöitä
- rekrytoimalla lisää henkilöstöä
- lisättiin henkilöstöresursseja
- väliaikaista työvoimaa palkattiin logistiikan hoitamiseen ja esittelytehtäviin
- väliaikaisesti lisättiin henkilökuntaa

2) Palkattiin henkilökuntaa ja käytettiin alihankkijoita tai vuokrauspalveluja

- palkkaamalla freelancereita, tekemällä alihankintasopimuksia muiden yritysten kanssa
- henkilökunnan lomaa muutettiin, käytettiin vuokrauspalvelua
- sekä ostettiin että vuokrattiin

3) Palkattiin lisää henkilökuntaa ja lisättiin kalustoa

- lisättiin henkilökuntaa noin 70 henkilöä, kalustoa lisättiin

- tekniikkaa vuokrattiin useammastakin Euroopan maasta, henkilöresursseja lisättiin

4) Lisättiin kalustoa

- enemmän ravintolapaikkoja
- lisättiin laitekapasiteettiä

Lisäarvon saaminen yhteistyöstä

76 % yhteistyöyrityksistä ilmoitti hyödyntäneensä omaa kisatoimijuuttaan yrityksen markkinoinnissa. Suurin osa hyödynsi yhteistyötä yrityksen mainonnassa, kampanjoissa sekä asiakassuhteiden hoidossa.

1) Mainonta erilaisissa medioissa ja kampanjoissa

- asiakastiedotteissa maininta että ollaan mukana
- internet-sivuilla ja asiakaslehdessä
- erilaisissa kampanjoinneissa, kisateemaa hyödynnettiin vähittäiskaupoissa ja asiakastyössä
- erilaisia kampanjoita, suorapostituksia, autoissa mainoksia,
- perinteinen mainonta, sidosryhmä tapaamiset, asiakas aktiviteetti, lehdistössä
- mainonnassa
- brandi-mainonnassa
- referenssinä käytetään
- referensseinä
- kerrotaan että ollaan oltu mukana järjestäjänä
- ilmoittamalla siitä mm. verkkosivuilla
- näkyvyys että ollaan siinäkin mukana

2) Asiakassuhteiden hoitaminen

- oli omia vieraita ja henkilökuntaa joka päivä
- vietiin vieraita kisoihin
- asiakassuhteiden hoidossa - vietiin kisoihin ihmisiä
- kutsumalla vieraita
- tuotiin vieraita
- asiakassuhteiden hoitamisena

3) MM-logon käyttäminen

- käytettiin MM-logoa
- kaupallisissa ilmoituksissa käytettiin MM-logoa
- käytettiin kisalogoja kaikenlaisessa materiaalissa - käyntikortit, kirjekuoret, sähköposti

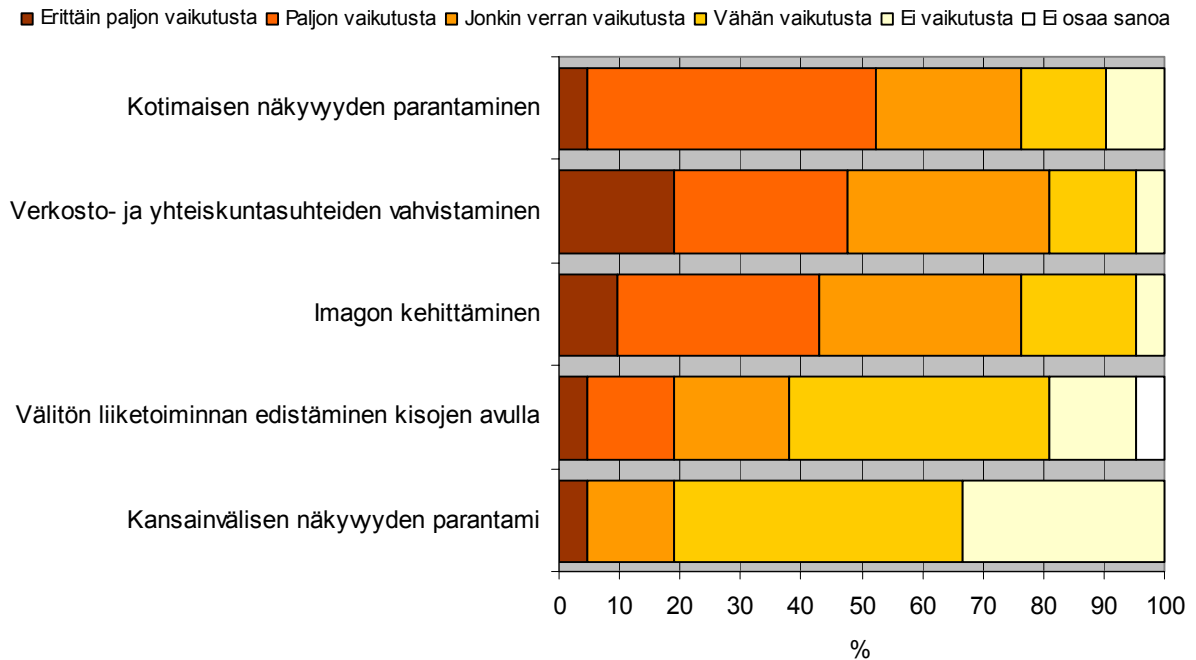
4) Muu

- kunnostettiin yksi ravintola urheiluelämäsegmentille kisojen takia

Yhteistyöyrityksistä hieman yli puolet katsoi kisojen todellisuudessa vaikuttaneen erittäin paljon tai paljon kotimaisen näkyvyyden parantamiseen (kuvio 7.3.3). Toiseksi nousi yrityksen verkosto- ja yhteiskuntasuhteiden vahvistaminen ja kolmanneksi yrityksen imagon kehittäminen. Muita yritysten nimeämiä tuloksia yhteistyöhön liittyen olivat:

- oppiminen
- jatketaan läheistä yhteistyötä suomalaisten eri urheiluorganisaatioiden kanssa

- näyttö hyvästä osaamisesta
- asiakassuhteiden hoitoa toteutettiin paljon kisojen aikana, henkilösuhteiden vahvistaminen
- projektin suuruus referenssinä merkittävä



Kuvio 7.3.3. Yhteistyön vaikutukset yrityksen toimintaan

Yhteistyöyritysten näkemykset kisoista

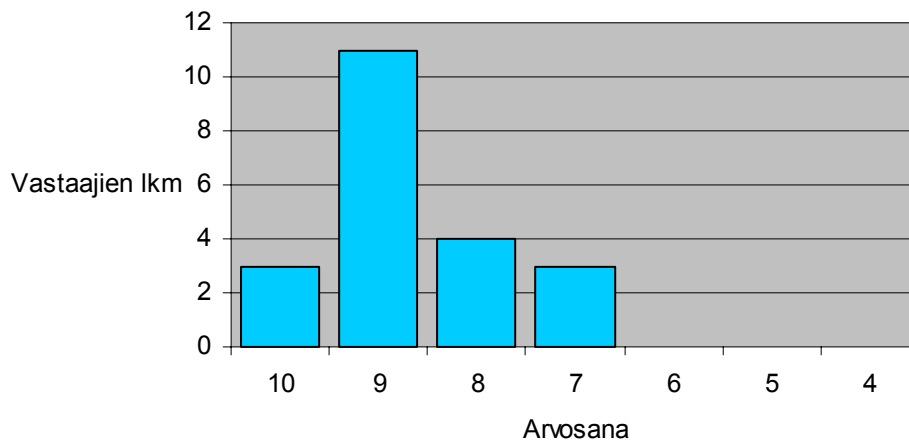
95 % mukana olleista yrityksistä haluaisi myös tulevaisuudessa ryhtyä urheilu- tai suurtahtumien yhteistyöyritykseksi. Muutama yritys nimesi vielä erikseen kisoista tulleen hyödyn, joka ei tullut valmiissa kysymyksissä ilmi. Nämä olivat:

- kerran elämässä tällainen kokemus ja sen positiivinen ilmapiiri
- hyöty - toimi yhtiön sisällä yhdistävänä aktiviteettinä

Samoin muutama yritys nimesi kisoista tulleen haitan, joka ei tullut valmiissa kysymyksissä ilmi. Nämä olivat:

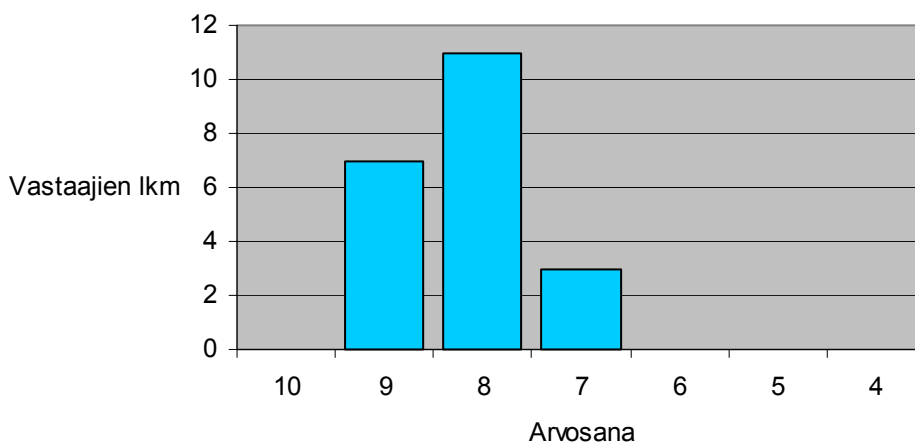
- järjestäminen oli hektistä aikaa, paljon ylitöitä ja työaikojen järjestämisiä
- saatu taloudellinen hyöty suhteessa laitettuun panokseen ei yrityksen kannalta ollut tasapainossa
- jouduttiin muita tapahtumia jättämään pois ja koko toimiva organisaatio kesän ajan sekaisin

Yrityksiltä kysyttiin omaa arvioita onnistumisestaan yhteistyöyrityksenä kouluarvosanaasteikolla 4 -10 (kuvio 7.3.4). Hieman yli puolet yrityksistä arvioi onnistumisensa 9 arvoiseksi. Kaikkien arvosanojen keskiarvo oli 8,67.



Kuvio 7.3.4. Yhteistyöyritysten oma arvio kouluarvosana-asteikolla 4 – 10 onnistumistaan kisojen yhteistyöyrityksensä

Yrityksiä pyydettiin arvioimaan myös kisojen onnistumista kokonaisuudessaan kouluarvosana-asteikolla 4 - 10 (kuvio 7.3.5). Hieman yli puolet yrityksistä arvioi kisojen kokonaisuudessaan onnistuneen 8 edestä. Kaikkien arvosanojen keskiarvo oli 8,19.



Kuvio 7.3.5. Yhteistyöyritysten arvio kouluarvosana-asteikolla 4 – 10 MM-kisojen onnistumisesta kokonaisuudessaan

Yhteenveto

Yritysten yhteistyömuodot kisaorganisaation kanssa vaihtelivat tavaroiden ja palveluiden tuottamisesta näiden kahden vaihtoehdon kombinaatioon. Suurin osa yrityksistä kuitenkin tuotti palveluita kisaorganisaatiolle. Osa yrityksistä teki myös markkinointiyhteistyötä kisaorganisaation kanssa. 81 % yrityksistä ilmoitti kisoihin osallistumisen olevan osa pitkäjänteistä yrityksen toimintaa.

Kisaorganisaation ja yhteistyöyritysten väliseen sopimukseen kolmasosalla haastatelluista yrityksistä sopimukseen sisältyi myös sponsorointia. Tämä oli luonteeltaan joko tavaroiden ja palveluiden luovuttamista kisaorganisaatiolle edullisempaan hintaan tai tämän lisäksi myös rahan antamista kisaorganisaatiolle. Kisojen yhteistyöyrityksenä toimiminen ei syrjäyttänyt yrityksessä muita toimituksia tai asiakassuhteita, eikä myöskään muuta yrityksen sponsoritoimintaa.

Yrityksiä pyydettiin arvioimaan valmiiksi annettuja tavoitteita siitä, miten merkitykselliseksi he kokivat tavoitteet kisojen yhteistyöyritykseksi ryhtymisen näkökulmasta. Ensimmäiseksi tavoitteeksi nousi yrityksen verkosto- ja yhteiskuntasuhteiden vahvistaminen, sillä yli 60 % yrityksistä koki sen erittäin tai paljon merkitykselliseksi. Toisena tavoitteena oli kotimaisen näkyvyyden vahvistaminen ja kolmantena yrityksen imagon kehittäminen. Vähiten tavoiteltiin kansainvälisen näkyvyyden parantamista. Tavoitteiden asettelu näkyi myös tuloksissa, sillä yhteistyöyrityksistä hieman yli puolet katsoi kisojen todellisuudessa vaikuttaneen erittäin paljon tai paljon kotimaisen näkyvyyden parantamiseen. Toiseksi nousi yrityksen verkosto- ja yhteiskuntasuhteiden vahvistaminen ja kolmanneksi yrityksen imagon kehittäminen.

Suurin osa yhteistyöyrityksistä arvioi kisojen vaikutuksen yrityksen liiketoimintaan paljon tai jonkin verran merkitykselliseksi. Vain 5 % piti kisojen vaikutusta erittäin paljon merkityksellisenä. Yritykset arvioivat myynnin lisääntyneen elokuussa kisojen yhteistyöyrityksenä olemisen vaikutuksesta aina nollasta 50 %:iin. Keskimäärin kysymykseen vastanneiden yritysten liikevaihto nousi 11 % kisojen vaikutuksesta. Vastaavasti henkilötöymäärä lisääntyi 86 % yhteistyöyrityksistä. Yritykset arvioivat henkilötöymäärän lisääntyneen kisojen yhteistyöyrityksenä olemisen vaikutuksesta aina yhdestä 300 %:iin. Keskimäärin kysymykseen vastanneiden yritysten henkilötöymäärä nousi 58 % kisojen vaikutuksesta. Yhteistyöyrityksenä toimiminen edellytti lisäkapasiteetin hankkimista 67 % yrityksistä. Suurimmalle osalle yrityksiä tämä tarkoitti lisähenkilökunnan palkkaamista, mikä näkyi yritysten edellisissä vastauksissa henkilötöymäärän kasvuna.

76 % yhteistyöyrityksistä ilmoitti hyödyntäneensä omaa kisatoimijuuttaan yrityksen markkinoinnissa. Suurin osa hyödynsi yhteistyötä yrityksen mainonnassa, kampanjoissa sekä asiakassuhteiden hoidossa. 95 % mukana olleista yrityksistä haluaisi myös tulevaisuudessa ryhtyä urheilu- tai suurtapahtumien yhteistyöyritykseksi.

Yrityksiltä kysyttiin omaa arvioita kouluarvosana asteikolla 4-10 onnistumisestaan yhteistyöyrityksenä. Hieman yli puolet yrityksistä arvioi onnistumisensa 9 arvoiseksi. Kaikkien arvosanojen keskiarvo oli 9. Yrityksiä pyydettiin arvioimaan myös kisojen onnistumista kokonaisuudessaan kouluarvosana-asteikolla 4-10. Hieman yli puolet yrityksistä arvioi kisojen kokonaisuudessaan onnistuneen 8 edestä. Kaikkien arvosanojen keskiarvo oli 8.

Johtopäätöksenä voidaan todeta, että yhteistyöyritykset olivat pääsääntöisesti erittäin tyytyväisiä sopimuksiinsa kisaorganisaation kanssa. Yritysten liikevaihto kasvoi lisääntyneistä henkilöstö panostuksista huolimatta. Yhteistyö kisaorganisaation kanssa sujui ja yrityksen asettamat tavoitteet saavutettiin. Näin ollen yritykset ovatkin tulevaisuudessa valmiita panostamaan urheilu- tai muihin suurtapahtumiin.

7.4 Johtopäätöksiä kisojen vaikutuksista yrityksille

Kisojen vaikutuksia Helsingin seudun ja osin laajemman alueen yritysten kannalta on tutkittu käyttäen tietolähteinä seuraavia tietoja:

- yritysten liikevaihdon, palkkasumman ja henkilöstömäärän toteutuneen kehityksen liiketoimintakuvaajat, jotka perustuvat Helsingin seudulla toimivien yritysten kuukausittaisiin arvonlisävero- ja työnantajasuoritusilmoituksiin (teetetty Tilastokeskuksella)
- matkailun kannalta keskeisten toimialojen yritysten haastattelut
- kisojen yhteistyöyritysten haastattelut
- matkailua koskevat tilastot.

Sekä yrityshaastattelujen että liiketoimintakuvaajien perusteella MM2005-kisoilla oli erittäin myönteinen vaikutus **hotelli- ja majoitusalan** yritysten liikevaihtoon. Vaikutus ulottui alueellisesti laajalle alueelle pääkaupunkiseudun ulkopuolelle Uudellemaalle, Itä-Uudellemaalle sekä Etelä-Hämeeseen. Helsingissä alan liikevaihto nousi ennen kaikkea normaalitasoa korkeampien hintojen ansiosta. Sen sijaan majoitusvuorokausien määrä ei Helsingissä poikennut oleellisesti vastaavan ajan trendin mukaisesta tasosta. Helsingin ulkopuolella kisat vaikuttivat myönteisesti sekä majoitusvuorokausien määrään että hintaan. Hotellien ja muiden majoitusyritysten henkilöstömäärää kisat nostivat jonkin verran, mutta pääasiassa yritykset hoitivat kisojen lisäkysynnän normaalilla henkilöstöllä. Hotelleissa kisat syrjäyttivät jossain määrin muita asiakasryhmiä, joita olisi todennäköisesti tullut ilman kisoja, kuten liikematkalaisia sekä kotimaisia turisteja.

Ravintola-alalla kisojen vaikutukset rajautuivat alueellisesti Helsingin keskustaan ja Olympiastadionin ympäristöön. Monet ravintolat varautuivat kisoihin mm. lisähenkilöstöä palkkaamalla sekä erityistuotteilla. Monille ravintoloille kisat toivat lisää liikevaihtoa, mutta myös negatiivisia vaikutuksia esiintyi enemmän kuin muilla toimialoilla. Yrityshaastattelujen perusteella kisoilla oli lievästi positiivinen vaikutus ravintola-alan liikevaihtoon ja selvästi positiivinen henkilöstömäärään. Sen sijaan liiketoimintakuvaajien perusteella ravintola-alan liikevaihto tai henkilöstömäärä ei poikennut merkittävästi ajankohdan trendin mukaisesta tasosta.

Henkilöliikenteessä ja sitä palvelevassa toiminnassa kisojen vaikutukset ulottuivat Helsinkiä ja pääkaupunkiseutua laajemmalle alueelle. Yrityshaastattelujen mukaan kisoilla oli selvästi positiivinen vaikutus henkilöliikenteen yritysten liiketoimintaan. Liikevaihto kasvoi selvästi ja myös henkilöstömäärä jonkin verran. Tilastopohjaisten liiketoimintakuvaajien perusteella alan liikevaihto ja henkilöstömäärä nousi vain vähän ajankohdan trendin mukaista tasoa korkeammalle, erityisesti matkanjärjestäjä- ja ohjelmopalveluty yrityksissä. Lentoliikenteen ja laivaliikenteen matkustajamäärät eivät elokuussa 2005 poikenneet oleellisesti ajankohdan trendin mukaisesta tasosta.

Erikoistuneessa vähittäiskaupassa ja muissa matkailuun läheisesti liittyvissä palveluissa kisojen vaikutukset rajautuivat Helsingin keskustaan sekä kisapaikan lähialueille. Näilläkin alueilla suurimmalle osalle yrityksistä kisoille ei haastattelujen mukaan ollut havaittavaa vaikutusta yritysten liiketoimintaan. Osalle yrityksistä kisoilla oli positiivinen vaikutus, osalle

myös negatiivinen. Kisat syrjäyttivät jossain määrin normaalia asiakaskuntaa. Lisäksi kisa-
viikon sateisuus vaikutti ylipäätään heikentävästi kaupan ja palveluiden myyntiin. Tilastol-
listen liiketoimintakuvaajien perusteella erikoistuneessa vähittäiskaupassa ja muissa palve-
luissa Helsingin seudun yritysten liikevaihto tai henkilöstömäärä ei poikennut elokuussa
oleellisesti ajankohdan trendin mukaisesta tasosta.

Välittömien liiketoimintavaikutusten lisäksi hotelli- ja majoitusalan sekä henkilöliikenteen ja
sitä palvelevan toiminnan yrityksistä (n. 100 km:n säteellä Helsingistä) suunnilleen kol-
mannes yrityksistä arvioi haastattelussa saaneensa kisojen avulla lisää näkyvyyttä ja ima-
goarvoa. Muilla toimialoilla tämäntapaiset vaikutukset jäivät vähäisiksi. Kaksi kolmesta
yrityksestä arvioi, että MM2005 lisäsi Helsingin ja pääkaupunkiseudun vetovoimaa tapah-
tumajärjestäjänä. Positiivisimman arvion esittivät hotelli- ja majoitusalan yritykset. Vain
joka kymmenennen haastatellun yrityksen edustaja oli sitä mieltä, että kisat heikensivät
alueen vetovoimaa tapahtumajärjestäjänä.

Kokonaisuudessaan yritykset arvioivat hyvin positiivisesti kisojen merkitystä Helsingin ja
pääkaupunkiseudun vetovoimalle tapahtumajärjestäjänä. Kaksi kolmesta haastatellun yri-
tyksen edustajasta toivoi aikaisempaa enemmän suurtapahtumia pääkaupunkiseudulle ja
neljännes toivoi, että niitä järjestettäisiin yhtä usein kuin tähän asti. Positiivisimmin suurta-
pahtumien järjestämiseen suhtautuivat hotelli- ja majoitusalan sekä ravintola-alan yritykset.

8 Taloudelliset kerrannaisvaikutukset

Tässä luvussa esitetään laskelma maailmanmestaruuskisojen välillisten taloudellisten vaikutusten suuruudesta. Laskelma perustuu aluetaloudelliseen panos-tuotomalliin, jonka mukaan lopputuotekysynnän muutokset ohjaavat alueiden taloudellista toimintaa. Tutkimuksessa sovelletaan mallia, jossa kansantalous jaetaan kahteen alueeseen, Uuteenmaahan¹² ja muuhun Suomeen. Näin ollen myös laskelman tulokset voidaan kohdentaa mainituille alueille. Aikaisemmissa luvuissa yritysten liikevaihtoa käytettiin pääasiassa tuotoksen kuvaajana, mutta tässä luvussa yrityksen tuotosta kuvataan arvonlisäyksellä, joka yritystasolla tarkoittaa suunnilleen liikevaihdon ja muilta tehtyjen ostojen erotusta. Kappaleessa 8.1 kuvataan ensiksi laskelman lähtöaineisto ja sen muokkaus. Panos-tuotosmenetelmän peruspiirteet ovat aiheena kappaleessa 8.2. Lopuksi kappaleessa 8.3 esitetään mallilaskelmien tulokset. Useiden metodiin ja aineistoihin liittyvien kysymysten takia tulokset on syytä nähdä lähinnä suuntaa antavina.

8.1 Laskelman aineisto

Maailmanmestaruuskisoista seuraavat taloudelliset kokonaisvaikutukset voidaan jakaa toisaalta kisojen aikaansaamiin suoriin (välittömiin) menoihin, toisaalta niihin kerrannaisvaikutuksiin, jotka näistä välittömistä menoista seuraavat. Kokonaisvaikutukset ovat näin ollen suorien vaikutusten ja kerrannaisvaikutusten summa. Kisoista seuranneita *suoria menoja* on käsitelty jo aiemmin tässä raportissa, ja ne jakautuvat seuraaviin kolmeen ryhmään:

- 1) Investointi- ja kunnostushankkeista johtuvat menot (kappale 5.2). Tähän osuuteen kuuluvat Olympiastadionin investointi- ja kunnostusohjelma, Otaniemen kisakylä sekä Helsingin ja Espoon kaupungin infrastruktuurihankkeet niiltä osin kuin näitä voitiin pitää kisojen aikaansaamina investointeina. Kerrannaisvaikutusten lähtökohdana oleva suora kysyntä on kappaleessa 5.2 esitettyjen selvitysten mukainen.
- 2) Kisaorganisaation ja yhteistyökumppaneiden toimintatalouden menot (kappale 5.3). Tämä erä sisältää palkkamenojen lisäksi mm. kuljetus-, majoitus-, markkinointi- sekä vuokramenoja, samoin kuin turvallisuuden varmistamiseen liittyviä kuluja. Lähtökohtana ovat luvut saatiin kappaleesta 5.3.
- 3) Kisavieraiden aiheuttamasta tavaroiden ja palvelujen lisäkysynnästä seuraavat vaikutukset.

Viimeksi mainitun menoerän eli kisavieraiden vaikutusten arvioinnissa lähtökohtana käytettiin Tilastokeskuksen toimialoittaisia liiketoimintakuvaajia. Liiketoimintakuvaajien kohdealueena oli Helsingin seutu. Toimialat olivat seuraavat: hotelli- ja muu majoitustoiminta, ravitsemistoiminta, maaliikenteen henkilöliikenne ja autojen vuokraus, muu henkilöliikenne,

¹² Helsingin seudun osuus Uudenmaan maakunnan tuotannon arvonlisäyksestä on noin 95 %.

matkatoimistot ja muu matkailua palveleva toiminta, virkistys- ja kulttuuripalvelut sekä erikoistunut vähittäiskauppa.

Kolmannen kysyntävaikutuksen osalta tehtävänä oli aluksi liiketoimintaindekseistä lähtien johtaa euromääräiset kysyntäarviot vieraista aiheutuille suorille talousvaikutuksille. Tämä tehtiin pääpiirtein seuraavasti. Kullakin toimialalla vähennettiin kisakuukauden Helsingin seudun liikevaihdon indeksiluvusta kausivaihtelun vaikutus sekä trendi, jotka oli jo aiemmin erikseen estimoitu. Jäljelle jäänyt jäännösvaikutus (residuaali) tulkittiin sitten MM-kisojen aiheuttamaksi kysyntävaikutukseksi. Eräillä alatoimialoilla kyseinen jäännösvaikutus oli kuitenkin negatiivinen. Tämä olisi merkinnyt, että kisavieraat saivat mainituilta osin aikaan kysynnän pienenemisen. Tätä ei kuitenkaan pidetty uskottavana, ja negatiiviset residuaalit asetettiin nolliksi. Seuraavaksi liikevaihdon indeksinä ilmaistu kysyntä muunnettiin kokonaistuotoksen euroiksi kullakin toimialalla. Apuna käytettiin Tilastokeskuksesta saatuja muuttujien tasotietoja sekä muuntokertoimia, joilla liikevaihdon ja tuotoksen suhde voitiin laskea. Lopputuloksena tästä vaiheesta olivat euromääräiset kysyntäluvut, jotka kuvasivat kisavieraista aiheutuvia suoria kysyntävaikutuksia. Nämä luvut olivat sitten kerrannaisvaikutusten laskennan lähtökohtana kisavieraisten osalta. Sovellettu menetelmä laskee siis kisakuukauden poikkeaman normaalista taloudellisesta aktiviteetista Helsingin seudulla, mainituilla matkailuun liittyvillä toimialoilla. Tämän poikkeaman oletettiin aiheutuvan MM-kisoista.

Vaikutukset laskettiin toisaalta arvonlisäyksenä (kansantuotteen muodostuminen), toisaalta henkilötyövuosina. Tuotoksena alun perin saadut tulokset muunnettiin henkilötyövuosiksi käyttämällä hyväksi Tilastokeskuksen aluutilinpidon Uttamaata koskevia suhdelukuja. Vastavilla suhdeluilla voitiin myös laskea tuotokseen sisältyvä arvonlisäys. Taloudelliset vaikutukset jaettiin edelleen Uudenmaan saamiin vaikutuksiin sekä niihin vaikutuksiin, jotka "vuotavat" muualle Suomeen. Lopuksi Uudenmaan saamat vaikutukset kohdennettiin päätoimialoille.

Käytetty panos-tuotosmalli pohjautuu Tilastokeskuksen tutkimukseen (Tilastokeskus 2000). Sen perusrakenteet ovat vuodelta 1995, joita on kerrannaisvaikutuslaskelmaa varten eräiltä osin (kuten työn tuottavuuden kehityksen osalta) päivitetty uudemmilla tiedoilla. Vuoden 1995 alueellinen panos-tuotostutkimus on kansainvälisestikin korkealaatuinen, joskin sen aineisto on jo melko iäkäs. Toimialoja tässä tutkimuksessa on kaikkiaan 77 ja alueina ovat maakunnat. Vaikka aluetalouksien rakenteet ovat varmasti muuttuneet kymmenessä vuodessa, käytetty aineisto on nykytilanteessa paras mahdollinen. Tulokset ovat riittävän luotettavia, jos ne tulkitaan vain suuntaa antaviksi, mikä on tämän tyyppisissä laskelmissa yleensäkin järkevä periaate. Mainittakoon vielä, että Tilastokeskuksessa on parhaillaan käynnissä vuotta 2002 koskeva uusi alueellinen panostuotostutkimus, jonka on määrä valmistua syksyllä 2006. Tämä hanke antaa ajantasaisemman aineistopohjan maassamme lähivuosina tehtäville alan tutkimuksille.

8.2 Alueellinen panos-tuotosmenetelmä ja panos-tuotosmalli

Panos-tuotosmenetelmä on kysyntäjohteiseen keynesiläiseen taloustieteeseen perustuva empiirinen sovellus, joka aineistollisesti voidaan nähdä kansantalouden tilinpitokehikon

laajenuksena. Menetelmän lähtökohdat ovat kokonaisten kansantalouksien tasolla, mutta jo 1950-luvulta alkaen se alkoi rantautua myös aluetutkimukseen. Sillä on siis pitkät juuret empiirisessä taloustieteessä, ja sen asema on pitkään ollut varsin vakiintunut. Aluetalouksien tutkimuksessa se on pitkään ollut eräs päämetodi, joskin viime vuosina tapahtunut aineistopohjan kohentuminen sekä menetelmien kehittyminen ovat siirtäneet sovellusten pääpainoa toisaalle. Panos-tuotosmenetelmä on hyvä lähtökohta varsinkin silloin, kun toimialoittaisia aluevaikutuksia ja alueiden riippuvuuksia halutaan tarkastella kysyntäpohjalta. Menetelmää on sovellettu mm. toimialarakenteen ja sen muutoksen kartoittamiseen, vaikutusanalyysiin, sekä laajempien mallijärjestelmien osana. Aluetutkimuksessa metodin etuina ovat riippumattomuus pitkien alueellisten aikasarjojen olemassaolosta sekä yhteys kansantalouden tilinpidon vakiintuneeseen, yleismaailmallisesti sovellettuun käsitteistöön.

Panos-tuotosmenetelmän toi Suomeen Osmo Forssell, jonka kahdenkymmenen vuoden takainen kirja antaa edelleen hyvän yleiskuvan menetelmän peruserätyksistä (Forssell 1985). Myös aluesovelluksilla on Suomessa pitkät perinteet, alkaen Martti Hirvosen varhaisesta tutkimuksesta (Hirvonen 1970). Muista laajemmista kotimaisista tutkimuksista mainittakoon Nenonen (1981), Eskelinen (1985), Saurio (1990), Susiluoto (1996), sekä uudemmissä sovelluksissa Vatanen (2001), Haukka (2002) ja Knuutila (2004). Suomessa alueellista panostuotoskehikkoa ja siihen sisältyvää informaatiota käytetään edelleen jatkuvasti, joko sellaisenaan tai laajemman mallijärjestelmän osana.

Alueelliset kerrannaisvaikutukset ovat menetelmän eräs keskeinen käsite. Perusajatus on, että lopputuotekysynnän lisäys saa aikaan välillisen taloudellisen kysyntäketjun, joka kasvattaa alkuperäistä vaikutusta. Alueellinen panos-tuotosmenetelmä ja sen perusaineisto aluepanos-tuotostaulukko ovat välineitä, joilla tällaiset vaikutukset voidaan arvioida. Kerrannaisvaikutusten muodostumista voidaan lyhyesti luonnehtia seuraavaan tapaan:

- a) *Suorat vaikutukset.* Maailmanmestaruuskisoista seuraa paikalliselle elinkeinotoiminnalle kysyntäimpulsseja. Ne jakautuvat kolmeen osaan kappaleessa 8.1 kuvatulla tavalla ja muodostavat kerrannaisvaikutusten lähtökohdan.
- b) *Välilliset tuotantovaikutukset.* Alkuvaiheen suorasta kysyntäimpulssista lähtee liikelle erilaisia taloudellisia vaikutusketjuja. Ostettuihin hyödykkeisiin sisältyy ensinnäkin erilaisia tavara- ja palvelupanosia, jotka puolestaan on valmistettava (kissavieraiden nauttimat ateriat, erilaiset kuljetukset ym.). Näin yritysten välille syntyy pitkä tavaroiden ja palvelujen koskeva hankintaketju, joka vähitellen vaimenee. Tämän ketjun kokonaissumma voidaan panos-tuotostaulukon avulla laskea.
- c) Tuotantovaikutusten lisäksi prosessissa syntyy *välillisiä kulutusvaikutuksia*. Niiden lähtökohdaksi ovat välituotehankintoja valmistavat työntekijät, jotka saavat työstään tuloja. Nämä tulot käytetään sitten erilaisten, kuluttajien tarvitsemien hyödykkeiden ostoihin. Myös tästä syntyy oma kerrannaisvaikutusketjunsä.

Läheskään kaikki syntyvät vaikutukset eivät jää omalle talousalueelle (tässä Uudellemaalle), vaan osa niistä "vuotaa" muualle kansantalouteen tai ulkomaille. Osa hankittavista hyödykkeistä on nimittäin tuotettu muualla. MM-kisoista seuraava suora vaikutus kohdistuu

käytännössä palveluoloihin, jotka ovat luonteeltaan paljolti paikallisia. Tästä huolimatta alueiden väliset vuotovaikutukset kasvavat vähitellen useiden hankinta- ja ostokierrosten myötä. Lisäksi jonkin verran tapahtuu myös nk. takaisinsyöttöä alueiden välillä: vaikutukset vuotavat välillä muualle, mutta kiertävät lopuksi takaisin lähtöalueelle. Yleisesti voidaan sanoa, että mitä pienempi tai taloudellisesti kehittymättömämpi alue on, sitä suurempi on muualle tapahtuvien vuotojen osuus kokonaisvaikutuksista.

Laskelma tehdään käyttäen alueellista panos-tuotostaulukkoa. Se sisältää yksityiskohtaisen kuvauksen tietyn vuoden tuotannosta tarkasteltavana olevilla alueilla. Taulukko soveltaa kansantalouden tilinpidon käsitteitä, ja keskeisiä siinä ovat välituotekäyttö, kulutus, investoinnit, vienti, tuonti, arvonlisäys komponentteineen (mm. palkat) sekä tuotos. Nämä kaikki esitetään toimialakohtaisesti. Kaksi aluetta käsittävä taulukko voidaan kuvata seuraavalla kaaviolla:

$A_{Um,Um}$	$A_{Um,MS}$	lopputuotekysyntä (kulutus, investoinnit, vienti kotimaahan ja ulkomaille)
$A_{MS,Um}$	$A_{MS,MS}$	
tuonti ulkomailta välilliset verot arvonlisäys yhteensä = tuotos		

Kaavio 8.1. Kahden alueen (esim. Uusimaa ja muu Suomi) panos-tuotostaulukko kaaviona

Taulukon vasemmassa yläosassa ovat kummallakin alueella (Uusimaa = Um, Muu Suomi = MS) sijaitsevien toimialojen ostot toisiltaan rahassa mitattuina (milj.€), tietyssä vuonna. Matriisin tämä osa antaa siis tietoa tarkastelualueiden välisistä välituoteriippuvuuksista. Ylhäältä alas sarakesuunnassa nähdään, mistä panoksista tietyn saraketoimialan (esim. elintarviketeollisuuden) tuotanto alueella koostuu. Liikuttaessa tiettyä riviä vasemmalta oikealle selviää taas, mihin samojen toimialojen tuotanto käytetään. Sekä rivit että sarakkeet summautuvat toimialan tuotoksen arvoon, joten taulukossa on kaksikertainen tuotannollinen kirjanpito alueittain ja toimialoittain. Tämä kirjanpito kuvaa toisaalta tuotannon koostumusta, toisaalta sen käyttöä.

Diagonaalilla ($A_{Um,Um}$, $A_{MS,MS}$), ovat kummankin alueen sisäiset välituoteriippuvuudet (saman alueen eri toimialojen välillä). Uudenmaan maakunnan yritysten ostot muusta Suomesta ovat matriisissa $A_{MS,Um}$, ja päinvastoin. Tässä sovelluksessa toimialoja on yhteensä 77, joten taulukon vasen yläosa sisältää siis $77 + 77 = 154$ riviä ja saraketta. Taulukon vasemmassa alaosassa ovat eri toimialojen käyttämät ulkomaiset hyödykkeet, maksetut välilliset verot sekä arvonlisäys (toimialan tuottama kansantuote alueella), johon sisältyvät mm. työntekijöiden palkat. Toimialan tuotoksen arvo on sitten kaikkien näiden panosten summa. Taulukon oikeassa laidassa ovat eriteltyinä lopputuotekysynnän erät, kulutus, investoinnit ja vienti. Nämä on jaettu kysyvän alueen mukaan sekä toimialoittain. Lopputuotekysyntäerät ovat kerrannaisvaikutusten tyyppinen lähtökohtaimpulssi.

Panos-tuotostaulukoista voidaan muodostaa erilaisia malleja sovelluksia varten. Tällöin oletetaan, että taulukon rakenne on tehtävässä sovelluksessa yleispiirteisesti voimassa ja tiedossa (vaikka rakenteen yksityiskohdat eivät pysykään ajan myötä ennallaan). Panos-tuotusmallit voivat sisältää yhden tai useampia alueita ja vaihtelevan määrän toimialoja. Keskeistä malleissa on kerrannaisvaikutusten huomioon ottaminen, johon yksinkertaisim-
 massa muodossaan päästään muodostamalla yllä kuvatun kaavion vasemmasta yläosasta $(A_{Um,Um} - A_{MS,MS})$ nk. käänteismatriisi. Käänteismatriisia käytetään laskelmissa sitten yh-
 dessä lopputuotekysyntää kuvaavien tietojen kanssa. Tulokseksi saadaan tieto siitä, kuinka paljon alueen eri toimialojen tuotanto kaiken kaikkiaan muuttuu, kun lopputuotteiden käy-
 tössä tapahtuu muutoksia. Saadut luvut voidaan muuttaa arvonlisäyksiksi tai työllisten mää-
 riksi erilaisten kertoimien avulla, niin kuin myös tässä tutkimuksessa on tehty.

Seuraavassa on laskentamallin matemaattinen kuvaus:

$dx(t) = (I - A(t))^{-1} dy(t)$	panos-tuotusmalli, joka ottaa huomioon suorat vaikutukset ja välilliset tuotantovaikutukset
$dx(t) = (I - A(t) - C(t))^{-1} dy(t)$	panos-tuotusmalli, joka ottaa huomioon suorat vaikutukset, sekä välilliset tuotanto- ja kulutusvaikutukset,
$dl(t) = L(t)dx(t)$	työllisyysvaikutuksen johtaminen tuotoksen muutoksesta
$dv(t) = V(t)dx(t)$	arvonlisäysvaikutuksen johtaminen tuotoksen muutoksesta, missä
$dx(t)$	MM-kisojen kokonaisvaikutus tuotokseen vuonna t ,
I	identiteettimatriisi,
$A(t)$	välituotekysynnän kertoimien matriisi,
$C(t)$	kulutuskertoimien matriisi
$dy(t)$	MM-kisoista seuraava kysynnän suora kasvu,
$dl(t)$	vaikutus työllisyyteen,
$L(t)$	työllisyyden ja tuotoksen osuuksien matriisi,
$dv(t)$	vaikutus arvonlisäykseen,
$V(t)$	arvonlisäyksen ja tuotoksen osuuksien matriisi

Tässä yhteydessä ei yksityiskohtaisemmin esitellä panos-tuotosmenetelmän perusteita eikä metodiin liittyvää matriisilaskentaa. Kappaleen alussa mainitut kotimaiset tutkimukset antavat kuitenkin perusteellisemmän kuvan metodista sekä sen sovellusalueista aiheesta kiinnostuneelle lukijalle.

8.3 Tulokset

Alueellisen panos-tuotusmallin avulla saadut tulokset on esitetty taulukoissa 8.1 ja 8.2 sekä kuviossa 8.1. Noin puolet kokonaisvaikutuksista oli peräisin kisaorganisaation ja yhteis-työkumppanien toimintataloudesta, ja kaksi viidesosaa oli seurausta investointimenoista. Sen sijaan kisavieraista lähtöisin olevat kysyntävaikutukset jäivät pieniksi ja niiden yhteen-laskettu osuus kokonaisuudesta oli vain runsaat kymmenen prosenttia. Sateiden mahdollis-ta osuutta kisavieraita koskevaan tulokseen ei käytettävissä olevilla menetelmillä pystytty erottelemaan.

Taulukko 8.1

Yleisurheilun MM-kisojen vaikutukset arvonnisäykseen Uudellamaalla, muussa Suomessa ja koko maassa, MILJ.€¹³

	Suorat vaikutukset			Kerrannaisvaikutukset			Vaikutukset yhteensä		
	Uusi- maa	muu Suomi	koko Suomi	Uusimaa	muu Suomi	koko Suomi	Uusimaa	muu Suomi	koko Suomi
Investoinnit	9,9	-	9,9	9,8	9,9	19,7	19,7	9,9	29,6
Kisaorganisaatio	17,1	-	17,1	14,8	7,4	22,2	31,9	7,4	39,3
Kisavieraat	3,3	-	3,3	3,5	2,2	5,7	6,8	2,2	9,0
Yhteensä	30,3	-	30,3	28,1	19,5	47,6	58,4	19,5	77,9

Taulukko 8.2

Yleisurheilun MM-kisojen vaikutukset työllisyyteen Uudellamaalla, muussa Suomessa ja koko maassa, henkilötyövuotta

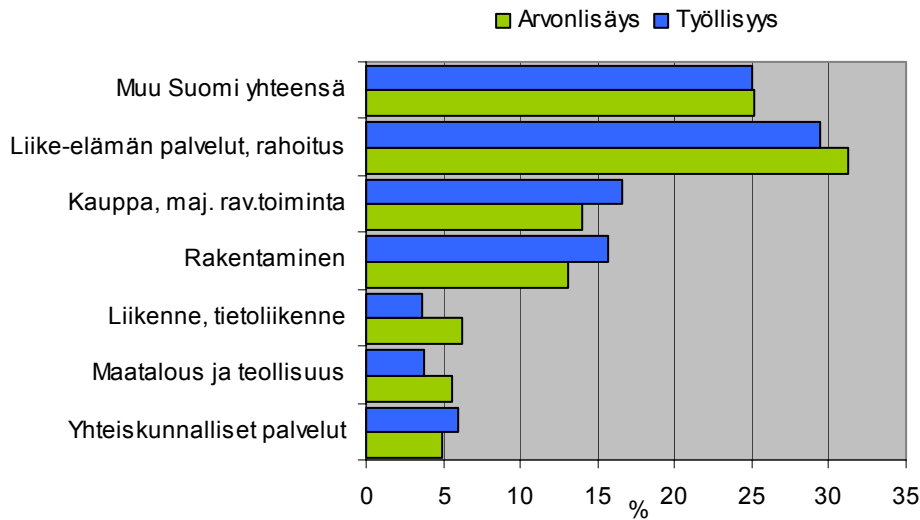
	Suorat vaikutukset			Kerrannaisvaikutukset			Vaikutukset yhteensä		
	Uusi- maa	muu Suomi	koko Suomi	Uusimaa	muu Suomi	koko Suomi	Uusimaa	muu Suomi	koko Suomi
Investoinnit	210	-	210	169	183	352	379	183	562
Kisaorganisaatio	283	-	283	263	138	401	546	138	684
Kisavieraat	105	-	105	52	41	93	157	41	198
Yhteensä	598	-	598	484	362	846	1082	362	1444

Tulokset voidaan suhteuttaa taloudellisen toiminnan paikalliseen ja valtakunnalliseen kokonaisvolyyymiin. Uudenmaan aluetalouden vastaanottamat yhteenlasketut työllisyysvaikutukset (1082 henkilötyövuotta) ovat noin puolitoista promillea Uudenmaan maakunnan vuositasen työllisyydestä, ja arvonnisäysvaikutukset (58,4 milj.€) hiukan sen alle. Vaikutusten osuus Uudenmaan talouden vuosikasvusta on neljän tai viiden prosentin suuruusluokkaa. MM-kisojen vaikutukset koko kansantalouteen (77,9 milj.€ ja 1444 henkilötyövuotta) jäävät alle yhteen promilleen Suomen kansantuotteesta ja kokonaistyöllisyydestä.

Kolme neljäsosaa kaikista vaikutuksista jäi Uudellemaalle. Muun Suomen saamat osuudet vaikutuksista samoin kuin kerrannaisvaikutusten osuudet kokonaisvaikutuksista vaihtelivat jonkin verran sen mukaan, olivatko lähtökohtana investoinnit, kisaorganisaation toiminta vai kisavieraiden aikaansaama kysynnän lisäys. Kaiken kaikkiaan arvonnisäykseen syntyvät kerrannaisvaikutukset olivat lähes 1,6-kertaiset alkuperäisiin suoriin vaikutuksiin verrattuna, ja työllisyyden kerrannaisvaikutukset vastaavasti hieman yli 1,4-kertaiset.

Panos-tuotosmallin mukaan Uudenmaan saamista työllisyys- ja arvonnisäysvaikutuksista noin 30 prosenttia päättyi liike-elämän palveluihin ja rahoitukseen. Rakentamisen sekä kaupan, majoitus- ja ravitsemistoiminnan oli viitisentoista prosenttia, ja muiden päätoimialojen osuudet jäivät pieniksi. Erityisesti teollisuustoiminnan samat kasvuimpulssit olivat vähäiset.

¹³ Taulukoiden 8.1 ja 8.2 luvuissa ovat mukana sekä yritysten keskinäiset välituoteostot että kulutuksen lisäyksestä aiheutuvat kerrannaisvaikutukset (ns. tuotanto-kulutusmalli). Kisavieraiden kysynnän osalta on oletettu, että eräillä toimialoilla elokuussa 2005 esiintyneet liiketoimintakuvaajien negatiiviset kasvupoikkeamat eivät johtuneet MM-kisoista.



Kuvio 8.1. MM-kisojen arvonlisäys- ja työllisyysvaikutusten jakautuminen Uudenmaan toimialoille sekä muuhun Suomeen, %

8.4 Yhteenveto ja johtopäätökset kerrannaisvaikutuksista

MM2005-kisat saivat aikaan taloudellisen impulssin aluetaloudelle. Lähtökohdana impulssille ovat kisojen edellyttämät investoinnit, kisaorganisaation toiminta sekä kisavieraiden rahankäyttö. Kaikkien näiden kanavien kautta aluetalouteen tullut raha kiertää pitkä ketjun, jonka kuluessa syntyy kerrannaisvaikutuksia, jotka ovat suurempia kuin alkuperäinen suora vaikutus, joka syntyy siitä, että investoijat, kisaorganisaatio ja kisavieraat ostavat tavaroita ja palveluita alueen yrityksiltä. Kerrannaisvaikutukset syntyvät kahta kautta: Välilliset tuotantovaikutukset syntyvät siitä, että yritykset ostavat muilta yrityksiltä erilaisia tavaraj- ja palvelupanoksia, joka jatkuu edelleen ketjuna seuraaville yrityksille. Välilliset kulutusvaikutukset syntyvät siitä, että vaikutusketjuun osallistuvien yritysten työntekijät saavat tuloja, joista osa suuntautuu erilaisten tavaroiden ja palveluiden ostoihin. Panos-tuotos-mallin avulla voidaan laskea näiden ketjujen kokonaissumma.

Raportin luvussa 5 on esitetty kisoihin liittyvien investointien sekä kisaorganisaation rahankäyttöä toteutuneiden kustannusten pohjalta. Nämä luvut edustavat suorien vaikutusten rahavirtoja ja vastaavat yritysten liikevaihdon lisäystä (pl. alv) siltä osin kuin kustannus on syntynyt tavaroiden tai palvelusten ostona yrityksiltä. Kuitenkin panos-tuotos-laskelmissa käytetään liikevaihdon sijasta arvonlisäyksiä. Yritystasolla arvonlisäys on likimain yrityksen liikevaihto vähennettynä ostoilla muilta yrityksiltä. Kerrannaisvaikutusten ketjuun osallistuvien yritysten arvonlisäykset ovat laskettavissa yhteen, sen sijaan liikevaihdot eivät ole, koska lähes jokaisen yrityksen liikevaihtoon sisältyy ostoja muilta yrityksiltä. Yritysten arvonlisäys on keskimäärin noin puolet liikevaihdosta.

Kisainvestointien, kisojen järjestämisen ja kisaturistien rahavirtojen aikaansaama arvonlisäys, ottaen huomioon syrjäyttämisaikutukset sekä suorat vaikutukset ja kerrannaisvaiku-

tukset, olivat koko maan tasolla noin 80 milj.€ ja Helsingin seudulla¹⁴ noin 60 milj.€. Vaikutukset työllisyyteen olivat koko maassa noin 1 500 ja Helsingin seudulla noin 1 100 henkilötyövuotta. Suorat vaikutukset syntyivät investointien tilaajien, kisaorganisaation ja kisavieraiden ostoista alueen yrityksiltä. Sekä arvonlisäyksen että työllisyyden osalta noin 40 % vaikutuksesta perustui investointeihin, noin 50 % kisojen järjestämisen vaikutuksiin ja vain noin 10 % kisavieraiden rahankäytön vaikutuksiin.

Yksittäisenä tapahtumana MM2005-kisojen vaikutus Helsingin seudun aluetalouteen oli pieni, kun se suhteutetaan aluetalouden koko volyymiin. Kisojen vaikutus arvonlisäykseen vastaa noin 0,15 % Helsingin seudun vuoden 2005 arvonlisäyksestä.

¹⁴ Tässä Helsingin seudun arviona on käytetty luvun 8 laskelmiin perustuvaa Uudenmaan maakunnan lukua.

9 Kisat pääkaupunkiseudun kaupunkien ja Suomen valtion talouden näkökulmasta

Pääkaupunkiseudun kunnat sekä Suomen valtio osallistuivat monin tavoin ja varsin suurella taloudellisella panoksella edellytysten luomiseen MM2005-kisoja varten ja kisojen varsinaiseen toteuttamiseen. IAAF:n kisojen myöntämiselle asettamiin ehtoihin kuului Suomen valtion ja Helsingin kaupungin mukanaolo kisajärjestelyissä sekä osavastuu sen taloudesta. Tässä luvussa kootaan yhteen pääkaupunkiseudun kuntien sekä valtion panostukset kisojen hyväksi sekä arvioidaan niiden kisoista verotulojen kautta saamia taloudellisia hyötyjä. Kisojen merkitystä pitemmän aikavälin näkökulmasta yritysten ja kuntien markkinoinnin tukena arvioidaan luvussa 10. Yhteenvedo- ja johtopäätösluvussa 11 vedetään tuloksia yhteen sekä arvioidaan kisojen vaikutuksia myös laajemmasta näkökulmasta.

9.1 Pääkaupunkiseudun kaupunkien ja valtion panostukset kisoihin

Julkisen sektorin eli pääkaupunkiseudun kaupunkien ja Suomen valtion taloudelliset panostukset kisoihin voidaan jakaa kolmeen osaan:

- (1) investoinnit ja kunnostushankkeet kisojen edellytysten luomiseksi,
- (2) palvelut kisoille sekä
- (3) suora tuki kisaorganisaatiolle.

Julkisen sektorin¹⁵ taloudelliset panostukset kisojen hyväksi on koottu taulukkoon 9.1. Kaupunkien kisoille tuottamien palveluiden osalta luvut ovat nettolukuja, joissa menoista on vähennetty mahdolliset kisaorganisaation maksamat korvaukset tai saadut muut tulot. Vastaavasti kuntien investointipanostukset ovat niiden aidosti kustantamia osuuksia eivätkä niihin sisälly kuntien hankkeisiin saamat valtion avustukset (rivillä "Suomen valtio"). Taulukon tiedot perustuvat luvussa 5 esitettyihin kustannustietoihin.

Julkisen sektorin rahallinen panostus kisojen hyväksi oli noin 24 milj.€ eli vain noin viidenneksen pienempi kuin kisojen tilinpäätöksen mukaiset menot 27,5 milj.€. Panostuksista 57 % tuli Suomen valtiolta ja 43 % pääkaupunkiseudun kaupungeilta, joista suurin panostus tuli Helsingiltä (33 %).

¹⁵ YLEä, Stadion-säätiötä ja ARAa ei tässä ole sisällytetty julkiseen sektoriin.

Taulukko 9.1

Julkisen sektorin taloudelliset panostukset MM2005 kisoihin (1000 €)

Julkisen sektorin toimija	Investoinnit ja kunnostushankkeet	Palvelut kisoille	Suora tuki kisaorganisaatiolle	Panostukset yhteensä	
				1000 €	%
Suomen valtio	5 340	6 770	1 750	13 860	57,2
Kaupungit yhteensä	9 390	550	450	10 390	42,8
- Helsinki	7 370	400	250	8 020	33,1
- Espoo	2 020	50	200	2 270	9,4
- Vantaa		100		100	0,4
Julkinen sektori yhteensä	14 730	7 320	2 200	24 250	100,0
	1000 €				
	%	60,7	30,2	9,1	100,0

Julkisen sektorin panostuksista 61 % kohdistui kisojen infrastruktuurin parantaneisiin investointeihin sekä kisapaikkojen ja yleisten alueiden kunnostushankkeisiin. Näistä panostuksista kaupungit rahoittivat melkein kaksi kolmannesta ja valtio vajaan kolmanneksen. Investointien ja kunnostushankkeiden tulokset jäivät palvelemaan urheilua (stadion ja urheilukentät), opiskelija-asumista (kisakylän opiskelija-asuntolat) tai pääkaupunkiseudun asukkaita (yleisten alueiden kunnostushankkeet) kisojen jälkeenkin eikä niitä muutenkaan toteutettu yksinomaan MM2005-kisoja varten. Kuitenkin investoinnit ja kunnostushankkeet olivat välttämätön edellytys kisojen toteuttamiselle ja merkittävä osa niistä perustui kisojen Helsingille myöntämisen ehtoihin sekä IAAF:n ja kisaorganisaation väliseen sopimukseen. Lisäksi kisat toimivat ratkaisevana impulssina hankkeiden toteuttamis- ja rahoituspäätöksille.

30 % julkisen sektorin panostuksista koostui erilaisista palveluista, joita valtio ja kaupungit järjestivät tai tuottivat kisoja varten. Tästä valtaosa muodostui poliisin sekä rajavartiolaitoksen lisäresursseista kisojen turvallisuuden ja järjestyksen takaamiseksi. Kaupunkien palvelut koostuivat HKL:n lisäpanostuksista kisojen joukkoliikenteen järjestämiseksi, vastikkeetta kisojen käyttöön luovutetuista tiloista sekä erilaisista ohjelma- ja markkinointipanostuksista. Espoon kaupungin panostuksissa eivät ole mukana Espoon vammaisten EM-kisoihin tuottamat ja rahoittamat palvelut.

Suora tuki kisoille muodosti vain 9 % julkisen sektorin kokonaispanostuksesta. Siitä neljä viidesosaa oli valtion tukea, josta merkittävän osan muodosti kisoja varten julkaistun juhlarahan tuotto. Lisäksi valtio myönsi kisoille 2,5 milj.€:n tappiotakauksen, jota loppujen lopuksi ei käytetty, koska kisojen tilinpäätös oli voitollinen (ei myöskään ole mukana taulukon 9.1 luvuissa). Pääkaupunkiseudun kaupunkien suora tuki kisoille oli vähäistä niiden investointi- ja kunnostuspanostuksiin verrattuna.

9.2 Kuntien ja valtion tuotot kisoista

Valtio ja kunnat saivat kisojen ansiosta lisätuottoja lähinnä verotulojen kasvun kautta. Niiden lisäystä ei voida tarkalleen laskea, mutta niistä on laadittu arvio luvun 8 arvonnäytystä

ja henkilöstömäärää koskevien laskelmien perusteella. Kisojen aikaansaama taloudellisen aktiviteetin kasvu vaikutti eniten arvonlisäveron tuottoon. Tämän lisäksi kisojen aikaansaama henkilöstömäärän ja palkkasumman lisäys yrityksissä, kisaorganisaatiossa ja muissa sidosryhmissä vaikutti valtion tuloveroa ja kunnallisveroa lisäävästi. Näiden lisäksi ainakin periaatteessa yritysten voittojen kasvu lisäsi yhteisöveron tuottoa, josta osa kanavoituu pääkaupunkiseudun kaupungeille kuntien yhteisövero-osuuden kautta.

Arvio valtion ja kuntien verotuottojen kasvusta kisojen ansioista on taulukossa 9.2. Arvio verotuotoista¹⁶ perustuu luvun 8 laskelmiin investointien, kisojen järjestämisen sekä kisavieraiden rahavirtojen aikaansaamista suorista ja kerrannaisvaikutuksista ja henkilötyövuosista koko maan ja Uudenmaan tasolla. Arvonlisäveron lisätuotto on arvioitu arvonlisäyksen perusteella ottaen huomioon sen, että osa arvonlisäyksestä on syntynyt organisaatioissa, jotka eivät ole arvonlisäveronalaisia (mm. kisaorganisaatio sekä valtio ja kunnat). Tuloveron ja kunnallisveron tuotto on arvioitu työllisyysvaikutusten perusteella käyttäen apuna tilastojen mukaisia keskimääräisiä palkansaajakorvaus- ja veroprosenttitietoja. Yhteisöverojen tuotot on arvioitu olettaen, että yritysten voitot ovat kasvaneet samassa suhteessa kuin arvonlisäys. On syytä korostaa, että laskelmat perustuvat lukuisiin yksinkertaistaviin oletuksiin, kuten myös niiden perustana olevat taloudellisten vaikutusten arviot. Tästä syystä laskelmien tuloksia on syytä pitää lähinnä suuruusluokkaa kuvaavina arvioina eikä tarkkoina lukuina.

Laskelman mukaan valtio ja kunnat saivat kisojen vaikutuksesta lisää verotuloja noin 28 milj.€. Verotuotoista arvonlisäveron lisätuoton osuus on 57 %, henkilöiden tuloverojen (valtion tulovero ja kunnallisvero) osuus 39 % ja yhteisöveron 4 %. Verotulojen lisäyksestä 75 % arvioidaan päätyneen valtiolle ja 25 % kuntasektorille, josta 15 % pääkaupunkiseudun kaupungeille. Valtion suuri osuus perustuu arvonlisäveroon, jonka tuotto menee kokonaan valtiolle.

¹⁶ Yksityiskohtaiset tiedot verotulolaskelmista ja niiden perusteista on tarvittaessa saatavissa tutkimuksen tekijöiltä.

Taulukko 9.2

Laskelma julkisen sektorin verotuottojen kasvusta MM2005-kisojen vaikutuksesta (1000 €)

Julkisen sektorin toimija	Arvonlisäveron lisätuotto	Tuloveron ja kunnallisveron lisätuotto	Yhteisöveron lisätuotto	Verojen lisätuotto yhteensä	
				1000 €	%
Suomen valtio	16 000	4 300	700	21 000	75,0
Kunnat yhteensä		6 700	300	7 000	25,0
PKS:n kaupungit yhteensä		4 100	200	4 300	15,4
- Helsinki		2 900	150	3 050	10,9
- Espoo		650	25	675	2,4
- Vantaa		550	25	575	2,1
Julkinen sektori yhteensä	1000 €	11 000	1 000	28 000	100,0
	%	57,1	39,3	100,0	

Johtopäätöksiä

Kun verotuottoja verrataan julkisen sektorin panostuksiin taulukon 9.1 mukaan, verotuottojen kokonaissumma on noin 4 milj.€ suurempi kuin rahalliset panostukset kisoihin. Valtion saama verotuottojen lisäys on suunnilleen puolitoistakertainen sen panostuksiin verrattuna. Sen sijaan pääkaupunkiseudun kaupunkien kohdalla suhde on toisinpäin eli ne panostivat yli kaksinkertaisesti saamiinsa verotulojen lisäykseen verrattuna.

Tämän perusteella voidaan arvioida, että MM2005-kisat olivat puhtaasti taloudellisten tuottojen ja kulujen perusteella Suomen valtiolle tuottoisa suurtapahtuma. Investointien, itse kisojen järjestämisen ja vähäisemmässä määrin myös kisavieraiden rahavirrat kanavoituivat yrityksille arvonlisäveron alaisen myynnin lisäyksenä, josta merkittävä osa palautui takaisin valtiolle arvonlisäverona. Myös kisojen aikaansaaman lisätyöpanoksen vaikutus valtion tuloveroon on merkittävä.

Pääkaupunkiseudun kaupunkien kannalta kisojen kautta saatava verotulojen lisäys ei tehdyn arvioiden mukaan kata läheskään kisoihin suunnattuja taloudellisia panostuksia. Se ei kuitenkaan tarkoita sitä, että kisat olisivat olleet pääkaupunkiseudun kaupunkien kannalta taloudellisesti "tappiollinen" tapahtuma. Kuten edellä on todettu, kaupunkien panostukset suuntautuivat suurimmaksi osaksi investointeihin ja kunnostushankkeisiin, joista valtaosalle oli olemassa tarve ilman kisojakin. Lisäksi niiden hyöty ei rajoittunut kisoihin, vaan niiden ansiosta parantuneet urheilukentät ja yleiset alueet tuovat pitkäaikaista hyötyä urheilulle ja kaupungin asukkaille.

Toinen oleellinen näkökulma pääkaupunkiseudun kaupunkien kannalta liittyy kisojen pitkäaikaisiin vaikutuksiin alueen kehitykseen matkailu- ja investointikohteena. Tätä näkökulmaa käsitellään enemmän seuraavassa luvussa.

Lisäksi sekä valtion että kuntien näkökulmasta kisoihin liittyy muitakin yhteiskunnallisia vaikutuksia kuin tulojen ja kustannusten avulla ilmaistavat taloudelliset vaikutukset. Tämä tarkoittaa vaikutuksia mm. urheilun harrastamiselle, kansalaistoiminnalle, maan tai alueen imagolle kansainvälisesti tai ihmisten yhteenkuuluvuudelle. Näitä näkökulmia sivutaan josain määrin luvussa 11, mutta pääosin ne ovat tämän tutkimuksen rajauksen ulkopuolella.

10 Kisat yritysten ja pääkaupunkiseudun markkinoinnin tukena

Kisat voivat toimia sekä yrityksille että kaupungeille ja alueelle myös markkinoinnin väli-
neenä sekä yleisemmän imagon tai näkyvyyden edistäjänä. Tässä luvussa esitellään
MM2005-kisojen roolia yritysten ja pääkaupunkiseudun markkinoinnin tukena. Yritysten
kannalta esitetään tuloksia sekä matkailua palvelevien yritysten että kisojen yhteistyöyritys-
ten kokemuksista kisoista niiden markkinoinnin tai näkyvyyden edistäjänä. Kisojen roolia
Helsingin, Espoon ja Vantaan kaupunkien sekä koko pääkaupunkiseudun markkinoinnin
ja näkyvyyden kannalta arvioidaan asiantuntijoiden haastattelussa esittämien näkemysten
perusteella.

10.1 Kisat markkinoinnin tukena pääkaupunkiseudun yritysten näkökulmasta

Matkailua palvelevat yritykset

Tehdyissä yrityshaastattelussa (ks. tarkemmin luku 7) yrityksistä yhteensä 22 % koki saa-
neensa lisää näkyvyyttä ja 19 % imagoarvoa MM-kisojen vaikutuksesta. Toimialoittain
tarkasteltuna hotelli- ja majoitustoiminnan yrityksistä lisää näkyvyyttä ja imagoarvoa koki
saavansa 30 % vastanneista yrityksistä. Saman toimialan yrityksistä 16 % koki saaneensa
myös lisää yhteistyökumppaneita. Kuljetustoiminnassa lisää imagoarvoa koki saaneensa
neljännes ja näkyvyyttä kolmannes vastanneista yrityksistä. Ravintolatoiminnassa lisää
näkyvyyttä koki saaneensa 12 % vastanneista yrityksistä.

Yrityksistä 27 % mielestä MM-kisat lisäsivät Helsingin ja pääkaupunkiseudun vetovoimaa
tapahtumajärjestäjänä ja matkailukohteena. 32 % mielestä vetovoima lisääntyi kisojen
ansioista melko vähän, 19 % mielestä kisoilla ei ollut vaikutusta ja 11 % mielestä kisat hei-
kensivät vetovoimaa. Toimialoittain tarkasteltuna enemmistö hotelli- ja majoitustoiminnan
sekä vähittäiskaupan yrityksistä katsoivat MM-kisojen vaikutuksesta Helsingin ja pääkau-
punkiseudun vetovoiman lisääntyneen melko paljon. Suuri osa ravintola- ja kuljetustoimin-
nan sekä muiden palveluiden tuottajista katsoivat vetovoiman lisääntyneen kisojen vaiku-
tuksesta melko vähän. 15 % ravintolatoiminnan ja muiden palveluiden yrittäjistä katsoi
kisojen heikentäneen Helsingin ja pääkaupunkiseudun vetovoimaa tapahtumajärjestäjänä
ja matkailukohteena.

Lisäksi yrityksiltä kysyttiin, minkä suuruusluokan tapahtumia (yli 100 000, 100 000 –
20 000, 20 000 – 5 000 ja alle 5000 kävijää) he toivoisivat tulevaisuudessa järjestettä-
vän pääkaupunkiseudulla. Vastausten mukaan yritykset haluaisivat enemmän kaikkien suu-
ruusluokkien tapahtumia tulevaisuudessa. Eniten kannatusta, 75 %, saivat kävijämääriltään
pienimmät tapahtumat eli alle 5000 tai 5000 – 20 000 kävijän tapahtumat.

Toimialoittain tarkasteltuna suurin osa, 90 %, hotelli- ja majoitustoiminnan yrityksistä halu-
aisi enemmän isoja, yli 100 000 tai 100 000 – 20 000 sekä pieniä, alle 5000 tapahtu-

mia. Enemmistö ravintolatoiminnan yrityksistä, 79 %, toivoi lisää isoja yli 100 000 kävijän tapahtumia. Kuljetustoiminnan yritysten enemmistö, 80 %, toivoi tulevaisuudessa lisää 5000 – 20 000 kävijän tapahtumia. Lisäksi 10 % alan yrityksistä toivoi vähemmän suuria, yli 100 000 kävijän tapahtumia. Vähittäiskaupan ja muiden palveluiden tuottajien enemmistöt, 70 % ja 65 %, toivoivat tulevaisuudessa enemmän pieniä alle 5000 kävijän tapahtumia.

Kisojen yhteistyöyritysten näkökulma

Kisojen yhteistyöyrityksistä 76 % ilmoitti hyödyntäneensä omaa kisatoimijuuttaan yrityksen markkinoinnissa. Suurin osa hyödynsi yhteistyötä yrityksen mainonnassa, kampanjoissa sekä asiakassuhteiden hoidossa. Yhteistyöyrityksistä hieman yli puolet katsoi kisojen vaikuttaneen erittäin paljon tai paljon kotimaisen näkyvyyden parantamiseen. Ulkomaista näkyvyyttä yhteistyöyritykset eivät kuvitelleet kovin paljon saavansa. Toiseksi tärkeimmäksi tekijäksi nousi yrityksen verkosto- ja yhteiskuntasuhteiden vahvistaminen ja kolmanneksi yrityksen imagon kehittäminen. Yritykset eivät juurikaan ryhtyneet yhteistyöyritykseksi siitä syystä, että ne olisivat pitäneet kisoja hyvänä yksittäisenä liiketoimintana, vaan nimenomaan näkyvyyden ja verkostosuhteiden edistämisen vuoksi.

Muita yritysten nimeämiä tuloksia yhteistyöhön liittyen olivat:

- oppiminen,
- saadaan jatkaa läheistä yhteistyötä suomalaisten eri urheiluorganisaatioiden kanssa
- näyttö hyvästä osaamisesta,
- asiakassuhteiden hoitoa toteutettiin paljon kisojen aikana, samoin henkilösuhteiden vahvistamista sekä
- projektin suuruus yrityksen referenssinä oli merkittävä.

Yritykset arvioivat kisojen järjestämisen onnistuneen hyvin. Onnistumisen keskiarvoksi yhteistyöyritykset antoivat 8,2 kouluarvosana-asteikolla 4 -10. Mukana olleista yhteistyöyrityksistä 95 % haluaisi myös tulevaisuudessa ryhtyä urheilu- tai suurtapahtumien yhteistyöyritykseksi.

10.2 Pääkaupunkiseudun näkyvyys ja markkinointi asiantuntijoiden näkökulmasta

Tähän kappaleeseen on kerätty tutkimusta varten haastateltujen asiantuntijoiden (ks. tarkemmin liite A) kommentteja kisojen vaikutuksesta yritysten ja pääkaupunkiseudun näkyvyyteen, markkinointiin ja tulevaisuuteen tapahtumajärjestäjänä.

Näkyvyys

Maailmalla tiedetään jo entuudestaan, että Suomessa osataan järjestää kisoja. Tämän vuoksi MM-kisat vaikuttivat vain positiivisesti pääkaupunkiseudun ja Suomen maineeseen tapahtumajärjestäjänä. YLE:n maine yhtiönä, joka hallitsee tämänkaltaiset laajat kokonaisuudet, vahvistui edelleen. Kaupunkinäkyvyyden edesauttamiseksi YLE antoi Suomessa olleille ulkomaisille tv-yhtiöille käyttöön erikseen MM-kisoja varten kuvattua materiaalia

Helsingistä ja muusta pääkaupunkiseudusta, jotta yhtiöillä oli mahdollisuus esitellä kisa-
paikkoja ja -ympäristöä etukäteen

Kisojen vaikutukset Helsingille näkyvät erityisesti ns. "henkisellä puolella". Helsingin kau-
punki halusi tuoda esiin "positiivisen Helsingin", jota mm. maratonreitti kuvasti hyvin. Rei-
tin varrella olevia rantoja kunnostettiin huolellisesti suunnitellen ja suurella panostuksella,
mikä koituu jatkossa kaupunkilaisten hyväksi moneksi vuodeksi. Näkyvyyttä ajateltiin saa-
vutettavan riittävästi television välityksellä.

MM-kilpailujen aikana Helsingin sisäisessä kaupunkiliikenteessä ajettiin lisäliikennettä rai-
tio-, bussi- ja metroliikenteessä. Kaupunkiliikennettä markkinoitiin vaihtoehtona oman auton
käytölle. Helsingin kaupungista luotiin hyvä vaikutelma toimivana joukkoliikenne-
kaupunkina. HKL:n asiakaspalvelussa haluttiin myös viestittää, että olemme kaikki isäntiä
ja emäntiä kisavieraille.

Lisäksi kisoilla oli merkitystä yleisurheilulle, samoin kuin yleisurheilun infrastruktuurille (ur-
heilukenttien kunnostaminen). Kaikkeaa muuta liikuntaa hyödytti lisäksi stadionin kattaminen
esim. jalkapallokisoja ajatellen.

Markkinointi

Suuri osa asiantuntijoista kritisoi markkinoinnin vähäistä hyödyntämistä MM-kisojen yhtey-
dessä. Kotimainen markkinointi näkyi pääkaupunkiseudun katukuvassa jonkin verran, mut-
ta esim. kansainvälistä Suomen tai yritysten markkinointia ei hyödynnetty tarpeeksi. Kui-
tenkin kisojen arveltiin lisänneen Helsingin ja pääkaupunkiseudun tunnettuutta. Ihmiset
assosioivat helposti siten, että tapahtumapaikka toimii myös tapahtuman järjestäjänä:
"Helsinki järjesti MM 2005 kisat". Tämän brändin markkinoimiseen tulisi tulevaisuudessa
panostaa myös kansainvälisellä tasolla.

Kritiikkiä saa myös joissain lausunnoissa sekä kisojen markkinatuotteiden toteutus että
markkinapaikkojen vuokraaminen. Tästä mainittakoon esimerkkinä Helsingin puistojen
helmeksi ajatellun kaupunginpuutarhan edustan vuokraamista Torinon kisateltalle. Tätä
kritisoitiin, koska se heikensi kaupunginpuutarhan näkyvyyttä, joka olisi parhaiten markki-
noinut Helsinkiä.

Urheilutapahtuma voi myös toimia asiakassuhteiden hoitamisen paikkana. Kutsuvierastilai-
suuksia käytettiin joissakin virastoissa omina markkinointimahdollisuuksina. Tosin Hel-
singin kaupunki kokonaisuudessaan sai haastatteluissa osakseen kritiikkiä siitä, että se
hyödynsi erittäin vähän mahdollisuutta tuoda vieraita eri sidosryhmistä, muista kunnista tai
ulkomailta.

Johtopäätöksenä voidaan todeta, että markkinoinnin osalta yhteistyötä olisi voinut tehdä
laajemmaltikin, esimerkiksi kerätä yhteen alueen matkailuun ja markkinointiin liittyviä yri-
tyksiä ja sitä kautta panostaa pääkaupunkiseudun markkinoimiseen kansainvälisille mark-
kinoille.

Tulevaisuuden tapahtumat

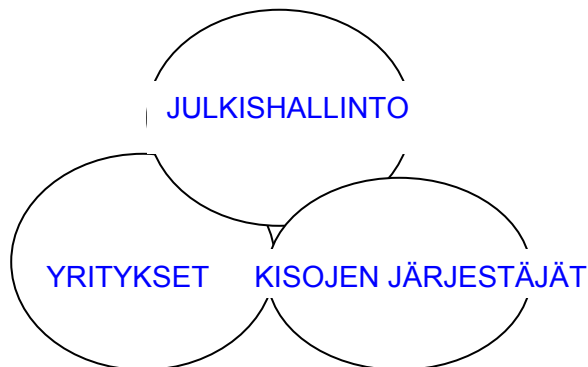
Pääkaupunkiseudulle kaikenlaiset ja kokoiset tapahtumat ovat tärkeitä. Kosketuspinta, siis liittyvätkö tapahtumat urheiluun vai kulttuuriin, ei ole tärkeää. Tapahtumien tulee kuitenkin olla myös taloudellisesti kannattavia. Taloudelliset tappiot ja doping-käryt antavat negatiivista julkisuutta. Näin ei kuitenkaan tapahtunut MM2005-kisojen yhteydessä.

Helsingin kaupungin virastot toivovat tulevaisuudessa lisää tapahtumia kaupunkiin. Vuosina 2006 – 2010 Helsingissä toivotaan järjestettävän seuraavanlaisia tapahtumia: eri urheilulajien arvokilpailuja, monipuolisia kulttuuritapahtumia, kotimaisia ja kansainvälisiä kokouksia ja seminaareja, nuorten ja erityisryhmien tapahtumia, tapahtumia eri vuoden aikoina sekä yleisesti vain yleisötapahtumia.

IAAF:n toimintaa ja sen ei-julkista taloutta kritisoitiin voimakkaasti joidenkin asiantuntijoiden toimesta. Erityisesti pidettiin kestäättömänä nykyistä MM-kisakäytäntöä, jossa IAAF kilpailuttaa eri kaupunkeja ja valtioita keskenään etsien parhaan tarjouksen tekevää kisa-järjestäjää. Kuitenkaan IAAF ei ota kantaakseen mitään kisoihin liittyvää riskiä eikä reilua osuutta kisojen järjestämisen kustannuksista. Haastattelussa suhtauduttiin epäillen siihen, että Helsingin tai pääkaupunkiseudun kaupunkien kannattaisi tulevaisuudessa hakea tämän mittakaavan kisoja yhtä huonoilla ehdoilla kuin millä IAAF myönsi vuoden 2005 kisat. Perusehdot ovat nykyisillä kisajärjestäjillä niin kovat, ettei Helsingillä tai muillakaan Länsi-Euroopan kaupungeilla ole tulevaisuudessa enää varaa järjestää tällaisia kisoja. Tulevaisuudessa tulisi lisäksi miettiä myös, mikä on peruste kaupungin ja valtion satsauksille, esim. riittääkö pelkkä näkyvyys perusteeksi.

Helsingin (ja muiden kaupunkien) tulisikin tulevaisuudessa miettiä, miksi ja mitkä kisat haluttaisiin saada ja mitä niistä voisi vastineeksi saada. Ainoa varmasti taattu kisatapahtuma Suomelle ovat tulevaisuudessa jääkiekon MM-kisat tietyin väliajoin. Helsinki voisi harkita tulevaisuudessa profiloitumista yleisurheilun MM-kisoja pienempien urheilutapahtumien, kuten naisten tai nuorten jalkapallon kisajärjestäjänä. Helsingin olympiastadion on sijaintinsa, nykyisen varustelunsa ja lähellä sijaitsevien muiden tilojen (mm. Töölön kisahalli, jäähalli, pallokentät, Eläintarhan kenttä) vuoksi erinomainen paikka järjestää sille itselleen sopivan kokoisia urheilutapahtumia. Erityinen etu kaikkiin kilpaileviin kaupunkeihin verrattuna on keskustasijainti kävelyetäisyydellä keskustasta ja hyvien joukkoliikenneyhteyksien vieressä.

Lisäksi tulevaisuudessa tapahtumien järjestämisen yhteydessä voitaisiin alkaa puhua ns. kolmiyhteistyöstä:



Kolmiyhteistyön toimintamallia tulisi kehittää ja osien integroitua keskenään. Yhteistyömallia on kehitetty aina vuoden -94 EM-kisoista lähtien pyrkien eliminoimaan mahdolliset virheet. Helsingin kaupungille tehtiin MM2005-kisojen yhteydessä oma suurtapahtumien hyödyntämismalli (tekijänä Infront Finland), jonka tarkoituksena on antaa tietyn kokoiselle tapahtumalle raamit ja konsepti: mitkä asiat tulee huomioida missäkin vaiheessa. Tehdyssä mallissa tapahtumat on luokiteltu kokonsa mukaan.

11 Yhteenvetoa, johtopäätöksiä ja keskustelualoitteita

Tässä luvussa vedetään yhteen tutkimuksen keskeiset tulokset ja niiden keskeiset johtopäätökset. Lopuksi nostetaan esiin joitakin keskustelualoitteita MM2005-kisojen kaltaisten urheilun suurtapahtumien järjestämisestä ja rahoittamisesta.

11.1 Yhteenvetoa ja johtopäätöksiä kisojen aluetaloudellisista vaikutuksista

Tutkimuksen tavoitteena on tiivistetysti sanottuna ollut saada vastauksia seuraaviin kysymyksiin:

- Minkälaisen mekanismin kautta urheilun suurtapahtumien taloudelliset vaikutukset syntyvät?
- Kuinka suurta taloudellista vaikutusta Helsingin vuoden 2005 yleisurheilun MM-kisat aiheuttivat ja miten vaikutukset kohdentuivat eri osapuolille?
- Miten MM2005-kisojen taloudellisista vaikutuksista saatavaa tietoa voidaan hyödyntää tulevien suurtapahtumien järjestämisessä ja rahoittamisessa?

Tutkimukselle asetetut odotukset liittyvät valtakunnallisen suurtapahtumastrategian valmisteluun sekä tarpeeseen kehittää mahdollisten tulevien suurtapahtumien suunnittelua ja toteutusta. Näitä tarkoituksia varten tarvitaan luotettavia faktatietoja tuoreimman Suomessa järjestetyn urheilun suurtapahtuman – MM2005-kisojen – taloudellisista vaikutuksista. Mahdollisimman realistiset taloudelliset faktat auttavat valtiota ja kuntia ottamaan kantaa siihen, minkälaisia taloudellisia ja muita panostuksia julkisen sektorin kannattaa suurtapahtumille suunnata ja mitä taloudellista tai muuta vastinetta kunnat ja valtio voivat niiltä odottaa.

Tutkimuksen tulosten hyödyntämiseksi on noussut esiin tarve saada aikaiseksi systemaattinen manuaali myös suurtapahtumien taloudellisille vaikutuksille siltä pohjalta, että tapahtumien järjestämisen tulisi perustua paitsi ekologisesti myös taloudellisesti kestävästä kehityksen periaatteisiin¹⁷. Tämä tutkimus voisi toimia ensimmäisenä askeleena suurtapahtumien taloudellisesti kestävästä suunnittelun manuaalin laatimiseksi. Esikuvana voisi olla MM2005-kisojen EKOMASS-projekti, jonka puitteissa laadittiin manuaali, jonka on tarkoitus ohjata ja opastaa seuraavien yleisurheilun MM-kisojen ja muiden vastaavien suurtapahtumien suunnittelua ekologisesti kestävästä kehityksen periaatteiden mukaisesti.

Kisojen järjestäminen ja taloudellinen tulos

Kisojen järjestäminen onnistui erittäin hyvin sekä tutkimuksen kuluessa haastateltujen sidosryhmien edustajien, muiden asiantuntijoiden sekä kisojen kotimaisten yhteistyöyritysten ja matkailua palvelevien yritysten jokseenkin yhteneväisen näkemyksen mukaan. Kisojen sa-

¹⁷ Kestävästä kehityksen periaatteisiin kuuluu mm. EU:ssa hyväksytyt ajattelutavan mukaisesti kolme ulottuvuutta: ekologinen, taloudellinen ja sosiaalinen kestävyys.

teisuus ei heikentänyt asiantuntijoiden ja yritysten mielestä kuvaa kisojen onnistuneesta järjestämisestä, mahdollisesti se jopa vahvisti sitä.

Kisojen järjestämiseen osallistuneiden tahojen (kisaorganisaatio, yhteistyöyritykset, pääkaupunkiseudun kaupungit, valtionhallinto ym.) keskinäinen yhteistyö onnistui tutkimuksessa tehtyjen haastattelujen mukaan hyvin. Yhteistyön toimivuutta edisti se, että keskeiset osapuolet ovat tehneet yhteistyötä aikaisempien tapahtumien yhteydessä ja monet avainhenkilöistä tunsivat hyvin toisensa. **Tapahtumajärjestämisen osaamis pääoma**, joka on kumuloitunut suur tapahtumien järjestämisen eri osapuolille ja niiden keskinäisiin verkostosuhteisiin, on yksi tärkeimmistä perusedellytyksistä suur tapahtumien järjestämiselle kisojen **fyysisen infrastruktuurin** rinnalla. Asiantuntijoiden arvion mukaan MM2005-kisat vahvistivat merkittävästi tämänkaltaista osaamis pääomaa, mikä luo edellytyksiä myös tulevien tapahtumien järjestämiselle. Kuvaavaa on, että kisojen jälkeen pääkaupunkiseudun kaupungeissa ja niiden hallintokunnissa tehtiin kisajärjestelyistä lukuisia raportteja, joiden keskeisenä näkökulmana on saatujen kokemusten ja parannusehdotusten kirjaaminen tulevien suur tapahtumien valmistelua varten. Tämä edustaa pitkälle vietyä tapahtumajärjestämisen osaamis pääoman systemaattista kumuloimista.

Kisojen järjestämisen onnistumiseen vaikutti oleellisesti tapahtumapaikan **sijainti ja infrastruktuuri**. Olympiastadion sijaitsee kävelyetäisyydellä keskustasta ja joukkoliikenneyhteydet sinne ovat erinomaiset. Myös henkilöautojen pysäköinti sekä liikenne pysäköintialueiden ja kisapaikan välillä pystyttiin järjestämään hyvin. Sijainnin ja liikennejärjestelyjen ansiosta kisojen liikenteelliset haitat pystyttiin pääosin eliminoimaan ja kaupungin sisäisen liikenteen päästöt saatiin rajoitetuksi kohtuullisen hyvin. Stadionin läheisyydessä sijaitsevat Eläintarhan urheilukenttä, Töölön kisa halli, jäähalli sekä kenttäalueet mahdollistivat keskeisten kisojen tarvitsemien toimintojen sijoittamisen lähemmäksi kävelyetäisyydelle.

Kisojen taloudellinen tulos oli tilinpäätöksen mukaan noin 400 000 € voitollinen. Valtion kisoille myöntämää tappiotakausta ei jouduttu ottamaan käyttöön. Tulosta voidaan pitää erittäin hyvänä, kun otetaan huomioon sekä tulo- että menopohjaan liittyvät lukuisat epävarmuustekijät, joihin kuului myös kisaviikon sääolot. Tilinpäätöksen mukaiseen tulokseen vaikuttavat monet liikkumavaraa sisältävät tekijät, kuten arvostuspohjaiset tulo- ja kuluerät, joten myös lopullinen tulos on asetettu kohdalleen tietyn liikkumavaran sisällä. Kuitenkin tärkein lopulliseen hyvään tulokseen vaikuttanut tekijä oli kisojen talouden erittäin tarkka kulukuri. Vapaaehtoistyöntekijöiden suuri työpanos mahdollisti kisojen toteuttamisen hyvin pienellä palkatulla henkilöstöllä. Tavarantoimittajien ja palvelutuottajien kilpailuttaminen ja hintojen tinkiminen piti ostojen kustannukset alhaisina. Keskeisiä toimintoja ulkoistettiin samalla säästämällä kustannuksia ja siirtämällä riskejä yrityksille. Helsingin ja Espoon kaupunkien kanssa sovittiin niiden omistamien kenttien ja tilojen saamisesta käyttöön korvauksetta sekä siitä, että kunnat maksavat muutamia poikkeuksia lukuun ottamatta yleisten alueiden kunnostamisen ja kohentamisen kustannukset.

Tiukkaan talouteen liittyi myös **kääntöpuolia**. Kisojen järjestämisen osalta kritiikki, joka tutkimuksen haastatteluissa nousi esiin lähinnä Helsingin ja Espoon kaupungin liikuntatiloista ja yleisistä alueista vastaavista hallintokunnista, liittyi rahoitusta ja kustannusten jakoa koskevaan epäselvyyteen yleisten alueiden kunnossapito- ja kohennushankkeissa. Toteuttajat joutuivat käynnistämään hankkeita ilman selvyyttä kustannusten maksajasta. Monissa

tapauksissa lopputulos oli, että hanke kustannettiin yksikön oman budjetin sisällä muiden hankkeiden kustannuksella, koska kisajärjestäjältä tai kaupungin keskushallinnolta ei tullut rahoitusta. Sovitut hankkeet kuitenkin toteutettiin käytännöllisesti katsoen poikkeuksetta.

Tiukalla budjetilla on yhteydet myös kisojen aluetaloudellisiin vaikutuksiin. MM2005:n budjetti oli reaalisesti yleisurheilun MM-kisojen historian kolmanneksi pienin Helsingin 1983 kisojen ja Sevillan 1999 kisojen jälkeen. Tämä heijastui myös aluetaloudellisiin vaikutuksiin. Suuremmalla budjetilla myös aluetaloudelliset vaikutukset olisivat olleet merkittävämmät. Jos rahaa olisi ollut enemmän, kisaorganisaatio olisi palkannut enemmän henkilökuntaa, ostanut enemmän tavaroita ja palveluita yrityksiltä kuin toteutetuissa kisoissa tapahtui. Suurempi budjetti olisi mahdollistanut myös perusteellisemmän markkinoinnin, jolloin matkailuyritysten kannalta avainasemassa olevia ulkomaisia kisaturisteja olisi ehkä tullut enemmän.

Kisojen sateisuus vaikutti sekä kisojen talouteen että aluetaloudellisiin vaikutuksiin. Kuitenkaan tässä tutkimuksessa ei ole pystytty täysin selvittämään, kuinka suuri sateisuuden vaikutus lopulta oli. Joka tapauksessa on ilmeistä, että sateisuus vaikutti sekä lipunmyyntiin että kisatapahtumiin osallistuvan yleisön määrään. Nykyisissä suur tapahtumissa, erityisesti jos tapahtumaan osallistumisen vaihtoehtona on sen katsominen televisiosta, suuri osa yleisöstä tekee päätöksen tapahtumaan osallistumisesta lyhyellä varoitusajalla. Turismens Utrednings Institutin haastatteleminen kisavieraiden mukaan noin 40 % kisavieraista oli tehnyt päätöksen MM2005-kisatapahtumaan osallistumisesta alle viikon sisällä tapahtumasta. On ilmeistä, että sateisuus karsi nimenomaan viime hetkellä osallistumispäätöksen tekeviä kisavieraita, sekä Helsingin seudulta, muualta Suomesta että naapurimaista (ainakin Ruotsista ja Virosta, joista saattoi tulla Helsinkiin lyhyellä varoitusajalla). Sateisuuden aiheuttamaksi menetykseksi lipunmyyntituloissa on arvioitu noin 1 milj.€. Aluetalouden kannalta merkittävämpää oli se, että sateisuus karsi tapahtumiin osallistuneiden kisavieraiden määrä, sillä läheskään kaikkia lunastettuja lippuja ei käytetty. Tämä vähensi myös kisavieraiden ostoksilla ja ravintoloissa käyntejä sekä erilaisten palveluiden käyttöä vaikuttaen negatiivisesti matkailua palvelevien yritysten toteutuneeseen kysyntään. Parempi sää olisi ilmeisesti lisännyt yritysten myyntiä, mutta olisi tuskin muuttanut oleellisesti kisojen aluetaloudellisten vaikutusten suuruusluokkaa.

Vaikutukset Helsingin seudun aluetalouden ja koko kansantalouden kannalta

Kisojen vaikutus Helsingin seudun yritysten liikevaihtoon, aluetalouden tuotannon arvonnäkökulmaan sekä työllisyyteen oli kokonaisuudessaan positiivinen. Kisoja varten tehtyjen investointien, varsinaisen kisojen järjestämisen sekä kisavieraiden aikaansaamat rahavirrat lisäsivät yritysten **liikevaihtoa** sekä kisaorganisaation ja sidosryhmien **oman työn arvoa**¹⁸ yhteenlaskettuna noin 120 milj.€:lla, josta investointien, kisojen järjestämisen ja kisavieraiden vaikutuksen osuus oli kunkin noin kolmannes. Tätä suorien vaikutusten bruttoarviota laskettaessa ei ole otettu huomioon erilaisia kisoihin liittyneitä syrjäyttämisaikutuksia eikä toisaalta rahavirtojen kiertämisen aikaansaamia kerrannaisvaikutuksia.

¹⁸ Tähän ei ole laskettu mukaan kisojen vapaaehtoistyön arvoa, jonka suuruudeksi on arvioitu 5 milj.€.

Syrjäyttämisaikutuksia syntyy ensinnäkin julkisen sektorin investointi- ja kunnostushankkeiden toteuttamisessa sekä palveluiden tuottamisessa kisoja varten silloin, kun hankkeita ja palveluita rahoitetaan normaalin budjetin sisällä järjestelemällä vaihtoehtoisten hankkeiden prioriteetteja. Ilman kisoja olisi toteutettu ja rahoitettu muita vastaavia hankkeita, jolloin kisat eivät välttämättä aikaansaaneet minkäänlaista nettovaikutusta aluetalouden kannalta. Toiseksi syrjäyttämisaikutuksia syntyy matkailussa. Kisat aiheuttavat sen, että muita tapahtumia, joita muuten olisi toteutettu samana aikana, siirtyy tai peruuntuu. Näin ollen osa matkailijoista, jotka muuten olisivat tulleet alueelle samaan aikaan, jäävät tulematta. Lisäksi Helsingin seudulta kotoisin olevien kisavieraiden, joita oli noin puolet kisavieraista, tavaroiden ja palveluiden ostot eivät aiheuta todellista aluetaloudellista nettovaikutusta, koska vastaava kulutus olisi syntynyt ilman kisojakin. **Kerrannaisvaikutukset** syntyivät niiden ketjujen kautta, joita syntyy, kun yritykset ostavat tavaroita ja palveluita muilta yrityksiltä sekä yritysten maksamien palkkojen kautta syntyvistä kulutusvaikutuksista. Kerrannaisvaikutukset leviävät laajasti koko maahan ja myös ulkomaille.

Kun syrjäyttämisaikutukset ja kerrannaisvaikutukset otetaan huomioon, kuva kisojen aluetaloudellisista vaikutuksista muuttuu oleellisesti. Kisainvestointien, kisojen järjestämisen ja kisaturistien rahavirtojen aikaansaama **arvonlisäys**¹⁹, ottaen huomioon syrjäyttämisaikutukset sekä suorat vaikutukset ja kerrannaisvaikutukset, olivat koko maan tasolla noin 80 milj.€ ja Helsingin seudulla²⁰ noin 60 milj.€. Vaikutukset **työllisyyteen** olivat koko maassa noin 1 500 ja Helsingin seudulla noin 1 100 henkilötyövuotta. Suorat vaikutukset syntyivät investointien tilaajien, kisaorganisaation ja kisavieraiden ostoista alueen yrityksiltä. Vaikutukset ajoittuivat pääosin vuodelle 2005, mutta erityisesti investointien osalta myös vuosille 2003 - 2004. Sekä arvonlisäyksen että työllisyyden osalta noin 40 % vaikutuksesta perustui investointeihin, noin 50 % kisojen järjestämisen vaikutuksiin ja vain noin 10 % kisavieraiden rahankäytön vaikutuksiin.

Yksittäisenä tapahtumana MM2005-kisojen vaikutus **Helsingin seudun aluetalouteen** oli pieni, kun se suhteutetaan aluetalouden koko volyymiin. Kisojen vaikutus arvonlisäykseen vastaa noin 0,15 % Helsingin seudun vuoden 2005 arvonlisäyksestä. Kun Helsingin seudun tuotanto kasvoi ennakoarvion mukaan noin 3,5 % vuonna 2005, ilman kisoja kasvu olisi ollut noin 3,3 %.

Koko valtakunnan talouteen suhteutettuna vaikutus on vuositasolla reilusti alle yhden promillen luokkaa arvonlisäyksestä eli kansantalouden näkökulmasta käytännössä vähäinen. Kokonaisuudessaan yleisurheilun MM-kisoja tai vastaavan kokoluokan tapahtumaa ei yksittäisenä tapahtumana voida pitää varteenotettavana keinona lisätä kansantalouden tai Helsingin seudun aluetalouden aktiivisuutta. Tällaista tarkoitusta varten tapahtuman pitäisi olla vähintään kertaluokkaa suuremmat.

¹⁹ Yritystasolla arvonlisäys on likimäärin liikevaihto vähennettynä ostoilla muilta.

²⁰ Tässä Helsingin seudun arviona on käytetty luvun 8 laskelmiin perustuvaa Uudenmaan maakunnan lukua.

Kuitenkin Suomen muilla suurilla kaupunkialueilla kuin Helsingin seudulla urheilun suurta-
pahtumilla on yksittäisenäkin tapahtumana suhteellisesti huomattavasti suurempi taloudelli-
nen merkitys. Esimerkiksi Turun ja Tampereen seuduilla MM2005:n aiheuttama vaikutus
olisi vastannut lähes prosentin ja Lahden tai Jyväskylän seudulla 1,5-2 %:n vaikutusta alu-
een vuositason arvonlisäykseen. Vastaavasti MM2005-kisoja pienemmillä tapahtumilla voi
olla suhteellisesti paljon suurempi merkitys alue- ja maakuntakeskuksissa, kuten hiihdon
MM-kisoilla Lahden seudulle tai Neste-rallilla Jyväskylän seudulle.

Toimialoitain katsottuna **suurin positiivinen vaikutus** MM2005-kisoilla oli **hotelliyrityksille**.
Näiden osalta vaikutus perustui suurelta osin kohonneeseen hintatasoon, erityisesti Helsingin
keskustan hotelleissa. Hotelleissa ja muissa majoitusyrityksissä positiivinen vaikutus
levisi laajalle alueelle Uudellemaalle ja muualle Etelä-Suomeen. Myös ravintolatoiminta
sekä liikennettä palvelevien toimintojen yritystoiminta vilkastui jonkin verran kisojen ansios-
ta. Varsinaisessa henkilöliikenteessä, erikoistuneessa vähittäiskaupassa ja muissa palve-
luissa kisoilla ei ollut havaittavaa positiivista vaikutusta yritysten liiketoimintaan.

Syrjäyttämisaikutuksilla oli erittäin suuri merkitys kisaturistien rahavirtoihin. Niiden netto-
vaikutus matkailua palveleville yrityksille jäi kokonaisuudessaan vaatimattomaksi. Syrjäyt-
tämisaikutukset syntyivät siitä, että muita turisteja, joita muuten olisi tullut, jäi kisojen
vuoksi tulematta pääkaupunkiseudulle. Kokonaisuudessaan matkailijoiden yöpymisiä Uu-
denmaan majoitusyrityksissä oli elokuussa 2005 vain pari prosenttia enemmän kuin ajan-
kohdan trendin mukainen määrä. Matkailun kannalta kisojen lähtökohtana oli se, että elo-
kuu on joka tapauksessa erittäin hyvä matkailukuukausi pääkaupunkiseudulla ja silloin on
myös kaikkina normaalivuosina lukuisia tapahtumia, jotka vetävät matkailijoita. Syrjäyt-
tämisaikutusta vahvisti kisaviikon sateisuus, joka osaltaan vähensi kisavieraiden määrää ja
matkailua palvelevien yritysten myyntiä.

Tämän tutkimuksen yhtenä **ansiona** voidaan pitää sitä, että kisojen aikaansaamat syrjäyt-
tämisaikutukset on pystytty realistisesti arvioimaan. Tämä perustuu siihen, että tutkimusta
varten on voitu teettää Tilastokeskuksella alueella toimivien yritysten todelliseen myyntiin ja
palkanmaksuun perustuvat kuukausitasoiset liiketoimintakuvaajat tarkkaan rajatuilta mat-
kailua palvelevilta toimialoilta. Niiden perusteella on voitu laskea elokuun toteutuneen lii-
kevaihdon, palkkasumman ja henkilöstömäärän poikkeama ajankohdan normaalitilannetta
vastaavasta trendiarvosta. Vastaavanlaista tietolähdettä ei tiettävästi ole ollut käytettävissä
muissa aihetta käsittelevissä tutkimuksissa Suomessa tai muissa maissa. Tämän johdosta on
syytä epäillä, että monissa tutkimuksissa kisaturistien aikaansaama taloudellinen nettovai-
kutukset yliarvioidaan. Esimerkiksi Göteborgin MM-kisoista tehdyssä tutkimuksessa (Stiern-
strand) kisaturismiin liittyvää syrjäyttämisaikutusta ei tiettävästi ole otettu huomioon.

Vaikutukset pääkaupunkiseudun kaupunkien ja valtion talouden kannalta

Julkisen sektorin rahallinen panostus kisojen hyväksi oli noin 24 milj.€. Panostuksista 57 %
tuli Suomen valtiolta ja 43 % pääkaupunkiseudun kaupungeilta. Julkisen sektorin panos-
tuksista 61 % kohdistui kisojen infrastruktuurin parantaneisiin investointeihin sekä kisapaik-
kojen ja yleisten alueiden kunnostushankkeisiin. Näistä kaupungit rahoittivat melkein kaksi
kolmannesta ja valtio vajaan kolmanneksen. 30 % julkisen sektorin panostuksista koostui

erilaisista palveluista, joita valtio ja kaupungit järjestivät tai tuottivat kisoja varten. Suora tuki kisoille muodosti vain 9 % julkisen sektorin kokonaispanostuksesta.

Tutkimuksen laskelman mukaan valtio ja kunnat saivat kisojen vaikutuksesta lisää verotuloja noin 28 milj.€. Verotuotoista arvonlisäveron lisätuoton osuus on 57 %, henkilöiden tuloverojen (valtion tulovero ja kunnallisvero) osuus 39 % ja yhteisöveron 4 %. Verotulojen lisäyksestä 75 % arvioidaan päätyneen valtiolle ja 25 % kuntasektorille, josta 15 % pääkaupunkiseudun kaupungeille. Valtion suuri osuus perustuu arvonlisäveroon, jonka tuotto menee kokonaan valtiolle.

Kun verotuottoja verrataan julkisen sektorin panostuksiin, verotuottojen kokonaissumma on noin 4 milj.€ suurempi kuin rahalliset panostukset kisoihin. Valtion saama verotuottojen lisäys on suunnilleen puolitoistakertainen sen panostuksiin verrattuna. Sen sijaan pääkaupunkiseudun kaupunkien kohdalla suhde on toisinpäin eli ne panostivat yli kaksinkertaisesti saamiinsa verotulojen lisäykseen verrattuna.

Tämän perusteella voidaan arvioida, että MM2005-kisat olivat puhtaasti taloudellisten tuottojen ja kulujen perusteella Suomen valtiolle tuottoisa suurtapahtuma. Investointien, itse kisojen järjestämisen ja vähäisemmässä määrin myös kisavieraiden rahavirrat kanavoituivat yrityksille arvonlisäveron alaisen myynnin lisäyksenä, josta merkittävä osa palautui takaisin valtiolle arvonlisäverona. Myös kisojen aikaansaaman lisätyöpanoksen vaikutus valtion tuloveroon on merkittävä.

Pääkaupunkiseudun kaupunkien kannalta kisojen kautta saatava verotulojen lisäys ei tehdyn arvioiden mukaan kata läheskään kisoihin suunnattuja taloudellisia panostuksia. Se ei kuitenkaan tarkoita sitä, että kisat olisivat olleet pääkaupunkiseudun kaupunkien kannalta taloudellisesti ”tappiollinen” tapahtuma. Kuten edellä on todettu, kaupunkien panostukset suuntautuivat suurimmaksi osaksi investointeihin ja kunnostushankkeisiin, joista valtaosalle oli olemassa tarve ilman kisojakin. Lisäksi niiden hyöty ei rajoittunut kisoihin, vaan niiden ansiosta parantuneet urheilukentät ja yleiset alueet tuovat pitkäaikaista hyötyä urheilulle ja asukkaille.

Vaikutukset Suomen ja pääkaupunkiseudun markkinoinnin ja matkailun kannalta

Kisat olivat myös tapahtuma, joka mahdollisti urheilun hyödyntämisen yritysten, kuntien, pääkaupunkiseudun tai Helsingin seudun markkinoinnissa ja pr-työssä.

Kisojen **yhteistyöyritykset** hyödynsivät aktiivisesti kisojen kutsuvieraskylää ja urheilutapahtumia. Yhteistyöyrityksille tehdyn haastattelututkimuksen mukaan kolme neljästä yhteistyöyrityksestä ilmoitti hyödyntäneensä omaa kisatoimijuttaan yrityksen markkinoinnissa. Yritykset pitivät tärkeänä erityisesti niiden kotimaisen näkyvyyden parantamista kisojen avulla. Ulkomaista näkyvyyttä yhteistyöyritykset eivät kuvitelleet kovin paljoa saavansa. Toiseksi tärkeimmäksi tekijäksi nousi yrityksen verkosto- ja yhteiskuntasuhteiden vahvistaminen ja kolmanneksi yrityksen imagon kehittäminen. Yritykset eivät juuri olleet ryhtyneet yhteistyöyritykseksi siitä syystä, että ne olisivat pitäneet kisoja hyvänä yksittäisenä liiketoimintana, vaan nimenomaan näkyvyyden ja verkostosuhteiden edistämisen vuoksi.

Sen sijaan kisojen hyödyntäminen **pääkaupunkiseudun kaupunkien, pääkaupunkiseudun, Helsingin seudun tai koko maan** markkinoinnissa niiden kansainvälisen näkyvyyden lisäämiseksi tai matkailun tai investointien houkuttelemiseksi alueelle oli varsin heikkoa. Kaupungit, YTV, Uudenmaan liitto tai Helsinki Region Marketing suhtautuivat tässä suhteessa passiivisesti kisoja kohtaan eivätkä hyödyntäneet esimerkiksi kutsuvieraskylää tai urheilutapahtumia systemaattisesti omassa markkinointi- tai PR-toiminnassaan. Niillä ei ollut myöskään keskinäistä yhteistyötä seudun markkinoinnissa.

Sen sijaan HKL sekä Helsingin ja Espoon kaupunkien liikunnasta ja yleisistä alueista vastaavat **hallintokunnat panostivat** omalla sarallaan positiiviseen **näkyvyyteen**. HKL näki kisat tilaisuutena tuoda Helsinkiä esiin yhtenä Euroopan johtavista joukkoliikennekaupungeista ja panosti voimakkaasti joukkoliikenteen sujuvuuteen myös tästä näkökulmasta. HKL:n oman arvion mukaan se onnistui tässä hyvin. Helsingin kaupungin liikuntavirasto ja rakennusvirasto panostivat erittäin paljon maraton- ja kävelyreittien ympäristöjen kohentamiseen, jotta näistä lajeista näytettävä televisiokuva toisi Helsingin parhaat puolet näkyviin. Myös puistojen, urheilukenttien ja muiden yleisten alueiden kohentamiseen panostettiin tuntuvasti sekä Helsingissä että Espoossa, jotta kisavieraille välittyisi myönteinen kuva pääkaupunkiseudun julkisesta kaupunkitilasta.

Pitkän aikavälin vaikutukset aluetalouteen

Edellä on todettu, että yksittäisenä tapahtumana MM2005-kisojen vaikutus Suomen kansantalouteen tai Helsingin seudun aluetalouteen oli marginaalinen. Pitemmän ajan näkökulmasta kisoilla voidaan kuitenkin arvioida olleen merkittävä potentiaalinen vaikutus matkailua palvelevien toimialojen kehitykseen.

Helsingin seudun matkailua palvelevat toimialat ovat erittäin riippuvaisia tapahtumista ja **tapahtumaperustaisesta matkailusta**. Pääkaupunkiseudulla järjestetään vuosittain kymmeniä erikokoisia kongresseja, seminaareja, urheilun ja kulttuurin tapahtumia ja muita vastaavia tilaisuuksia, jotka tuovat suuren osan Helsingin seudulle saapuvista turisteista. Ulkomaisten matkailijoiden majoitusliiketoimintasta Helsingin seudulla on yli 40 % koko maan määrästä. Matkailua palvelevat toimialat ovat myös merkittävä työllistäjä, niiden osuus on noin 10 % Helsingin seudun työpaikoista ja seudun osuus alan koko maan työpaikoista on noin 35 %.

Matkailua voidaan Helsingin seudulla pitää potentiaalisena **kasvualueena**. Yksi edellytys kasvulle on jatkuva erilaisten ja erikokoisten kiinnostavien tapahtumien virta. Sekä tutkimuksessa haastatellut asiantuntijat että kisojen yhteistyöyritysten ja matkailua palvelevien yritysten edustajat olivat jokseenkin yhdenmukaisesti sitä mieltä, että MM2005-kisat vahvistivat pääkaupunkiseudun mainetta ja houkuttelevuutta tapahtumakohteena. Sadetta ei pidetty ratkaisevana tekijänä, joka olisi heikentänyt pääkaupunkiseudun mainetta tässä suhteessa. Asiantuntijat korostivat, että pääkaupunkiseudulla ja koko Suomella on vanhaan erinomainen maine paikkana, jossa pystytään järjestämään vaativia tapahtumia. Tämä maine eliminoi syrjäisestä sijainnista ja korkeista matkakustannuksista aiheutuvaa haittaa kilpaileviin keskeisemmin sijaitseviin alueisiin verrattuna. Kisojen järjestelyjen onnistuminen oli oleellinen tekijä tämän kuvan vahvistamisessa. Lisäksi maine tapahtumajär-

jestämisen onnistumisesta leviää "sisäpiireissä" pikemmin kuin valtamedian kautta. Enemmistä yrityksistä toivoo pääkaupunkiseudulle lisää erikokoisia tapahtumia tulevaisuudessa.

Johtopäätös kisojen aluetaloudellisista vaikutuksista

MM2005-kisojen suurin taloudellinen merkitys oli sillä, että onnistuneesti järjestetyt kisat edesauttavat muiden tapahtumien saamista alueelle tulevaisuudessa. Kisajärjestelyt lisäsivät osaltaan suur tapahtumien järjestämisessä tarvittavaa osaamista ja kehittivät siihen liittyviä verkostoja. Kisat paransivat entisestään Helsingin seudun hyvää mainetta tapahtumapaikkana. Suur tapahtumat on nähtävä, paitsi yksittäisinä tapahtumina, myös mahdollisuutena ja välineenä luoda, ylläpitää ja kasvattaa tapahtumajärjestämisen osaamis-pääomaa ja koko alueen "hyvän maineen pääomaa"²¹.

11.2. Keskustelualoitteita urheilun suur tapahtumien järjestämisestä

Seuraavassa esitetään joitakin aloitteita keskustelun pohjaksi urheilun kansainvälisten suur tapahtumien järjestämisestä. Aloitteet perustuvat tämän tutkimuksen tuloksiin, tutkimuksen kuluessa käytyihin lukuisiin keskusteluihin tapahtumajärjestämisen asiantuntijoiden kanssa sekä alan tutkimuskirjallisuuteen.

Taloudellisesti kestävä suur tapahtumien järjestäminen

Urheilun suur tapahtumille voidaan hahmotella **taloudellisesti kestäviä periaatteita** vastaavasti kuin MM2005-kisojen yhteydessä on laadittu periaatteita suur tapahtumien ekologiselle kestävyydelle. Taloudellisesti kestävä tapahtumajärjestämisen periaatteina voidaan nostaa keskusteluun esiin ainakin seuraavia teemoja:

Investoinnit tapahtuman edellyttämään infrastruktuuriin

- Suur tapahtumien järjestämisessä kannattaa ensisijassa käyttää olemassa olevaa infrastruktuuria.
- Investointeja ei pidä tehdä yhtä tapahtumaa varten, vaan investointien tuloksena rakennetut tai kunnostetut tilat ja rakenteet on saatava tehokkaaseen ja taloudelliseen käyttöön tapahtuman jälkeen.
- Investointeja ei tule rahoittaa vaihtoehtoisten, yhteiskunnallisesti vähintään yhtä hyvien hankkeiden kustannuksella.
- Investoinnit on toteutettava ekologisesti kestävästi.

Suur tapahtumien rahoittaminen

- Julkisen sektorin (valtio, kunnat, maakunnat) panostukset suur tapahtumien järjestämisessä pitää ensisijassa suunnata edellytysten luomiselle tapahtumien järjestämiselle, kuten infrastruktuuriin, liikennejärjestelyihin, julkisen kaupunkitilan kohentamiseen, yleiseen turvallisuuteen jne.

²¹ "Hyvän maineen pääoma" on vastine termille "Goodwill Srock", jonka teki tunnetuksi Nobel-ekonomisti Kenneth Arrow (Nerlove ja Arrow 1962).

- Suurtaapahtuman toimeksiantajan, kuten kansainvälinen yleisurheiluliitto IAAF, on otettava vastattavakseen kohtuullinen osuus tapahtumajärjestämisen kustannuksista sekä osallistuttava taloudellisen riskin kantamiseen sitoutumalla kattamaan osa mahdollisista taloudellisista tappioista.
- Suurtaapahtuman taloudelliset riskit on oltava hallittavat ja julkisen sektorin vastuu niistä on rajattava kohtuulliseksi.

Suurtaapahtuman järjestäminen

- Suurtaapahtuman sijaintikaupungin/-kaupunkien valinnan edellytykset koskien tapahtuman infrastruktuuria, järjestelyjä, rahoitusta ja muita tekijöitä, tulee esittää avoimesti ja julkisesti.
- Suurtaapahtuman sijaintikaupungin/-kaupunkien valintakriteerit tulee esittää avoimesti ja julkisesti.
- Suurtaapahtuman järjestäminen ei saa edistää korruptiota tai rikollisuutta.

MM2005-kisojen osalta voidaan todeta, että tapahtuman edellyttämät investoinnit toteutettiin ja tapahtuman rahoitus järjestettiin edellä esitettyjen periaatteiden mukaisesti, lukuun ottamatta IAAF:n roolia kisojen rahoituksessa. Sen sijaan yleisurheilun - kuten useimpien muidenkin suurten urheilulajien - MM-kisojen osalta kisapaikan valintaprosessi oli mahdollisimman kaukana julkisuudesta ja avoimuudesta.

Kansainvälisen yleisurheiluliiton roolista kisojen rahoittamisessa ja toteuttamisessa

Kansainvälinen yleisurheiluliitto (IAAF) valitsi Helsingin kisaisännäksi halukkaiden kaupunkien välillä toteutetun kilpailutuksen tuloksena helmikuussa 2002. IAAF:n noudattamaa kilpailuttamisprosessia voidaan pitää monessa suhteessa kyseenalaisena menettelynä. Kisojen hakijat ovat pääasiassa kaupunkien, alueiden, valtioiden sekä kansallisten urheilu-järjestöjen muodostamia konsortioita. Hakijoilta vaaditaan pitkälle meneviä julkista rahoitusta koskevia sitoumuksia kisoja varten. Kuitenkin kilpailuttaja IAAF:n oma talous on liikesalaisuuden alaista. Hakijat eivät tiedä, kuinka paljon taloudellisia resursseja IAAF:llä on käytettävissä ja kuinka suurella panoksella se on valmis rahoittamaan kisoja. Tähän mennessä järjestetyistä kuudesta yleisurheilun MM-kisasta viisi on järjestetty EU-maiden kaupungeissa. On vaikea ymmärtää, miksi EU-maat hyväksyvät sen, että taloutensa salaiseksi julistanut organisaatio kilpailuttaa niitä epämääräisin ehdoin.

Kisakaupungin valintaperusteita sekä kisojen järjestämistä ja rahoittamista koskevat kysymykset tulevat entistäkin ajankohtaisemmiksi, kun hakijoiksi väistämättä tulee enemmän mm. Itä-Euroopan, kehittyvien maiden ja kehitysmaiden kaupungeja. Miten (ja minkä kustannuksella) kisojen järjestämisen edellyttämät investoinnit niissä rahoitetaan? Miten (ja minkä kustannuksella) mahdolliset tappiot katetaan? Mikä vaikutus kisoilla on mm. korruptioon ja rikollisuuteen? Voidaanko IAAF:n käyttämällä menettelytavoilla ylipäätään järjestää MM-kisoja taloudellisesti kestävältä pohjalta?

Tässä tutkimuksessa on arvioitu, että MM2005-kisat tuottivat IAAF:lle suuruusluokkaraviona noin 20 milj.€ pääyhteistyökumppaneilta saatuna sponsorituloina sekä yleisurheilun kansainvälisistä televisiointioikeuksista saatavina tuloina. Vertailun vuoksi kisojen jär-

jestämiskustannukset olivat noin 27,5 milj.€. Kuitenkaan IAAF ei antanut suoraa rahoitusta kisojen järjestämiseen, mutta tarjosi tiettyjä panostuksia, joiden rahalliseksi arvoksi kisaorganisaatio on arvioinut 1,2 milj.€. Kisaorganisaatio maksoi pääosan mm. urheilijoiden ja akkreditoitujen vieraiden (ml. IAAF:n edustajat ja vieraat) kustannuksista. Kisojen taloudelliset riskit olivat täysimääräisesti kisaorganisaation sekä Suomen valtion kannettavana.

IAAF:n politiikka yleisurheilun MM-kisojen rahoittamisessa muuttui oleellisesti Göteborgin MM-kisojen 1995 jälkeen. Siihen asti IAAF osallistui merkittäväällä taloudellisella panostuksella MM-kisojen järjestelyihin. FST:n televisio-ohjelmassa (FST:n tv-dokumentti "Vem vann VM?", 30.8.2006) haastatellun IAAF:n edustajan mukaan perusteluna oli se, että MM-kisat ovat niiden järjestäjäkaupungille ja -alueelle niin tuottoisa tapahtuma, että IAAF:n merkittävälle rahalliselle panostukselle ei ole perusteita, vaan nimenomaan kaupunkien ja alueiden tulisi lisätä rahoitusta kisoille. Tämän tutkimuksen tulosten perusteella edellä referoitu näkemys voidaan kyseenalaistaa. Kun kisojen syrjäyttämisaikutukset otetaan huomioon, MM2005-kisat yksittäisenä tapahtumana eivät olleet taloudellinen menestys Helsingin seudun matkailua palveleville yrityksille eivätkä pääkaupunkiseudun kaupungeille, joskaan ei tappiollinenkaan. Valtio sen sijaan hyötyi kisoista taloudellisesti. On syytä otaksua, että todellisuudessa lopputulos on ollut samansuuntainen myös useimmissa aikaisemmissa MM-kisoissa.

On perusteltua nostaa keskusteluun IAAF:n rooli yleisurheilun MM-kisojen rahoittajana. Sen tulisi ottaa uudelleen vastattavakseen kohtuullinen osuus tapahtumajärjestämisen kustannuksista. IAAF:n tulisi kisojen toimeksiantajana osallistua myös taloudellisen riskin kantamiseen sitoutumalla kattamaan merkittävä osa mahdollisista taloudellisista tappioista.

Lähdeluettelo

Kirjallisuus

Baade, R. A. & Matheson, V. (2004) *The Quest for the Cup: Assessing the Economic Impact of the World Cup*.

Baade, R. A. & Matheson, V. (2003) *Bidding for the Olympics: Fool's Gold?*

Baade, R. A. & Matheson, V. (2000) *An Assessment of the Economic Impact of the American Football Championship, the Super Bowl, on Host Communities*.

Barton, L. (2004) *The economic impact of the Olympic Games*. PricewaterhouseCoopers' European Economic Outlook June 2004, p.18-27.

Brunet, F. (1995) *An Economic Analysis of the Barcelona '92 Olympic Games: Resources, Financing and Impact*. Centre d'Estudis Olímpics i de l'Esport (UAB), Barcelona.

Cambridge Econometrics (2003) *The Value of the Sports Economy in the Regions. The Case of the East of England. Final Report*.

Cantell, T. (1999) *Helsinki suurtahtumien näyttämönä*. Helsinki: Helsingin kaupungin tietokeskus, tutkimuskatsauksia 1999: 1.

Cantell, T. & Schulman, H. (2001) *Mikä oli kulttuurivuosi? Kirjoituksia Euroopan kulttuurikaupunkivuodesta Helsingissä*. Helsingin kaupungin tietokeskus.

Cantell, T. & Virkola, Y. (2003) *Helsingin Messukeskuksen taloudelliset vaikutukset pääkaupunkisedulla*. Helsingin kaupungin tietokeskus 2003/4.

Cardiff Research Centre (2002) *Cardiff Major Events City Centre Displacement*.

Eskelinen, H. (1985) *Sijainti ja tuotantorakenne riippuvuuksineen: tutkimus aluetaloudellisesta integraatiosta*. Joensuun yliopisto 1985, Joensuu.

Forssell, O. (1985) *Panos-tuotosmallit*. Elinkeinoelämän tutkimuslaitos, sarja B:46, Helsinki.

Haukka, J. (2002) *Yritystukien taloudelliset vaikutukset – panos-tuotosanalyysi Keski-Suomen maakunnasta*. Kauppa- ja teollisuusministeriön tutkimuksia ja raportteja 7/2002, Helsinki.

Hirvonen, M. (1970): *Alueellinen panos-tuotosanalyysi Tampereen talouselämästä*. Tampereen yliopiston kansantaloustieteen laitoksen moniste no. 14.

Hultkrantz, L. (1999) The World Championship in Athletics Göteborg 1995. Teoksessa Andersson, T.D, Persson, C, Sahlberg, B. ja Ström, L-I. (toim.) The Impact of Mega Event. ETOUR Vetenskapliga Bokserien V1999:3.

Ioannides, Y. M. (2002) An Economists' Thoughts on the Economic Impact of Athens 2004. Athens 2004 Symposium.

Jeanrenaud, C. (1999) The Economic Impact of Sport Events. Centre International D'Etude Du Sport. Universite De Neuchatel.

Kasimati, E. (2003) Economic Aspects and the Summer Olympics: a Review of Related Research. International Journal of Tourism Research 5/2003, s.433-444.

Knuutila, M. (2004) Elintarvikesektorin työllisyysvaikutukset – panos-tuotosanalyysi maakunnittain. Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskus, raportti 56, Helsinki.

Leisure Industries Research Centre (2001?) The 2001 IAAF World Half Marathon Championships and BUPA Bristol Half Marathon. An evaluation of the economic impact, place marketing effects and peoples' perceptions of Bristol. Sheffield Hallam University.

Matheson, V. A. (2004a) Economic Multipliers and Mega-Event Analysis. College of the Holy Cross, Dep. of Economics. Faculty Research Series, Working paper no.04-02.

Matheson, V. A. (2004b) Is Smaller Better? A Comment on "Comparative Economic Impact Analyses" by Michael Mondello and Patrick Rische. College of the Holy Cross, Dep. of Economics. Faculty Research Series, Working paper no.04-07.

Matheson, V. A. (2002) Upon Futher Review: An Examination of Sporting Event Economic Impact Studies. United States Sports Academy, The Sport Journal vol. 5/2002 no. 1.

Nenonen, T. (1981) Aluetalouden tuotantorakenteen kehittäminen. Tuotantopoliittisen simulointimallin rakentaminen ja sen soveltaminen läänitasolla. Oulun yliopisto, Pohjois-Suomen tutkimuslaitos A:1, Oulu.

Nerlove, M. & Arrow, K. (1962) Optimal Advertising Policy Under Dynamic Conditions. *Economica*, vol. 29/1962 no. 114, s. 129-142.

PriceWaterhouse Coopers (2001?) Business and economic benefits of the Sydney 2000 Olympics: a collation of evidence. Department of State and Regional Development, New South Wales.

Salo, H., Niskanen, I., Oittinen, A., Puronaho, K., Laihia, K., Meriläinen, J. J. & Suomi, K. (1996) Jyväskylän Suurajot. Ympäristövaikutusten arviointi. Ympäristötutkimuskeskuksen tiedonantoja n:o 149. Jyväskylän yliopisto, Jyväskylä.

Saurio, S. (1990) Two-Region Input-Output Study for Core-Ring Relationships in Turku City Region. Turun yliopiston julkaisu B 190.

Spilling, O. R. (1999) Long-term impacts of mega-events: The case of Lillehammer 1994. Teoksessa Jeanrenaud, Claude (toim.) The economic impact of Sport events. CIES, Université de Neuchâtel, Neuchâtel.

Susiluoto, I. (1996) Helsingin seutu ja muu Suomi. Panos-tuotostutkimus alueellisesta talouskasvusta. Oulun yliopiston taloustieteen osaston tutkimuksia no. 37.

SQW & System Three (2000) Rugby World Cup 1999: Economic Impact Evaluation. Summary Report.

State Chamber of Commerce (2000) Spotlight on Sydney. Olympic Surveys 2000.

Tilastokeskus (2000) Alueellinen panos-tuotostutkimus 1995. Kansantalouden tilinpito 2000:19.

UK Sport (2005) Measuring Success 2 – The Economic Impact of Major Sports Events.

UK Sport (2005) World Athletics' £3.7M economic impact.

Vatanen, E. (2001) Puunkorjuun ja puunkuljetuksen paikallistaloudelliset vaikutukset Juvan, Keuruun ja Pielisen Karjalan seutukunnissa. Metsäntutkimuslaitoksen tiedonantoja 825, Joensuu.

Viskari, J. (2005) TKY:n kisakyläprojekti 2002-2005. Kisakylän suunnittelu, rakentaminen ja purkaminen. Loppuraportti.

Muut lähteet

The economic impact of hosting UEFA EURO 2008 for the Nordic Countries. ANP 2002:718.

Espoon Matkailu Oy / Espoon kaupunki. Yleisurheilun MM kilpailut 6.-14.8.2005. Loppuraportti.

FST:n tv-dokumentti "Vem vann VM?", 30.8.2006.

Helsingin kaupunki. (2006) Helsingin kaupungin MM 2005 koordinaatiotyöryhmän ja yleisurheilun MM 2005 kisaorganisaation välinen yhteistyö. Loppuraportti luonnos.

Helsingin kaupunki / Rakennusvirasto. Virastokohtainen raportti MM 2005-projektista.

Helsingin kauppakamari. Yrittäjäkysely. 2005.

Helsingin MM kisat 2005 loppuraportin luonnos.

Infront Finland Oy. Helsingin kaupungin suurtahtumien hyödyntämishjelma. Case:
Yleisurheilun MM 2005. Esitys 19.11.2003

Kuusisto, Arto. Helsingin MM kisat 2005 tuloslaskelma.

Käännös IAAF:n Public Institution-sopimuksesta.

Martiskainen, Seppo. Helsingin MM kisat 1982 talouslaskelma.

Stiernstrand, Ossian. Kalvosetti. Turismens Utrednings Institut.

Tilastokeskus. Suomen tilastollinen vuosikirja 2005. Tulo- ja verotilastot.

Tilastokeskus. Taloudelliset olot. Matkailun satelliittipitohankkeen loppuraportti.
18.10.2004.

Turismens Utrednings Institut. Friidrotts-VM i Helsingfors 2005. Kalvosetti.

Valtioneuvoston kanslia. Yleisurheilun 2005 MM kisoja valmisteleva työryhmä. MM 2005-
työryhmän muisto. Valtioneuvoston kanslian raportteja 2002/4.

Vantaan kaupunki. Vantaa mukana yleisurheilun MM 2005 kisoissa. Loppuraportti.

Ylkänen, Tom. Rajahaastatteluaineisto ajalta 6.-28.8.2005.

www.business.nsw.gov.au/facts.asp?cid=309 30.5.2005

www.olympic-museum.de/ Olympialaisten loppuraportit.

Liite A. Tiedonkeruu

Arviointia varten haastateltiin seuraavia henkilöitä:

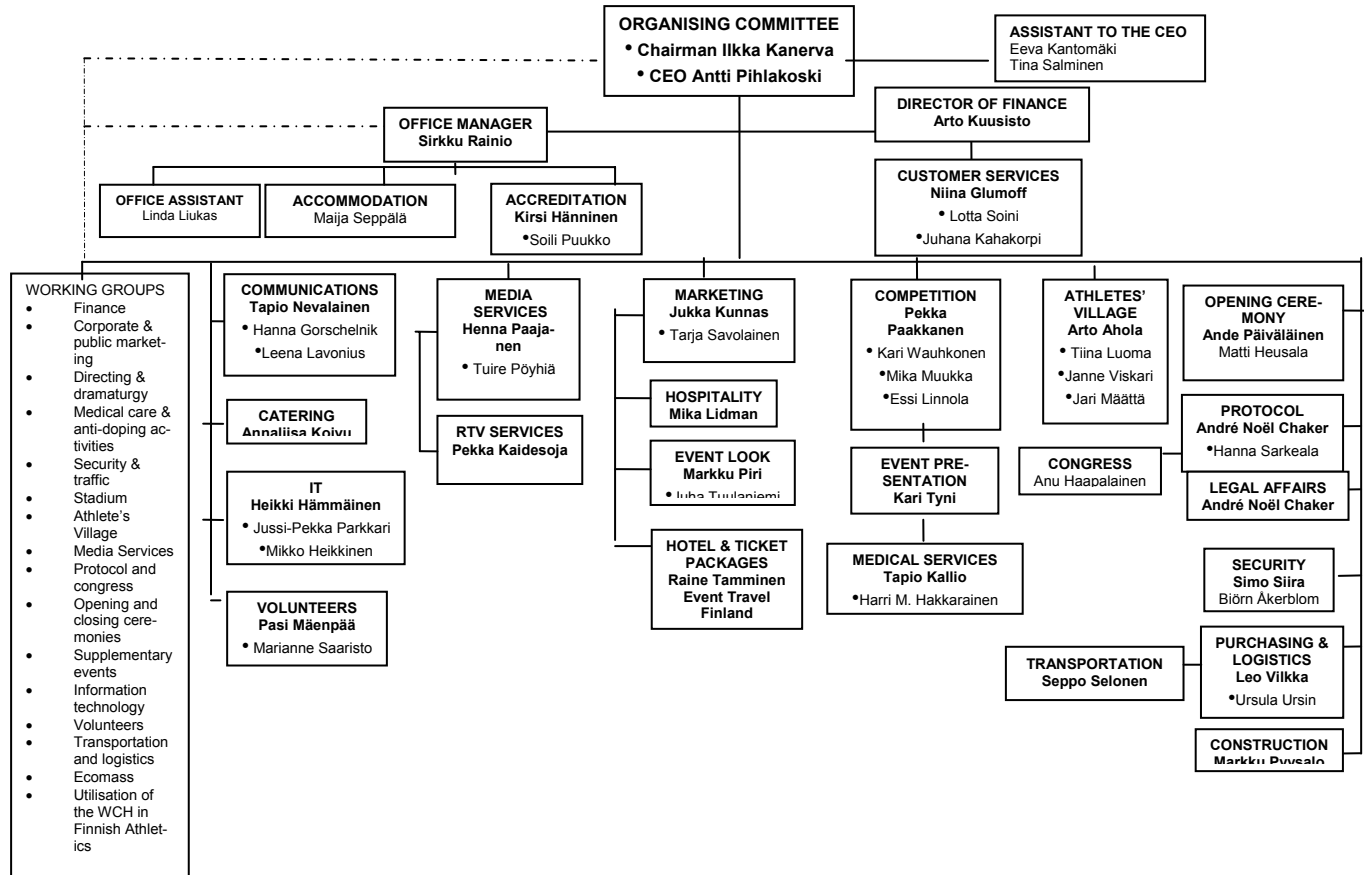
Esko Eklund	toimitusjohtaja, Stadion-säätiö
Pekka Hurme	markkinointipäällikkö, Stadion-säätiö
Birgitta Kervinen	tiedotuspäällikkö, Vantaan kaupunki
Erkki Koski	talousjohtaja, TKY
Arto Kuusisto	talousjohtaja, SUL
Tuula Lindberg	toimitusjohtaja, Finland Convention Bureau
Saila Machere	toimistopäällikkö, Infront Finland
Arto Muukkonen	asiakasvastaava, Tiehallinto, Uudenmaan tiepiiri
Pasi Mäenpää	kehitysjohtaja, Nuori Suomi
Matti Nurminen	talousjohtaja, Suomen jääkiekkoliitto
Rauno Pekonen	rakennusmestari, liikuntavirasto/tekninen yksikkö, Helsingin kaupunki
Antti Pihlakoski	puheenjohtaja, SUL
Pentti Pitkänen	toimitusjohtaja, Helsinki Region Marketing
Anssi Rauramo	liikuntajohtaja, Helsingin kaupunki
Antti Salaterä	suunnittelupäällikkö, liikuntavirasto/tekninen yksikkö, Helsingin kaupunki
Hannu Tolonen	ylitarkastaja, OPM
Mikko Vanni	toimitusjohtaja, Infront Finland

Arviointia varten saatiin sähköpostitse tietoja seuraavilta henkilöiltä:

Nina Glumoff	asiakaspalvelupäällikkö, Kisaorganisaatio
Päivi Kaasinen	viestintäpäällikkö, Rajavartiolaitos
Tanja Kymäläinen	ohjelmajohtajan assistentti, YLE
Heikki Laukala	kiinteistöpalvelukeskuksen johtaja, Espoon kaupunki
Juha Liukku	apulaispoliisipäällikkö, Helsingin poliisilaitos
Ari Michelsson	työpäällikkö, Espoon kaupunki
Timo Mäkinen	tekninen yksikkö, Espoon kaupunki
Jarmo Riikonen	johtava tariffisuunnittelija, HKL
Lea Rintala	kaupunkikulttuuriyksikkö, Espoon kaupunki
Raimo Saarinen	osastopäällikkö, rakennusvirasto/katu- ja puisto-osasto, Helsingin kaupunki
Timo Saarinen	viestintäpäällikkö, Ratahallintokeskus
Heikki Seppälä	ohjelmapäällikkö, YLE
Pasi Severinkangas	rakennuttajainsinööri, Espoon kaupunki
Lotta Soini	yhteyspäällikkö, SUL
Satu Tyry-Salo	viestintäjohtaja, Espoon kaupunki

Liite B. Helsinki 2005 kisaorganisaatio

Helsinki 2005 LOC Office



Liite C. Yrityshaastattelut

Yrityksiä haastateltiin²² yhteensä 300 kappaletta viideltä eri toimialalta: hotelli- ja majoitus-, ravintola- sekä kuljetustoiminta, vähittäiskauppa sekä muut palvelut. Haastattelut suoritettiin puhelimitse viikoilla 44–46, jolloin yrityksillä katsottiin olevan käytettävissään elokuun liikevaihtotiedot. Haastateltavat yritykset poimittiin satunnaisotantana siten, että valikoivina tekijöinä toimivat yrityksen toimiala (ks. edellä), koko sekä maantieteellinen sijainti. Yritysten kokoluokat jakoutuivat kolmeen: suuret, keskisuuret ja pienet yritykset. Maantieteellinen sijainti huomioitiin eri toimialoilla seuraavasti: hotelli- ja majoitustoiminnassa sekä kuljetustoiminnassa haastattelut rajattiin alueen Lohja- Hämeenlinna – Riihimäki – Lahti – Porvoo akselin sisäpuolelle; ravintolatoiminnassa, vähittäiskaupassa ja muissa palveluissa keskityttiin Helsingin keskustan ja kisapaikan (Töölö) sekä Espoon Tapiolan alueisiin. Edellä mainittujen haastattelujen lisäksi xx Kimmo Haapasalo täydensi yritys-haastatteluja kolmella henkilökohtaisella haastattelulla ja kahdella puhelinhaastattelulla.

Toimialojen alueanalyysissä jaottelu tehtiin postinumeroiden perusteella seuraavasti:

- 00100, 00250 ja 00260 käsittävät Helsingin ydinkeskustan ja Töölön
- 00120–00190, 00240, 00270–00300, 00500–00530, 00550–00560, 00580 ja 00600–00610 Helsingin kantakaupungin
- 02100–02130 Espoon Tapiolan ja 02150 Espoon Otaniemen
- muut postinumerot edustavat pääkaupunkiseudun ulkopuolisia alueita

²² Puhelinhaastattelujen tekijänä Tietoykkönen Jyväskylästä.

Liite D. MM2005-kisojen hyödyt ja haitat yrittäjien näkökulmasta

Perustuu matkailua palvelevien yritysten haastatteluiden avoimiin vastauksiin
Taustamuuttujana toimiala²³ (numero vastauksen perässä)

Hyödyt:

1. Enemmän asiakkaita tai ihmisiä liikkeellä

- Tapahtumat lisäävät majoituskäyttöä. 1
- Majoitettiin ulkomaisia ryhmiä jotka eivät mahtuneet Helsinkiin ja sehän voi jatkossa lisätä hotellin käyttöä kun ollaan lähellä Helsinkiä ja kauniilla paikalla. 1
- Elokuu muutenkin yleensä ihan täynnä mutta kisat muutti sen verran että oli pidempiaikaisia asiakkaita jotka viipyivät useamman päivän. 1
- Ihmisiä liikkui enemmän. 2
- Kuljetusmäärä lisääntyi jonkin verran. 3
- Enemmän asiakkaita. 4
- Turisteja liikkui enemmän. 4
- Katukuvassa liikkui enemmän ihmisiä. 4
- Kävijämäärä lisääntyi. 5

2. Kisavieraita asiakkaina

- Kisaturisteilta saatiin parempi hinta palveluista kuin muilta turisteilta olisi saatu. 1
- Kisavieraita kävi yrityksessä jonkin verran. 4
- Asiakkaita tuli ympäri Suomea ulkolaisten lisäksi, myöskin urheilijoita kävi asiakkaana. 4
- Kansainvälisempiä asiakkaita. 5

3. Paransi yrityksen tulosta

- Näkyy vuoden tuloksesta viivan alla. 2
- Rahallista hyötyä. 3

4. Suomen ja/tai Helsingin näkyvyys lisääntyi

- Kisat vaikuttivat melko paljon Helsingin imagoon, järjestelyt sujuivat hyvin, ainoastaan huono sää sotki imagoa. 2
- Helsingin näkyvyys paranee, ihmisiä enemmän ja yrityksen tulos paranee. 3
- Suomi tuli tutuksi maailmalla. 5
- Saatiin Helsinki kartalle. 5

5. Yrityksen tunnettavuus lisääntyi

- Oikeat kohderyhmät kiinnittivät huomion yrityksen toimintaan ja tarjontaan Helsingissä. 1
- Pr-asiat olivat plussia. 2
- Saatiin näkyvyyttä ja huomattiin että pystytään asiat hoitamaan. 3
- Näkyvyyttä lisää. 4
- Tunnettavuus lisääntyi. 5

²³ Toimialat: 1= Hotelli- ja majoitustoiminta, 2= Ravintolatoiminta, 3= Kuljetustoiminta, 4= Vähittäiskauppa ja 5= Muut palvelut

6. Kokemusta ja valmiuksia

- Kisat lisäsivät yleistä osaamista. 2
- Saatiin näkyvyyttä ja huomattiin että pystytään asiat hoitamaan. 3
- Kokemusta valmiudesta toimia suurissa tapahtumissa, yrityksen konsepteja jouduttiin miettimään uudelleen. 3

7. Muut

- Odotusarvot kasvoi ja se oli innostavaa. 1
- Toi kaupunkiin paljon uusia vieraita ja euroja, pitkällä jännteellä joku aina palaa Helsinkiin 1
- Markkinointiapu. 2
- Urheilukisoissa firmojen puolelta lisää kysyntää. 2
- Ympäristönäkökulmat olivat hyviä, kun ne otettiin huomioon (kierrätys yms. seikat myös ravintolassa). 2
- Filmi- ja kameravalmistajilla erilaisia mainosmateriaaleja, kisafilmiä ym. 4
- Hauskana yksityiskohtana oli sateenvarjojen ja kertakäyttösateensuojien myyntipiikki. Kaikki meni, vaikka se oli niitä ainoita asioita, johon olimme panostaneet (taloudellisesti ei kuitenkaan merkittävää). Lisäksi on hyvä muistaa, että satsasimme kotimaisiin ihmisiin. Ulkomaisten turistien osuus on vähäistä. Lyhyesti: Meillä oli pienet riskit ja vähän kisasuotteita, mutta uskoakseni juuri oikea mittasuhte tähän tapahtumaan. 4
- Verkottuminen eri yritysten keskuudessa. 5

Haitat:

1. Odotukset eivät toteutuneet

- Odotukset olivat suuret. 1
- Odotettiin vähän enemmän tapahtumalta. 2
- Pettymys, toiveet paljon suuremmat, enemmän työtä ja päivystystä. 3
- Ansiot jäi oletettuja arvoja pienemmiksi. 3
- Todellinen pettymys ei niin suuria vaikutuksia mitä odotettiin. 5
- Ulkomaisten kanssa töitä tehdessä sai selitellä koko ajan, kokonaisuudessaan ne odotukset, vouhotus ja mitä tehdään sekä laitetaan rahaa, luullaan että osataan asiat ja kuitenkin lopputulos oli mitä oli. 5

2. Liikenneongelmat

- Liikenneongelmia. 2
- Katuja suljettiin ilman eri ilmoitusta, ravintolaan ei päässyt yhden aamupäivän aikana ollemaan urheilijoiden verryttelyn vuoksi. 2
- Liikenneuhkia (yhteensä 18 mainintaa). 3
- Liikenneuhkat kun teitä oli suljettu esim. maratonin aikana. 3
- Liikenne ruuhkautui poikkeusjärjestelyjen takia. 3
- Liikenneuhkat kun teitä pannaan poikki kisojen ajaksi. 3
- Liikenne puuroutui ja normaali elämä kärsi kun sai seistä liikenneruuhkissa. 3
- Liikenneongelmat. 3
- Liikenne haitat. 3
- Liikennehaitta. 3
- Liikenneuhkat ja ajokiellot, ei voitu näyttää turisteille joka puolelta kaupunkia esim. Paavo Nurmen patsas ja Stadion jäi näyttämättä. 3

- Liikennejärjestelyt aiheuttivat häiriötä, katuosuuksia oli suljettu, piti ajaa kiertoreittejä, se hidasti meidän toimintaa. 3
- Liikennejärjestelyt aiheuttivat häiriötä, katuosuuksia oli suljettu piti ajaa kiertoreittejä se hidasti meidän toimintaa. 3
- Liikennejärjestelyt, parkkipaikkojen vähäisyys, alueelta suljettiin parkkipaikkoja, koko Töölö oli perjantaina ja lauantaina ihan motissa ja muinakin päivinä liikennöinti oli hankalaa. 4
- Liikennejärjestelyt huonot, tilauslinja-autot joutuivat jättämään asiakkaat Mannerheimintielle vesisateeseen, selitä se ulkolaisille asiakkaille, nykypäivänä pitäisi olla tilanteeseen sopivaa joustavuutta. 3
- Liikenne oli sekaisin ja vaikeutti työntekoa huomattavasti, ilmoitukset vaihtoehtoreiteistä ei toiminut ollenkaan. 3
- Liikenne meni sekaisin, aikataulut eivät pitäneet ruuhkan vuoksi, reitit jouduttiin uusimaan. 3
- Reittejä oli suljettu. 3
- Vähemmän töitä kun normaalisti ja vaikeampi liikkua paikasta toiseen. 3
- Rajoitti normaali-ihmisten liikkumista. 3
- Liikenne puuroutui ja normaali elämä kärsi kun sai seistä liikenne-ruuhkissa. 3
- Kaikissa isommissa tapahtumissa taxien paikalle pääsy ja sieltä poistuminen mahdollisimman joustavaksi. 3
- Joukkoliikenne pitää ottaa siinä vaiheessa huomioon kun maratoneja ja kävelykisoja järjestetään 3
- Pysäköinti ongelmia. 4
- Liikenne aiheutti hankaluuksia. 5
- Liikennejärjestelyt tiet poikki ei pystytty toimittamaan asiakkaille tuotteita. 5
- Maratonin reitti aiheutti, että liike jouduttiin sulkemaan päiväksi. 5
- Kaupunki oli niin suljettu että asiakkaat väheni, vaikeutti henkilökunnan työmatkaliikkumista. 5

3. Kisojen vaikutukset asiakasmääriin

- Hotellin ollessa täysi niin kanta-asiakkaat jäi ilman huonetta. 1
- Normaalit matkailijat jättivät ryhmien tuomisen väliin jo heinäkuussa, koska elokuussa ei ollut majoituskapasiteettia. 1
- Osa vakiokohderyhmästä joutui jättämään palvelun väliin, menetettiin vakioasiakkaita. 1
- Urheilukisat ei tuonut keskustaan väkeä odotetusti, väki pysyi enemmän kisapaikan lähellä. 2
- Urheilukisojen aikaan helsinkiläiset asiakkaat kaikkosivat kokonaan. 2
- Vakituiset asiakkaat eivät tulleet, koska pelkäsivät ruuhkia; järjestelyt eivät toimineet kunnolla. 2
- Vakituiset asiakkaat jäivät pois, eivät asioineet. 2
- Ihmisten mielikuva mitä ravintolassa tapahtuu oli eri mitä todellisuus, ei tultu ravintolaan kun luultiin sen olevan täynnä kisaturisteja. 2
- Normaalit asiakkaat jäivät pois. 3
- Asiakkaita oli vähän, hyvin rauhallinen viikko. 3
- Turha pelottelu liikenne ruuhkista koska normaaliasiakkaat jäi tulematta keskustaan. 4
- Asiakkaat mitkä käytti meidän palveluja nyt eivät käyttäneet. 5
- Kaupunki oli niin suljettu että asiakkaat väheni, vaikeutti henkilökunnan työmatkaliikkumista. 5
- Kisajärjestäjien ylihinnottelu vähensi asiakkaita. 5

4. Turhat investoinnit

- Yleisurheilukisoista odotettiin että asiakkaita kävisi ja palkattiin lisää henkilökuntaa mutta asiakkaita ei tullut ja odotukset eivät täytyneet. 2
- Odotettiin paljon enemmän ja varauduttiin henkilökuntaan mutta mitään ei tapahtunut. 2
- Varauduttiin liikaa, ei tuonut asiakkaita sen mukaan kun odotettiin. 3
- Kapasiteetin suhteen ylireagoitiin. 3
- Autojen tarve ylimitoitettu, tunnit lisääntyivät puolella ja ajot väheni samalla lailla, yrityksen kannalta epäonnistuneet kisat, ei ollut muuta kun haittaa. 3
- Autojen määrää lisättiin ja käyttäjien määrä ei vastannut odotuksia, piti olla vaan reservissä. 3
- Liikaa autoja töissä, päivisin ei ollut ajoja, seistiin tolvilla ja yölläkin ainoastaan pieniä pyrähdyksiä, ei vastannut odotuksia. 3
- Ylikapasiteetti takseja liikenteessä. 3
- Ammattiryhmänä yhdistyksemme odotti enemmän mm-kisoista koska käskei kaikki autot kentälle. 3
- Tehtiin paljon töitä - soiteltiin ja tehtiin tarjouksia yrityksille mutta yhtään purjehdusta ei saatu. 3
- Pettymys, toiveet paljon suuremmat, enemmän työtä ja päivystystä. 3
- Liikennejärjestelyt aiheuttivat lisätyötä. 3

5. Taloudelliset tappiot

- Yleisurheilukisojen takia yrityksellä selkeää myynnin menetystä. 2
- Liikevaihto pieneni ja palkkoihin meni enemmän - tuli tappiota. 3
- Hotellit täynnä kisavieraita, mutta ei liikemiehiä, jotka käyttävät takseja. 3
- Vähemmän töitä kun normaalisti ja vaikeampi liikkua paikasta toiseen. 3
- Turhaa valmiudessa oloa liikaa työntunteja kun ei ollut töitä. 3
- Taloudelliset haitat. 5
- Liikenne oli katkaistu joidenkin kilpailujen ajaksi, lauantain myynti pieneni. 5

6. Huono sää

- Sää antoi negatiivisen kuvan Helsingistä matkailukohteena. 1
- Väkeä oli paljon paikalla mutta sateen takia ihmiset eivät liikkuneet kaupungilla. 2
- Haittana oli oikeastaan ainoastaan vesisade. 2
- Ainoastaan huono sää sotki imagoa. 2
- Väkeä oli paljon paikalla mutta sateen takia ihmiset eivät liikkuneet kaupungilla. 2

7. Muut

- Paljon etukäteisvarauksia jotka muuttuivat koko ajan – sähläystä. 1
- Asiat hoidettiin ammattitaidottomasti, koko majoituskapasiteetti varattiin heti alkuun ja sitten loppumetreillä peruttiin suuri osa tilauksista. 1
- Lisäsi humalaisia asiakkaita. 1
- Urheilukilpailuliput kalliita kävijät eivät yleensä panosta hyvään ruokaan ja viiniin. 2
- Työvoiman saanti vaikeutuu. 3
- Päätäjien turha hössötys. 3
- Ei toiminut, kaikki hotelli kapasiteetti ynnätty yhteen toimistoon ei luo kilpailua ja muuta mahdollisuutta myydä lippuja. 5

Muita kommentteja:

1. Lisää tapahtumia

- Mahdollisimman paljon tapahtumia Helsinkiin. 1
- Tapahtumat vilkastuttaa hotelli- ja ravintolaelämää, tapahtumia toivoisi lisää. 1
- Lisää tapahtumia ne tuo aina lisää asiakkaita. 2
- Suurtapahtumat ovat yrityksemme kannalta toivotumpia kuin keskisuuret. 2
- Tapahtumat aina tervetulleita Helsinkiin. 3
- Lisää tapahtumia Helsinkiin se tuo aina asiakkaita. 3
- Paljon tapahtumia se on positiivista yritysten kannalta. 3
- Tapahtumia voisi olla enempi. 3
- Tapahtumia voisi olla enemmän. 3
- Lisää tapahtumia Helsinkiin. 3
- Tapahtumat aina tervetulleita. 3
- Isommat tilaisuudet tervetulleita ja ne työllistää aina silloin kuin niitä ei ole etukäteen liian tarkkaan suunniteltu. 3
- Positiivinen asia aina kaikki tapahtumat. 5
- Lisää suuria tapahtumia. 5

2. Kisat positiivinen kokemus

- Olosuhteisiin nähden MM-urheilukisat hoidettiin erittäin hyvin. 2
- Erittäin positiiviset että ne järjestettiin. 2
- Kisatapahtumat meni yllättävän hyvin, isoissa tilaisuuksissa ammattitaitoiset suunnittelijat mutta pienempiin tilaisuuksiin liikenteellisiä järjestelyjä pitäisi kehittää. 3
- Kaikki meni hyvin. 3
- Helsinki järjestäisi tällaisia tapahtumia lisää tulee myöhemmin takaisin, mikä tänään häviää tuleen huomenna takaisin. 4

3. Kisat negatiivinen kokemus

- Miksi maraton täytyy tuoda keskustaan ja pistää liikenne ihan sekaisin kun on iso keskustapiisto käytössä, Helsinki on liian pieni kaupunki isoille kisoille. 3
- Helsinki on liian pieni paikka järjestettäväksi suuria tapahtumia liikenteen kannalta. 3
- Suomelle ei kannata järjestää tämän kokoluokan tapahtumaa koska kokonaisuhyöty jää todella pieneksi. 3
- Yleisurheilun MM-kisat täysin tarpeeton ja suureellinen tapahtuma jossa otetaan liian suuria riskejä. 3
- Urheilukilpailut vaikuttavat odotettua vähemmän liiketoimintaan. 3
- Ilmaiset kuljetukset, kuljetetaanko muualla maailmassa vastaavasti ilmaiseksi lentokentältä keskustaan. 3
- MM-kisojen organisaatio ylenkatsoi ammattiryhmän kun palkkasi 250 ilmaista autoa ajamaan kisavieraita. 3
- Kisojen yhteyteen ilmaiskuljetukset pois. 3
- Sponsoreilta kerättiin kuljetukset mitä ei pitäisi tehdä. 3
- MM-kisoille Helsinki liian pieni paikka, tapahtumat sotkevat kaikki muut järjestelyt totaalisesti, vaikutus ei ole vaan kisaviikko vaan viikot molemmin puolin kisoja, veronmaksajien rahoille ei saada vastaavaa hyötyä. 5

- MM-kisoille Helsinki liian pieni paikka, tapahtumat sotkee kaikki muut järjestelyt totaalisesti, vaikutus ei ole vaan kisaviikko vaan viikot molemmin puolin kisoja, veronmaksajien rahoille ei saada vastaa hyötyä. 5
- Järjestäjä organisaatio sitoo hotellit ja muita paikkoja että myynti on vaikeaa muilla yrityksillä, hinnoitellaan väärin. 5
- MM-kisan avajaiset olivat huono, kerta kaikkiaan ikävä ja liian pitkä, en tykännyt yhtään. 5

4. Matkailusesongin huomioiminen

- Tapahtumat järjestettiin siihen aikaan kun hotellit on muutenkin täynnä esim. heinäkuussa tai talvella tilaa enemmän. 1
- Matkailusesonki tulisi huomioida isoja tapahtumia järjestettäessä. 1
- Tapahtumat yleensä ajoittuu muutenkin huippusesonkiin, jos mahdollista niin tapahtumia voisi hajottaa eri ajankohtiin. 1

5. Parannusehdotukset

- Ravintoloille annettiin väärää informaatiota myytiin mainoksia että on välttämättömiä yritysten kannalta mikä oli täyttä puppua. 2
- Suurissa tapahtumissa ei pitäisi tukkia koko kaupunkia pitää ihmisten päästä liikkumaan autoilla. 2
- Isoissa tapahtumissa jos otetaan ravitsemushuollosta vastuu ja tehdään sopimus niin pitää kantaa se vastuu ja homman täytyy toimia ruokahuollon joka tasolla. 2
- Kisapaikalla ruokailuun ja sen ideointiin pitäisi satsata enempi, näkyvyyteen katukuvassa pitäisi panostaa. 2
- Yhteistyö on syytä aloittaa hyvissä ajoin ennen suuria tapahtumia. 2
- Henkilökunnan koulutus, pitäisi syventyä myös liikenneongelmiin, joku päivä toimi hyvin, asiakkaat sai viedä lähelle, joku toinen päivä asiakas joutui kävelemään monta kilometriä sateessa. 3
- Yleisurheilukisoissa liikkuminen joillakin alueilla hankalaa ja luvat oli tiukassa, jatkossa pitäisi yrittäjille ilmoittaa etukäteen mistä liikkumalupia voisi saada. 3
- Taksi Helsinki tahtoi isoista tapahtumista tietoa kalenteri missä kaikki suuret tapahtumat kongressit konsertit ym. 3
- Taxien kulkureitit pitäisi suunnitella tarkemmin, sekä paikanpäälle pääseminen että sieltä poistuminen, järjestysmiehille koulutusta joustavuuteen kun on myöskin invalideja kyydissä. 3
- Tapahtumia järjestettäessä pitäisi hoitaa niin että liikennehaitat olisi mahdollisimmat pienet. 4
- Pitäisi olla realistinen kisoja järjestettäessä. 4
- Parantaa organisointia että tietäisivät mitä ovat tekemässä. 5

6. Muut

- Muut tapahtumat kun urheilukilpailut tervetulleempia asiakkaiden häiriökäyttäytymisen takia. 1
- Kummassakin tapahtumassa odotusarvot olivat korkeammat kuin mitä se toteutui. 1
- Tapahtumista on yrityksille hyötyä, jos ne ovat säännöllisiä. 2
- Urheilu saa kohtuuttoman paljon julkisuutta verrattuna siihen kun puhutaan ja kirjoitetaan suomalaisen ammattikoulutuksen korkeasta tasosta. 2
- Suomea saadaan tunnetuksi maailmalla. 3
- Enemmän asiakasorientoituneita tapahtumia, mitä kävijä todella haluaa. On tärkeää muistaa, että jos homma ei toimi lähimarkkinoilla: Pietari, Baltia, niin miksi joku ihminen tulisi

jostain Kölnistä tänne? Tärkeää on saada toiminta pelittämään lähimarkkinoilla, sieltä se ensisijainen ihmisvirta tulee, sen jälkeen on mahdollista, että tulee muualtakin. Meille saat-
taa kuitenkin joku sosiaalidemokraattien vaaliristeily olla paljon merkittävämpi kuin suuri
urheilutapahtuma. 3

- Jos yritys haluaisi markkinoida itseään suoraan tapahtumapaikalla se on tehty hankalaksi. 4
- Turha pelottelu asiakkaille että älkää tulko keskustaan voi jättää pois. 4
- Enemmän tapahtumia lapsille, koko perheen yhteisiä tapahtumia: konsertit, taidenäyttelyt
jne. 5
- Voisi lähteä viemään asiaa toisin päin, pienten yritysten ehdoilla. 5
- Ei tehtäisi niin Helsinki-painotteiseksi. 5
- Näyttöä osaamisesta. 5