

TARTU ÜLIKOOL

Majandusteaduskond

Helis Pajuste

**SPORDITURISM TARTUS**  
**RAHVASPOORDIÜRITUSTE NÄITEL**

Bakalaureusetöö

Juhendaja: PhD Eneli Kindsiko

Tartu 2019

Suunan kaitsmisele .....

(juhendaja allkiri)

Olen koostanud töö iseseisvalt. Kõik töö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, põhimõttelised seisukohad, kirjandusallikatest ja mujalt pärinevad andmed on viidatud.

.....

(töö autori allkiri)

## SISUKORD

Sissejuhatus .....	4
1. Sporditurismi teoreetiline ülevaade .....	7
1.1. Sporditurismi ja spordiürituse olemus.....	7
1.2. Sporditurismi mõju majandusele ja regioonile.....	13
2. Tartu spordiürituste uuring.....	22
2.1. Uurimisprotsessi kirjeldus .....	22
2.2. Dokumendianalüüsi ja intervjuude tulemused .....	25
2.2.1. Kulutused majutusele.....	28
2.2.2. Muud kulutused .....	29
2.2.3. Osalejad, külastajad, vaatajad.....	32
2.2.4. Koostöö.....	35
2.2.5. Tartu tugevused ja nõrkused.....	37
2.2.6. Klubi tartu maratoni majanduslik mõju piirkonnale.....	39
2.3. Spordiürituste uuringu järelused ja ettepanekud .....	40
Kokkuvõte.....	44
Viidatud allikad.....	47
Lisad.....	54
Lisa 1 . Küsimused intervjuudes.....	54
Summary .....	56

## SISSEJUHATUS

Rahvaspordiüritused on muutunud aina populaarsemaks nii Eestis kui mujal maailmas. Näiteks on Eesti spordiregistri andmetel 179 906 spordiharrastajat (Harrastajate arv ... 2018). Üks põhjus selleks võib olla suurenenud teadlikkus liikumisharrastuse kasulikkusest tervisele ja enesetundele (Zauhar 2004). Samas osalevad rahvaspordiüritustel ka vähem aktiivsed ühiskonna liikmed, kelle jaoks on üritused meelelahutus või ajaviitmiskohaks. Inimesed liiguvad rohkem ja soovivad end proovile panna erinevatel võistlustel, mis toimuvad tihti kodukohast kaugemal: mujal linnas, maakonnas või riigis. See annab võimaluse areneda ühel suurel turismisuunal – sporditurismil.

Eestis toimub igal aastal sadu spordisündmuse, mis tõstab vastavate piirkondade tuntust ja soodustab turismi, mõjutades oluliselt kohalikku majandust. Samas ei ole Eestis väga uuritud spordisündmuste mõju, ning kohalikud omavalitsused alles hakkavad mõistma spordiürituste tähtsust ja rolli regiooni arengus. Sporditurismiga saab teadlikult elavdada piirkonna arengut turismi kaudu, eriti perioodidel, mil muidu majanduselu pole. (Eesti Konjunkturiinstituut 2012) Näiteks Tartus on üliõpilased üheksa kuud peamine majanduse osa, kuid suvel on linnas peamiselt turistid – samuti kasvab sporditurism, kuna toimuvad aina rohkem jooksu-, ratta- ja rullisüüritusi.

Eesti suurim rahvaspordiüritus Tallinna Maraton tõi 2018. aastal linnatänavatele jooksma rekordilised 23 940 liikumisharrastajat, kellest üle viie tuhande olid välissportlased ja pärit 60 eri riigist. See teeb üritusest hetkel Eesti osavõturohkeima spordisündmuse, millele lisandub kindlasti pealtvaatajate ja kaasaelajate arv, mis on samuti märkimisväärne. (MTÜ Spordiürituste Korraldamise Klubi 2018a) Lisaks Tallinna Maratonile on palju muid võistlusi, mis toovad kohale sadu välituriste. Tartu Maratoni Kuubiku 2018 korraldatud sarjas – nii suusa-, rullisüü-, jooksu- ja rattaüritustel – oli 38 575 osaluskorda. („Tartu Maratoni Kuubik pakkus ...“ 2018) Augustis toimunud

IRONMAN Tallinna triatlonile registreerus rohkem kui 1400 osalejat ja 3000 väliskülalist, kes olid päris 50 eri riigist. (Tallinna Linnavalitsus 2018)

Sporditurism on oluline valdkond, millega meelitada turiste Eestisse tulema. See aitab lisaks võimete proovile panemisele avastada ka riigi kultuuri, ajalugu ja vaatamisväärsusi. Turism toob nii otsest kui ka kaudset mõju majandusele. (UNWTO n.d. b) Lisaks kultuurilile, meelelahutusele ja kohaturundusele, mõjutab spordisündimuste korraldamine oluliselt kohalikku majandust, tuues otsest kasu ettevõtjatele ja teenusepakkujatele. (Eesti Konjunkturiinstituut 2012) Meil on suuri spordivõistlusi, mis toovad riigile ja regioonile majanduslikku kasu, kuid potentsiaal kasutada võistlusi majanduse elavdamiseks riigis või regioonis on palju suurem. Autori hinnangul on oluline uurida, kuidas me suudaks parandada ja suurendada spordituristide arvu Tartus ja mis strateegiad sporditurismis on. See aitab teha järeldusi, mis aitaksid kaasa Tartu sporditurismi elavdamisele.

Töö eesmärk on tuua Tartu puhul välja olulised aspektid sporditurismi suunal, mis suurendavad rahvaspordiürituste majanduslikku mõju. Eesmärgi saavutamiseks on püstitatud järgmised bakalaureusetöö ülesanded:

- selgitada sporditurismi ja spordiürituste mõistet ning tüüpe;
- anda ülevaade spordiürituste mõjust majandusele ja olulisusest regioonile;
- viia läbi intervjuud Tartu Linnavalitsuse spetsialistide ja spordiürituste korraldajatega
- teha dokumendianalüüs Tartu linna dokumentidest, mis kajastavad spordiüritusi
- tuua välja Tartu tugevused ja leida, mis aspektid aitavad suurendada rahvaspordiürituste majanduslikku mõju

Varasemalt pole töö autorile teadeolevalt tehtud bakalaureusetööd spordiürituse kui sporditurismi alaliigi majandusliku mõju kohta. Varasemalt tehtud tööd: Kadri Kruusimägi (2015) „Majutusettevõtete köitvuse suurendamine rahvusvahelistes spordisündmustest osavõtjatele Park Inn BY Radisson Central Tallinna näitel“; Ranno Koorep (2016) „Geopolitics of Sports Mega-events: Why is International Sport Moving to Emerging Countries“; Taivi Kaljura (2014) „Sündmusturismi arendamine maapiirkonnas Varbla valla näitel“; ja Maarja Lauk (2013) on uurinud „Rahvusvaheliste

spordisündmuste arendamist Pärnu linnas“, kus on keskendunud ainult Pärnule, kuid oluline oleks leida ka olulised tegurid Tartus. Töö lugejaks võiks olla nii spordiürituste korraldajad, kuid ka turismisektori juhid ja kohaliku omavalitsuse juhid.

Käesolev bakalaureusetöö koosneb kahest osast, millest esimene on teoreetiline osa. Esimeses alapeatükis antakse ülevaade, mis on oma olemuselt turism, spetsiifilisemalt just sporditurism. Lisaks annab autor ülevaate, mida annab sporditurism spordituristidele ja mida võiks pakkuda spordiüritus. Teises alapeatükis selgitab autor, miks on sporditurism oluline regioonile ning keskendutakse rohkem sporditurismi mõjule riigi ja regiooni majandus seisukohalt. Autor keskendub peatükis ka kohaturunduse kui olulise aspekti välja toomisele sporditurismis. Lõpetuseks toob autor välja peamised tugevused ja nõrkused, mis on Tartu sporditurismis, mida parandades, saaks tuua rohkem turiste.

Töö empiirilises ehk teises osas viib autor läbi intervjuud ja dokumendianalüüsi. Intervjuud tehakse Tartu suurimate rahvaspordiürituste korraldajatega, MTÜ Klubi Tartu Maratoni ja MTÜ Seiklushundi juhatuse esimeestega. Samuti Tartu Linnavalitsus spetsialistidega, kes vastutavad linna turunduse ja spordielu eest. Intervjuus adresseerib autor, milline on Tartu sporditurismi hetkeolukord, millised on Tartu tugevused ja nõrkused. Samuti uurib autor kui potentsiaalne on sporditurism Tartus, milliste riikide esindajad külastavad spordiüritusi ja mis strateegia on linnal või korraldajal turistide meelitamiseks rahvaspordiüritustele.

Käesoleva töö autor soovib tänada Eneli Kindsikot, kelle juhendamisel töö valmis.

# 1. SPORDITURISMI TEOREETILINE ÜLEVAADE

## 1.1. Sporditurismi ja spordiürituse olemus

Ülemaailmselt on iga kümnes töökoht turismisektoris, mis annab ca 10% kogu maailma SKP-st, hinnanguliselt on rahvusvahelisi turiste üle 1,2 miljardi. (UNWTO 2017a) Maailma Turismiorganisatsioon (inglise keeles United Nations World Tourism Organization ehk UNWTO) ennustab 2020. aastaks 1,4 miljardit turisti. (UNWTO 2016) Turism on üks tähtsamaid tööstusharusid, millel on oluline mõju majandusele, kohalikule kogukonnale ja elamusena turistile.

Turismi defineerimisel tuleks pöörata tähelepanu kindlasti jätkusuutlikule turismile. „Jätkusuutlik turism on turism, mis võtab täielikult arvesse praegust ja tuleviku majanduslikku, sotsiaalselt ja keskkonnamõju, arvestades vajadustega, mis on nii külastajatel, tööstusel, keskkonnal ja vastuvõtvatel kogukondadel.“ (UNWTO n.d. a). Turism on sotsiaalne, majanduslik ja kultuuriline ilming, kus inimesed külastavad teisi riike või piirkondi väljaspool oma kodu, kas isiklikul või ärilisel eesmärgil. (UNWTO n.d. b; Tooman, Müristaja & Vallimäe, 2016) Rahvusvaheline sporditurism on üks peamisi nähtusi globaalse turismi kasvus. (UNWTO 2016).

Sport on olnud ja on oluline põhjus, miks inimesed reisivad. (Hinch & Higham 2001) Reisimine on muutunud aina lihtsamaks tänu lühematele tööpäevadele ja parematele võimalustele. Samamoodi on suurenenud inimeste spordi harrastamine ja tuntakse üha rohkem naudingut sportimisest. (Zauhar 2004) Praegu reisivad kodust kaugemale eesmärgiga osaleda aktiivselt spordis või spordiüritusel individuaalselt või tiimi eest ja, parandada oma tervist ning heaolutunnet läbi sportlikku tegevust. Soovitakse arendada ennast füüsiliselt veel rohkem või olla spordisündmuse pealtvaataja või toetaja. Külastada vaatamisväärsusi ja kohti, mis on seotud ajaloo pärandi, kultuuriliselt spordi või spordilegendiga. (UNWTO 2016)

Maailma Turismiorganisatsiooni peadirektor koos rahvusvahelise olümpiakomitee presidendiga 2001. aastal tegid ühisavalduse, kus tunnustati sporti ja turismi kui ühiseks tugevaks jõuks („*forces for mutual understanding*“). Olgugi, et tegemist oli üsna sümboolse avaldusega, pani see mõistma, et tegemist on ühe kiiremini areneva globaalse suunaga reisi- ja turismitööstuses. Alates sellest avaldusest, ei saa pidada enam sporditurismi nišiks. (UNWTO 2016)

Spordiga seotud puhkused pole midagi uut – kõik see algas kui kreeklased ja roomlased reisisid, et osaleda spordiüritustel. (Gibson 1998a) Üldiselt peetakse aga spordi ja turismi koosluse alguseks oluliselt hilisemat aega – 20. sajandit, kui Alpides kogus populaarsust suusaturism. (Pigeassou, Bui-Xuan & Gleyse 2003) Sporditurismi on peetud kaua aega turismi „magavaks hiiglaseks“. Alates 1992 Barcelona Olümpiamängudest on eriti kasvanud huvi spordiürituste vaatamise vastu ja ürituse edu tõi linnale kaasa suure arengu. Sellega tekkis uus ajastu, kus hakati rajama aina uhkemaid spordiehitisi, et korraldada suuri spordiüritusi, mida kanda globaalselt eetris üle. (UNWTO 2016) Suurelt on linna ja kogu regiooni arengut mõjutanud ka näiteks Sydney 2000. aasta, Ateena 2004. a ja Rio de Janeiro 2016. a olümpiamängud. Nüüd on sporditurism suure huvi all nii poliitikutele, ettevõtetele, kui ka rahvusvahelise meedia jaoks (Tooman, Müristaja & Vallimäe 2016).

Akadeemilises kirjanduses pole leitud veel ühte universaalset aktsepteeritud sporditurismi definitsiooni (Sofield 2003). Zauhar (2004: 6) arvamuse kohaselt „viitab sporditurism erinevatele spordialadele, mis on olnud läbi aegade allikas ja/või reisimise peamine põhjus“. Fosztó & Kiss on defineerinud (2011), et sporditurism on reisimine, kus suurim motivatsioon on sport. Seega reisitakse kaugemale oma tavapärasest keskkonnast, et osaleda võistluslikul spordil, kas aktiivselt või passiivselt. Sarnaselt on mõistet lahti seletanud Hinch & Higham (2001: 49), et reisitakse teatud ajaperioodiks kodukohast kaugemale sooviga osaleda spordis, mis on reglementeeritud ja pakub füüsilist pingutust. Kõige üldisemalt on sporditurismi seletanud Pigeassou (2004: 287), kus „sporditurism on majanduslik ja sotsiaalne tegevus spordi ja turismi ristumiskohas“.

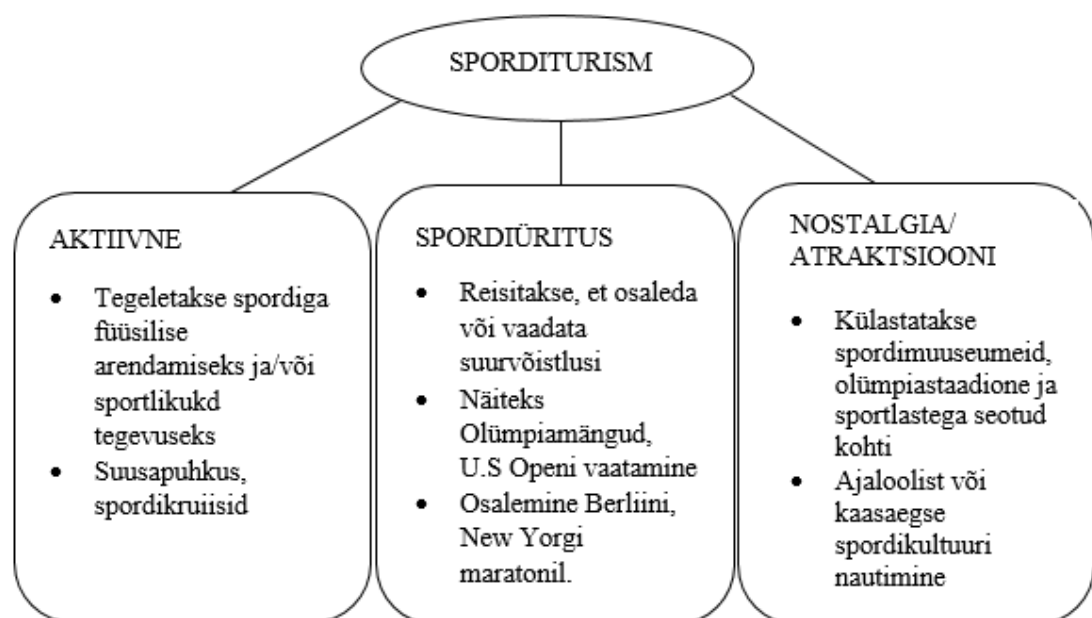
Sporditurismis on kaks olulist mõõdet: ruum, kus toimub, ja aeg, mil viibitakse. Kodus eemal viibimise minimaalseks ajaks on Pigeassou *et al.* (2003: 29) poolt võetud 24h. Sporditurism ühendab nii teekonda kui kestvust. (Pigeassou, Bui-Xuan & Gleyse 2003:



30) See on üks turismiliik, mis viitab kodust kaugemale minemist, kus turist saab reisielamuse, jälgides kas pealtvaatajana või osaledes ise aktiivselt spordiüritusel. (UNWTO 2017b)

Sporditurismi erinevate definitsioonide kõrval ollakse aga ühisel arvamusel, et sporditurism sisaldab viit põhilist mõõdet: aega, mil ollakse eemal kodu keskkonnast; kohta, mis hõlmab kodukeskkonnast eemal olemist; sporti kui motivatsiooni reisimiseks; osaleja kogemust sporditurismi tegevuses ja majanduslikku motivatsiooni. Van Rheenen *et al.* (2017: 81) uurisid oma töös 30 erinevat sporditurismi definitsiooni. Autorid leidsid, et 90% kajastasid sporti kui peamist motivatsiooni reisimiseks, 70% oli tähtis koht ja 36% aeg. (Van Rheenen, Cernaianu & Sobry 2017) Seega saab sporditurismi defineerimisel tuua välja, et turism toimub sooviga osaleda spordis, turist peab lahkuma ja ühel hetkel naasma koju ning seda mingi aja jooksul. (Hinch & Higham 2001)

Sporditurismi jaotatakse põhiliselt kolme valdkonda, toodud joonisel 1. Jaotus põhineb sporditurismi toimumise põhjuste alusel. Nendeks on aktiivne, spordiürituste ja nostalgia või spordiatraktsioonide turism. (Pigeassou 2004; Gibson 1998a; b; c; Gibson, Attle & Yiannaki 1998).



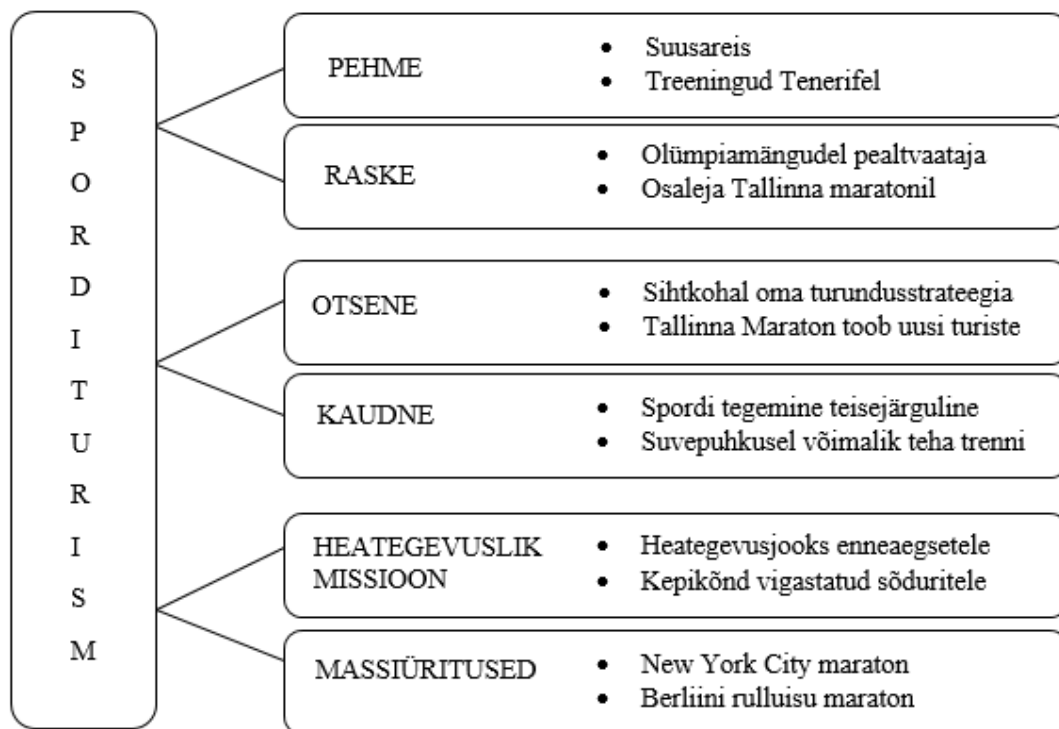
**Joonis 1.** Sporditurismi põhiline liigitus. Allikas: (Gibson 1998a; b; c; Gibson, Attle & Yiannaki 1998; Pigeassou 2004), autori kohandused.

Olgugi, et spordile ja turismile ei pööra teadus väga rõhku, siis seda on väga hoogsalt teinud inimesed ise ja tööstus, mis on tekkinud nõudlusele vastanud (Hinch & Higham 2001). Sporditegemise populariseerimine on tekitanud suure nõudluse ja ka pakkumise spordikuurortide näol, kus on kõrgetasemelised tenniseväljakud, modernsed fitnessi võimalused või keerukad mäed suusatajale. (Gibson 1998a) Tänapäeval on turismisektoris üks kiireimini kasvav turusegment sporditurism, mida peetakse suurimaks tööstuseks ajaviitesektoris. (Tooman, Müristaja & Vallimäe 2016; Gibson 1998c)

Sporditurismi majanduslik panus on kasvanud tugevalt ja kuigi sporti peetakse tihti eraldiseisvaks, siis turismiga on tugevad seosed ja sport on kui üks külgetõmbejõud (Fosztó & Kiss 2011; Pigeassou 2004). Telekanali Eurospordi hinnangul on sporditurism väärt 800 miljardit USA dollarit, kuhu peab lisama veel kümnendik reisimise ja turismi laekumiste summast (UNWTO 2016).

Kurtzman ja Zauhar (2003) toovad välja oma töös kriitika sporditurismi tüüpidele, mille järgi ainuke õige ja kõige olulisem sporditurismi tüüp on spordiüritused. Spordiürituste turism on kõige levinum aktiivse sporditurismi liik, mida saab pidada sportimise ja reisimise ühiseks väljundiks. (Swart & Bob 2007) Siit tulenevalt käsitleb käesoleva töö autor sporditurismi kui spordiürituse turismi, kus turist osaleb osalejana või pealtvaatajana spordivõistlusel.

Sporditurismil on erinevaid liigitusi palju, joonisel 2 on näha neist kolme erinevat liigitust. Sporditurismi on võimalik jagada pehmeks või raskeks. Pehme sporditurismi puhul reisitakse põhjusega, et minna aktiivsele puhkusele, näiteks suusareisile. Raske sporditurismis osaleb turist aktiivselt või passiivselt spordivõistlustel, milleks ongi kas olümpiamängud, Tour de France või hoopiski New Yorgi maraton. (Sofield 2003) Sporditurismi jagamist otseseks või kaudseks on tehtud mõju järgi majandusele. Otsene sporditurism on siis, kui sihtkohal on oma turundusstrateegia, et tuua sihtkohta sporditegevust. Samas on ka kaudne sporditurism, kus spordi tegemise võimalus on teisejärguline ja ainult toetab turismi. (Kurtzman & Zauhar 2003)



**Joonis 2.** Sporditurismi erinevad liigitused. Allikas: (Kurtzman & Zauhar 2003; Sofield 2003; UNWTO 2016), autori kohandused.

Rahvusvaheline turismiorganisatsioon toob omakorda välja kaks uut kontseptsiooni sporditurismis, mis on samuti nähtavad joonsel 2, millest üks on heategevuslik missioon, kus tihti osalevad ka spordikuulsused: teevad füüsilisi väljakutseid, et koguda toetust heategevusorganisatsioonile. Olulisem ja suurem uus suund on aga massiüritustel, näiteks maratonidel, mis mõeldud nii amatöör- kui ka professionaalsetele sportlastele. Globaalselt suurte ürituste positiivne mõju majandusele annab julgust riikidele ja linnadele korraldada suurüritusi ka oma kogukonnas. (UNWTO 2016)

Massiüritustel käivad ka eestlased, erinevatel linnamaratonidel ja muudel võistlustel. Näiteks Eesti orienteerumise veteransportlased käivad rahvusvahelistel spordiüritustel Orienteeri võistlusreisidega. Käiakse osalemas võistlustel ja samuti tutvumas uute riikide, kultuuri ja vaatamisväärsustega. Võisteldud on 22 riigi maastikel, sealhulgas ka USA ja Austraalia, ning suurematel reisidel on olnud koguni 128 orienteerumisturisti. (Poom 2012)

Sporditurismis on olulisel kohal spordiürituste turism. Igasugune harrastustegevuste arendamist (sukeldumist, matkamist) sporditurismi valdkonda ei arvestata, pigem

käsitletakse sporditurismis selliseid alasid nagu jooksmist, kergejõustikut ja orienteerumist. (Deery, Jago & Fredline 2004) Antud bakalaureusetöö autor keskendub just spordiürituste turismile. Spordiüritus on struktureeritud ja organiseeritud üritus, millel on omad käitumisreeglid, mis nõuab teatud füüsilist pingutust ja hõlmab konkurentsi. (Zauhar 2004) Tabelist 1 on näha, millised on erinevad spordiürituse tüübid ja millised omadused neil on.

**Tabel 1.** Ürituste süstemaatika

Ürituse tüüp	Omadused	Näide
Megaüritus	Enamasti periooditi, globaalne mõõde, olulisus	Olümpiamängud, jalgpalli MM
Kvaliteetüritus	Signatuurüritused, keskendub spetsiifilisele spordialale, väiksemad kui megaüritused	Tour de France, Wimbeldon, New York Maraton
Rahvusvahelised üritused	Suure osalusega eri riikides, periooditi või iga aasta, vaheldub riikide vahel	Sulgpalli MM, Rogaini MM, Ujumise MM
Üleriigilised üritused	Omane ühele riigile, korraldatud riigi või antud riigi organisatsiooni poolt	Eesti MV tennises, Tallinna maraton, Tartu suusamaraton
Regiooni üritused	Piirangutega üleriigiline võistlus linnas või asulas	Rapla MV murdmaajooksus, Türi Lillelaada kummikuviskamine

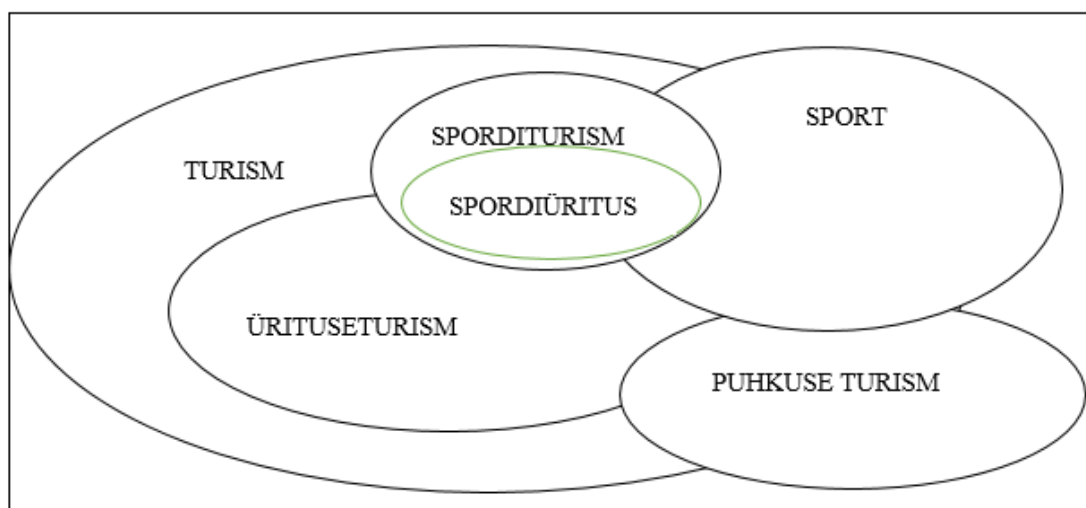
Allikas: (Sofield 2003), autori kohandused.

Sporditurist saab olla spordiüritusel kolmes erinevas rollis: osaleja, vaataja või külastajana. (Gibson 1998c) Spordiüritused toovad kaasa ka pealvaatajaid, eriti just mitte-residentseid. (Kurtzman & Zauhar 2003). Deery, Jago & Fredline (2004) on toonud oma töös välja kolm tulemit, mida toob sporditurism kohalviibijale ehk pealtvaatajale. Indiviidi tasandil pakub see rõõmu nägemaks oma lemmiksportlast. Kogukonnale aitab see suurendada finantsilist seisust läbi fännide kulutuste. Riiklikul tasandil on see majanduslik süst reisikulude näol. Pealtvaataja kulutab raha reisimisele, ööbimisele, toitlustusele jne.

Oluline on vaadata ka seda, mida pakub sporditurism nii indiviidile, regioonile kui ka riigile. Tulem on just see, mis motiveerib või pidurdab spordi ja turismi organisatsiooni toetama sporditurismi. Väljundid võivad olla nii negatiivsed kui positiivsed, näiteks indiviidile aitab võistlus parandada füüsilisi oskusi ja olla sotsiaalselt aktiivne. Samas võib spordiüritustel osalemine tekitada terviseprobleeme või vigastusi. Sporditurism võib

mõjuda positiivselt kogukonnale, näiteks tõstab seal heaolu ja uhkust oma kogukonna üle. (Deery, Jago & Fredline 2004) Sporditurismis on esmajärjekorras ikkagi turisti majanduslik mõju ja alles siis tuleb spordi kultuurikogemus. Sihtkoha rõhutamine pole reisi ainus väärtus, reisimine on pigem vahend, mis aitab kujundada eesmärki. (Pigeassou 2004)

Kokkuvõtlikult saab selgitada sporditurismi ja spordiürituste tähtsust joonise 3 järgi, kus on näha kui tihedalt on seotud sporditurism turismi, spordi, ja ürituseturismiga. Samas sporditurism koosneb olulisel määral spordiüritusest. Käesoleva töö autor keskendub spordiüritustele, mis on sporditurismis väga oluline motivaator reisimiseks..



**Joonis 3.** Sporditurismi seosed. Allikas: (Deery, Jago & Fredline 2004), autori kohandused.

Spordiüritusteturismi toimumise peamiseks motivaatoriks on vaadata või osaleda spordiüritustel väljaspool kodukohta. Sporditurismiga kaasnevad turisti saabumisel positiivsed majanduslikud mõjud regioonile

## 1.2. Sporditurismi mõju majandusele ja regioonile

21. sajandil mobiliseerib sport ja turism üheskoos maailmas miljoneid inimesi. Kaks valdkonda, mis täiendavad üksteist ja on üheks tugevamaiks liikumapanevaks jõuks maailmas, millel on tohutu võimalus tekitada majanduslikke ja sotsiaalmajanduslikke võimalusi. (UNWTO International ... 2016) Aastaid on reisisid selletõttu, et sportida kuskil mujal. Inimesed pööravad rohkem rõhku oma tervisele (Gibson 1998c). Mis on tekitanud ka suure vajaduse realiseerida oma sportlikut seisundit erinevatel

spordiüritustel. Lisaks sotsioloogilisele jõule on sporditurismil maailmas ka majanduslik ja keskkondlik jõud (Zauhar 2004).

Maailmas leiab aset tuhandeid spordiüritusi, olgu nendeks kohalikud võistlused või megaüritused. Arusaamine, mida suudavad koos nii sport kui turism, hakkab vaikselt jõudma ka korraldajate ja turundajateni. Riigid ja linnad pööravad turistide meelitamiseks aina rohkem tähelepanu spordiürituste korraldamisele, kuna see tuleb regiooni arengule kasuks (Gibson 1998c; Hautbois, Ravenel & Durand 2003). Näiteks Ida-Viru maakondlik arenduskeskus proovib sporditurismiga kõnetada nii Lõuna-Karjala kui Rootsi turiste, lootes samal ajal meelitada piirkonda ka Aasia turiste. („Üks küsimus“ 2015)

Kindel on see, et aktiivne sporditurism on osalemine spordis oma kodust kaugemal, mis hõlmab nii eliitsportlasi kui ka rahvasportlasi. (Gibson 1998a; Hudson 2012) Aina rohkem on võistlusi, kus osalevad nii tippportlased kui harrastajad, mis lisaks suurele osalejaskonnale annab ka suure vaatajaskonna. Sellised rahvaspordiüritused on näiteks Londonis või muudes suurlinnades toimuvad maratonid. Sellist kooslust on uuritud akadeemilises kirjanduses vähem kui eliitüritusi, kuigi mõju võib olla palju suurem kui eliitüritustel. (Higham 2011)

Sporditurismi väljundid on tihti ebakindlad, eriti üritusel põhineval turismil, kuna oleneb paljudest mõjudest. Siit lähtuvalt tuleb ka spordiürituseturismi unikaalsus, kuna elamus koosneb erinevatest elementidest. (Higham 2011) Sporditurismiga kaasnevad ka muud sotsiaalmajanduslikud mõjud. Tehakse uusi investeeringuid rajatistesse, tekivad uued väärtused ühiskonnas, toimub piirkonna spordiharrastajate kasv, taasturundatakse sihtkohta ja mis kõige olulisem, toimub kohaturundus. (UNWTO 2016) Seega turismil on oluline mõju majanduslikule arengule. (Kurtzman & Zauhar 2003)

Ürituse olemus täiendab ja tugevdab ka regiooni teisi vaatamisväärsusi. Spordiüritusel on konkreetne asukoht ja asukoha tutvustamine on üks peamisi omadusi. Kõiksugu üritusi – ka spordiüritusi – kasutatakse, et tuua juurde turiste, turundada oma linna ja üritusi, mis tooks turismisektorile juurde inimesi ja majanduslikku potentsiaali. (Sofield 2003) Teiselt poolt soovib ka sporditurist saada lisa peale sportimise sihtkohas. (Gibson, Kaplanidou, & Kang, 2012) Ürituse tõttu piirkonda lisandunud turistid tekitavad uued võimalused nii ettevõtjatele kui regioonile üldiselt (Eesti Konjukturiinstituut 2012).

Spordiürituste korraldamine on kindel viis, kuidas tuua regiooni külastajaid, kes muidu ei oleks tulnud ja kes tulid nüüd peamise eesmärgina võistleva. (Daniels & Norman 2003). Eesti Konjukturiinstituudi uuringus tuli välja, et ligi 67% spordiürituste külastajatest tulid üritustele väljaspool oma regiooni ja ilma spordiürituste toimumiseta poleks sel ajal piirkonda tulnud 63% külastajatest (Eesti Konjukturiinstituut 2012).

Higham (1999) rõhutab, et analüüsivaks spordiüritusi, tuleb kõigepealt küsida, et miks ja kellele need üritused on. Üritusi peaks korraldama seal, kus see suurendab eelkõige mitterahalisi väljundeid ehk suurendab spordist osavõttu ja sotsiaalset elu. Oluline, et spordiüritus arendaks linna taristut, ressurside suutlikkust, kuid samas oleks üritus sobilik linna suurusele. (Higham 1999; Taks, Chalip, & Green, 2015) Spordiürituste analüüsimisel tuleks leida otsesed ja kaudsed mõjud, mis võivad olla pikaajaliselt või lühiajaliselt väljenduvad. Mõju tuleneb strateegilisest planeerimisest ja kui plaan sündmusele on nõrk, siis võivad olla mõjud juhuslikud ja väikesed. (Eesti Konjukturiinstituut 2012; Taks, Chalip, & Green, 2015)

Spordiürituste korraldamine ei ole alati pakkunud riikidele võimalust kasvatada majandust. Näiteks olümpiamängude korraldamine on tavaliselt lõppenud riigile suure kahjumiga. (Gratton, Dobson & Shibli 2000) Megaüritustega kaasneb tihti ka negatiivseid tagajärgi, kuna üritused on seotud poliitikute ja ettevõtjate ainuhuviga. Tegemist on passiivse sporditurismiga, mis suurendab negatiivset mõju veelgi. Kirjanduses tuuakse välja tihti megaürituste korraldusega seotud eelised, kuid vähe tuntakse huvi keskmiste ja väikese suurusega ürituste vastu, mille struktuur on erinev, kuid potentsiaal suurem. (Higham 1999; Taks, Chalip, & Green, 2015)

Väiksematel üritustel, mille alla käivad ka rahvaspordiüritused, on suurem positiivne mõju kogukonnale kui megaüritustel, kuna elanikud on üritusega rohkem seotud. (Gibson 1998c; Taks 2013) Regioonis on siis vähem probleeme korrupsiooni, infrastruktuuri puuduse ja poliitikategemisega. Seda seetõttu, et piirkondlikud või rahvuslikud üritused kasutavad olemasolevat taristut ja võimalusi. Regulaarselt toimuvatel üritustel saab majandus positiivse tõuke ja seda saab tunda ka kohalik kogukond, kes saab pakkuda teenuseid või olla lihtsalt vaataja rollis. Kogukonnale ja riigile on kasulikum kui võistlused on aasta läbi, mitte vaid ühe suure üritusena – näiteks olümpiamängudena. Samuti ei teki nii kergelt ülerahvastatust ja muid taristu probleeme. (Higham 1999) Aasta

läbi toimuvaid üritusi soodustab Eesti neli aastaega, mis võimaldavad korraldada nii suusa-, jooksu kui ka ujumisvõistlusi.

On erinevaid uurimismeetodeid, kuidas leida sporditurismi mõju majandusele. Enamasti keskendutakse spordituristide kulutustele ürituse ajal ja selle majanduslikule mõjule kohalikele kogukonnale. Ent spordiüritus elavdab turismi ka väljaspool sündmust – need, kes näevad meedia vahendusel ja soovivad kohta hiljem külastada või need, kes pöörduvad samasse kohta puhkusele teinekord tagasi. Kulutuste leidmiseks küsitakse enamasti turistide endi arvamust, kui palju kulutati. Samas võiks kulutuste leidmisel jaotada spordituristid kaheks (osalejad ja pealtvaatajad), kuna neil on osalemiseks erinevad motiivid. (Gibson 1998c)

Üritus toob regiooni täiendavat raha, maksutulu ja aitab luua uusi töökohti toodete ja teenuste pakkumisega. Samamoodi on majanduslik mõju seotud reklaami, toitlustuse, ehituse ja meelelahutusega. Mõjutused spordiüritustele võivad olla otsesed või kaudsed. Otsese tulu hindamiseks saab tuua turisti kulutused, kuid kaudsele hindamiseks on vaja lisada uuringusse ka kohalikud, külastajad, vabatahtlikud ja korraldajad. (Eesti Konjunkturiinstituut 2012) Seega ühtegi lihtsat meetodit pole.

Ürituste majandusliku kasu arvutamiseks kasutatakse erinevaid valemeid, kuid kõige rohkem kasutatav on proportsionaalne tulu kordaja. (Gratton, Dobson & Shibli 2000)  
Valem on:

$$(\text{otsesed} + \text{kaudsed} + \text{esilekutsutud sissetulek}) / \text{esialgsed külastaja kulutused}$$

Esimene efekt majandusele väljastpoolt on otsene tulu, mis tuleb külastaja kulutustest ja mida saavad otsesed kasusaajad. Kaudne tulu on see, mille külastajad toovad kui kulutavad raha kohalikes poodides, hotellides jne. Kogu otsese ja kaudse kasumi kulutamine piirkonnas toodetele ja teenustele kohalike poolt moodustab esilekutsutud sissetuleku. Üdiselt, mida suurem linn, seda vähem on leket ja seda suurem ka kordaja. Ehk kui kordaja on näiteks 0,3, siis on saanud linn ainult 30% turisti kulutatud rahast oma linna eelarvesse.



EKI (Eesti Konjukturiinstituut) (2012) kasutas oma uuringus majandusliku mõju hindamiseks valemit:

$$\text{majanduslik mõju} = \text{otsene tulu} + \text{eelarvelised tulud}$$

Otsesed tulud on need, mis tehti ürituse külastamise eesmärgil külastaja poolt, kust lahutatakse maksud. Eelarvelised tulud on ürituse korraldamiseks tehtud kulutused, mis jäid piirkonda, millest lahutatakse maksud. Kogumõju, mida spordisündmus annab, oleneb tingimustest, mida regioon on külastajatele loonud. (Eesti Konjukturiinstituut 2012)

EKI läbi viidud uuringust selgus, et spordiürituste keskmine külastaja ja/või osaleja oli 31-aastane, kes kulutas spordiüritusel 61 eurot. Spordiürituste eelarve kulude katteks ligi kolmandik saadi erasektorilt. Teiselt poolt eelarve tulude mahult tuleb 49% ürituse põhitegevusest, mis saadakse osalustasudest ja ürituse meenete müügist, kuid see varieerub suuresti üritusest. Tuluallikateks on riiklikud toetused, kohaliku omavalitsuse toetused, erasektori toetused. Kultuuri- ja spordisündmuste uuringust selgus, et iga euro, mis eelarvesse panustati, tõi piirkonda tagasi keskmiselt 4 eurot. Spordiürituste majanduslik mõju ehk palju jäi otsesest tulust ja eelarvest raha piirkonda oli spordiüritusel üle 650 000 euro. (Eesti Konjukturiinstituut 2012)

2018. aastal tõi Tallinna Maraton Eestisse üle viie tuhande spordituristi, kellelt laekuks riigile käibemaksuks ligi 700 000 eurot. Suurimad kulutused olid majutusele ja seejärel toitlustele. Välisosaleja kulutas spordiüritusel 359 eurot ja mujalt Eestist tulnud osaleja 81,1 eurot. Igal välisosalejal oli 1,8 kaaslast, seega kokku toodi Eesti majandusse 5 miljonit eurot. See on ainult turistide otsene majanduslik mõju. Arvestada tuleb ka sellega, et üritus lõi Eestist hea turismisihtkoha. (MTÜ Spordiürituste Korraldamise Klubi 2018b) Majandusliku mõju hindamiseks tuleb arvestada sellega, et võetakse kaasa kaaslased. Näiteks Eestis läbiviidud seitsme spordiürituse uuringus, kus uuriti ka Tartu Maratoni, tuli välja, et külastaja võttis üritusele kaasa hoopis rohkem ehk enamasti neli kaaslast. (Eesti Konjukturiinstituut 2012)

Kokkuvõtlikud tõi positiivsed ja negatiivsed mõjud välja Eesti Konjunkturiinstituudi (2012) uuring, kus selgus, milliseid mõjusid tekitab spordiüritus piirkonnale. Lühidalt tuues on positiivsed mõjud järgnevad:

- luuakse uusi töökohti ja rajatakse uusi majutuskohti;
- suurenevad tulud;
- väheneb piirkonna hooajalisus;
- suureneb piirkonna tuntus turismikohana ja saadakse juurde uusi turiste;
- tõuseb elatustase.

Samas on spordiüritustel ka negatiivseid külgi, mis tulid samas uuringus (Eesti Konjunkturiinstituut 2012) välja ja on järgnevad:

- piirkonda tulevad ebaefektiivsed investeeringud;
- hinnad tõusevad ka kohalike elanike jaoks;
- ürituse ajal võib tekkida kinnisvarahinnamull ja hinnad kõiguvad;
- suureneb regioonis ebaratsionaalne kulutamine;
- kohalikud ettevõtted võivad tunda tõrjutult, eriti kui kaasneb konkurents kohalikule tööjõule;
- halvasti korraldatud ürituse tõttu võib tekkida negatiivne maine piirkonnale.

Sporditurism on üks suur potentsiaalne võimalik hoob kohaliku majandusarengu jaoks. Siin tekib kaks küsimust: milline eelis on linnale spordivõistluse korraldamine (majanduslik, poliitiline ja sotsiaalne) ja milline peaks olema majanduse ja administratsiooni roll, ehk kas peaks toetama ürituste korraldamist. (Hautbois, Ravenel & Durand 2003) Probleemid esinevad selles, et pole piisavalt haritud inimesi, kes oleks võimelised üritusi korraldama. Sporditurismi arendamiseks on teadustöid tehtud väheselmääral. Koostöö suurendamine poliitikute, korraldajate ja ettevõtete vahel aitaks kasvatada spordiürituse mõju. Kehvapoolne ühisetegvus turismi ja spordi vastutavate asutuste vahel paneb piirangu arengule läbi ürituste (Gibson 1998c).

Sporditurismi osalejad on kolm ja nende panus regiooni arengule on erinev. Hautbois, Ravenel & Durand (2003) töid välja osalejate panused vastavalt:

- sporditurismi korraldaja (pakkuja) – peab mõtlema välja, kuidas saab parandada oma tegevust ja suurendada kasumlikkust;

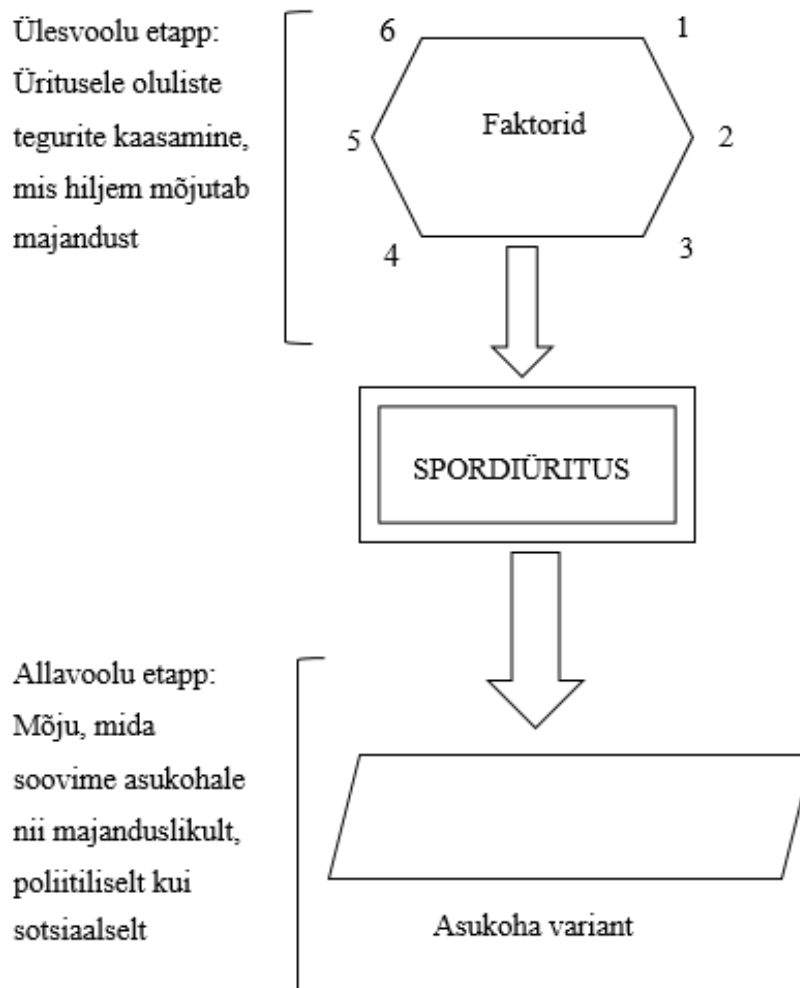
- kohalik poliitikategija – peab leidma koha, kus valitsussektor saab kõige paremini aidata kaasa turismisektori arendamisele;
- territoorium – millised tegurid pakuvad parimat sporditurismi arengut ehk mis on asukoha põhised tugevused ja eelised.

Osalejate ja küllastajate kulutuste suurendamiseks soovitatakse reklaamida ja pakkuda rohkem meelelahutusvõimalusi väljaspool üritust, see suurendaks mõju piirkonnale veelgi. Oluline on ka mõelda, et kuidas suurendada spordituristide arvu, kes külastavad muid regiooni tegevusi väljaspool spordiüritust ennast. Kõige olulisemat rolli mängib ikkagi küllastajate arv: majutuskulutused annavad suurima üldise mõju ja korraldajatel tuleks rõhutada osalejatele, milliseid eeliseid annab ööbimine üritusega samas regioonis. (Daniels & Norman 2003) Rahvaspordiürituste osalejatele on tähtsam eneseületus kui tulemus, seega ollakse vastuvõtlikumad ka turismiatraksioonidele ja muudele lisategevustele. Ollakse vastuvõtlikumad, sest spordituristi reisimise motivatsioon on teine ja just siin saavad ettevõtted genereerida erinevaid ärivõimalusi teenustele ja turismikohtadele antud regioonis (Higham 2011).

Maailma Turismiorganisatsioon on juhtiv organisatsioon turismisektoris, mis võttis 2016. aastal vastu Da Nangi deklaratsiooni, kus toodi välja, et sporditurismi peab kaasama sihtkoha üldisesse turismistrateegiasse. See toob sihtkohale kaasa sotsiaalmajandusliku arengu. Rõhutati, et tuleb leida mingi mõõdik, kuidas mõõta sporditurismi edu tulevikus. (UNWTO 2017a) Vaikselt hakavad valitsused mõistma, mis positiivseid arenguid sporditurism piirkonnale toob. Spordi kuurortite ja spordiürituste reklaamimine on muutunud üha olulisemaks (Gibson 1998b).

Kaks lähenemist, kuidas peaks korraldajad ja avalik-õiguslikud asutused lähenema strateegiliste otsuste tegemisele, et elavada majandust läbi spordiürituste, on allavoolu ja ülesvoolu etapp. Mõlemat etappi on näha ka allpool toodud joonisel 4. Peamiselt on kasutatud uuringutes allavoolu etappi, milleks on siis olemasoleva ürituse majandusliku mõju hindamine. See on kvantitatiivne mõju, mida tuleks uurida, kuid rõhku peaks pöörama sellele, kuidas muuta mõju veel tähtsamaks. Ülesvoolu etapis saab leida, millised eri elemendid on majandusarengus tähtsad. (Hautbois, Ravenel & Durand 2003)

Antud töös keskendub autor mõlemale etapile. Teoorias on võimalik etappe eristada, kuid praktikas mitte, sest korralik strateegia peab arvestama ka majanduslikku mõju.



**Joonis 4.** Ülesvoolu ja allavoolu etapid. Allikas: (Hautbois, Ravenel & Durand 2003), autori kohandused.

Vaadates majanduslikust aspektist, põhinedes senistele uuringutele, tuuakse suure potentsiaalina välja majutuskohtade pakkumist üritustel, sest võrreldes osalejate arvuga spordiüritusel, pole ürituse toimumiskohas piisavalt majutuskohti. Kohalikes turismikanalites tuleks end reklaamida pidevalt ja aastaringelt, samas teha piirkonnas toimuvate üritustega ristturundust. Välituristidele soovitatakse koostada täispakette, kus lisaks spordiüritustel osalemisega saab ta ka majutuse, toitlustuse ja turismipaketi. (Eesti Konjunkturiinstituut 2012) Lisaks tasub uurida, millised on mõjud, kui äratatakse uued osalejad: sporditurismi pakkuja ise; territoorium, mis tervitab sporditurismi läbiviimist;

või kohalik omavalitsus, kes sporditurismi kaudu soovib majandusarengu protsessi alustada ja edendada. (Hautbois, Ravenel & Durand 2003)

Spordiüritused on oluline osa sporditurismist, mis toob linnale positiivse kuvandi, kuid ka majandusliku lisakasu. Seda eriti, kui on tegemist väiksema või keskmise suuruse üritusega, mis kasutavad peamiselt olemasolevat taristut ja regiooni pakutavaid võimalusi. Inimesed soovivad tänapäeval reisida aina rohkem ja koos tervisliku eluviisiga panna proovile end üle maailma rahvaspordiüritustel, sealhulgas Tartus, kuhu tullakse ülemaailma, et osaleda näiteks suusamaratonil. Suurenevat turismi spordiürituste tõttu saab regioon kasutada ära oma arengus, kuid mis olulisem, suurendada linna külastatavust järjepidevalt. Selleks on vaja linnal läbimõeldud arengustrateegiat ja soovi teha koostööd korraldajatega.

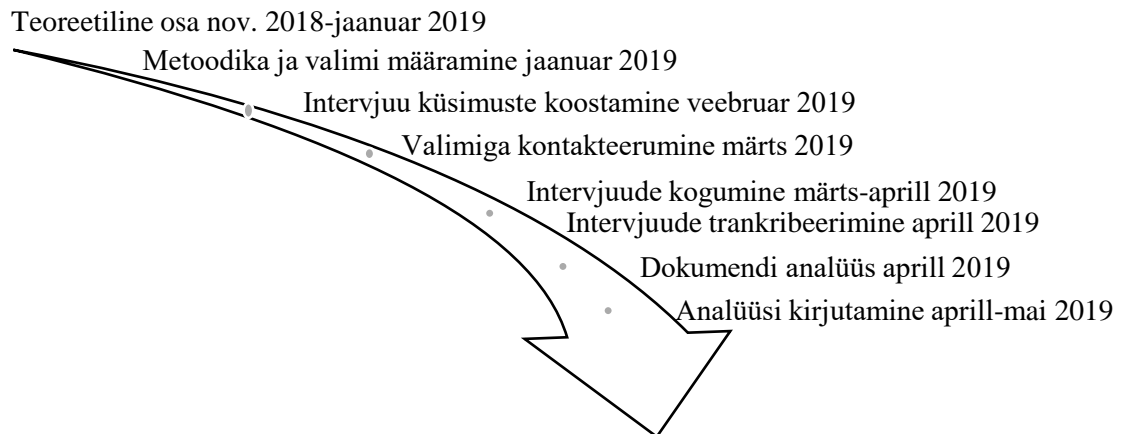
## **2. TARTU SPORDIÜRITUSTE UURING**

### **2.1. Uurimisprotsessi kirjeldus**

Käesolevas peatükis kirjeldab bakalaureusetöö autor uurimisprotsessi ja empiirilises osas läbiviidud uuringu tulemusi. Töö uurimisplaani erinevad etapid on välja toodud joonisel 5. Töö teoreetilises osas jõudis bakalaureusetöö autor senistele uuringutele ja teoreetilistele materjalile baseerudes järelduseni, et spordiürituste turismil on majanduslik mõju regioonile. Bakalaureusetöö empiirilises osas uurib autor, kuidas spordiürituste korraldajad ja Tartu Linnavalitsus saaks suurendada spordiürituste majandusliku mõju.

Autor uurib Tartut, kuna seal toimuvad suured rahvaspordivõistlused, mis on regiooni maineüritused ning toovad piirkonda välisturiste. Statistikaameti korraldatud uuringust selgub, et Eestis on suurimad spordihuvilised Tartu maakonnas. Sealsetest elanikest 34% on käinud aasta jooksul vaatamas vähemalt ühte spordisündmust. (Ots 2018)

Käesoleva bakalaureusetöö autor kasutab empiirilises osa kvalitatiivset lähenemist, mille meetoditena kasutatakse poolstruktureeritud ekspertintervjuuid ja dokumendianalüüsi. Intervjuud viidi läbi spordiürituste korraldajate ja linnavalitsuses töötavate spetsialistidega. Poolstruktureeritud intervjuus on etteantud küsimused ja vastajal on võimalus vastata avatud vastuste näol. Meetodi eeliseks on see, et intervjuu ajal saab tekkinud lisaküsimustele vastuseid küsida ja vajadusel muuta küsimuste järjekorda. (Cachia, Millward 2011: 268) Töö autor usub, et poolstruktureeritud intervjuu käigus saab väärtuslikku infot, mis aitaks tuua välja aspektid, mis suurendaksid majanduslikku mõju linna jaoks.



**Joonis 5.** Bakalaureusetöö uurimisplaan. (Allikas: autori koostatud)

Käesolevas bakalaureusetöös viidi läbi ekspertintervjuud kahe Tartu rahvaspordiüritusi korraldavate organisatsioonide juhatuste esimeestega ja kahe Tartu Linnavalitsuse spetsialistiga. Saamaks paremini aru korraldajate ja linna poolsetest otsustest võistluste korraldamisel ja hilisemateks ettepanekuteks majandusliku mõju suurendamiseks. Autor võttis ühendust kahe Tartu Linnavalitsuse töötaja ja kolme rahvaspordiürituse korraldajaga – nendest ühelt ei olnud võimalik saada vastuseid.

Tartu Linnavalitsuse üks spetsialist töötab kultuuriosakonnas, kus asub eraldi sporditeenistus, mis koordineerib ja planeerib Tartu linnas spordielu. Rahvaspordiürituste vaatenurgast võib mõne teemana tuua spordiürituste kalenderplaani koostamine kui ka toetuse andmine. (Tartu Linnavalitsus 2017a) Teine spetsialist on turundusosakonnast.

Ürituste korraldajatest valiti MTÜ Seiklushunt ja MTÜ Klubi Tartu Maraton. Seiklushunt korraldab mitmeid päevakuid, rogainisarja ja Vägilasejooksu sarja. MTÜ Klubi Tartu Maraton korraldab kuut erinevat rahva- ja eliitspordivõistlust, milleks on: Tartu Maraton, Tartu Jooksumaraton/Maastikumaraton, Tartu Rattaralli, Tartu Rulluisumaraton, Tartu Rattamaraton, Tartu Linnamaraton. Kõigil üritustel on eraldi kavas ka lastele suunatud võistlused. (Klubi Tartu Maraton n.d.)

Ekspertintervjuude küsimuste põhiteemad toetuvad teoreetilisele osale ja intervjuuplaanis on välja toodud sidusus teooriaga, mis on leitav lisas 1. Intervjuuplaan koosnes viiest põhiosast ja 11 avatud küsimusest Tartu Linnavalitsuses töötavatele spetsialistidele ja 13

avatud küsimust spordiürituste korraldajatele. Küsimused olid koostatud autori poolt, kus võeti arvesse antud bakalaureusetöö teooria osa. Intervjuude eesmärgid olid erinevad, välja toodud tabelis 2, lähtuvalt intervjuueeritavate ametikohtade erinevusest. Tegemist oli poolstruktureeritud intervjuudega, seega küsiti täiendavalt lisaküsimusi. Näost-näkku intervjuud salvestas autor enda nutitelefoni, samuti tegi märkmeid intervjuu ajal.

**Tabel 2.** Ekspertintervjuudes osalenute nimed ja intervjuu eesmärk

Huvigrupid	Intervjuueeritav	Eesmärk
Turismi ja spordi ekspert Tartus	Kaari Perm	Viia läbi intervjuu Tartu Linnavalitsuse turundusspetsialistiga eesmärgiga saada teada, kuidas panustatakse linnas rahvaspordiürituste turundusele ja läbi selle majandusliku kasu saamisele.
	Veljo Lamp	Viia läbi intervjuu Tartu Linnavalitsuse sporditeenistuse juhatajaga eesmärgiga saada teada, kuidas spordiga tegelev osakond aitab või soosib linnas korraldavaid spordiüritusi, mis tooksid linnale korduvaid või uusi turiste.
Spordiürituste korraldajad	Indrek Kelk	Viia läbi intervjuu MTÜ Klubi Tartu Maratoni peakorraldajaga, saamaks teada ürituste sarja majandusliku mõju ja aspekte, mis suurendasid spordiürituste mõju linnale.
	Arvi Anton	Viia läbi intervjuu MTÜ Seiklushundi projektjuhiga, saamaks teada väiksema mastaabiga siseturismi seisukohast oluliste ürituste arvamust majandusliku mõju suurendamisest.

Allikas: autori koostatud.

Töös kasutatud ekspertintervjuud viidi läbi kahe Tartu Linnavalitsuse töötaja (edaspidi spetsialist) ja kahe rahvaspordiürituste peakorraldajaga (edaspidi korraldaja), kes olid ka organisatsiooni juhatuse esimehed. Intervjuud viidi läbi otsese kohtumise teel, kestvusega 36–56 minutit, ning üks meilisuhtluses ajavahemikus 02–29.04.2019, mida on võimalik näha ka tabelis 3. Autor valis valimi sihipäraselt: Tartu Linnavalitsuses sporditurismi ja spordiürituste valdkonnas töötavad spetsialistid ja Tartu peamiste rahvaspordiürituste esindajad, kellest ühe ürituste sari on suurima majandusliku mõjuga nii siseturismi kui väliturismi seisukohast ja teise korraldatud üritused on tähtsaimad Tartu seisukohast.



**Tabel 3.** Ekspertintervjuudes osalenute nimed, organisatsioon, roll organisatsioonis ja intervjuu pikkus

Intervjueeritav	Organisatsioon	Roll organisatsioonis	Intervjuu pikkus
Kaari Perm	Tartu Linnavalitsus	Turundusspetsialist	36 minutit
Veljo Lamp	Tartu Linnavalitsus	Sportiteenistuse juhataja	55 minutit
Indrek Kelk	MTÜ Klubi Tartu Maraton	Võistluste peakorraldaja, juhatuse esimees	56 minutit
Arvi Anton	MTÜ Seiklushunt	Projektijuht, juhatuse liige	Meili vahendusel

Allikas: autori koostatud.

Spordiürituste korraldajate valikus lähtuti seisukohast, et oleks esindatud väiksema osalejaskonnaga võistlused kui ka rahvusvaheliselt tuntud võistlused. Selleks ei saanud lähtuda ainult Tartu linna piirist, kuna näiteks Klubi Tartu Maratoni korraldatud suurim üritus Tartu Maraton küll toimub Otepää-Elva distantsil, ent võistluskeskus ja melu toimub ikkagi Tartus. Samuti on spordiürituste nimes läbivalt Tartu, mis on reklaamiks Tartu linnale. Üldiselt on raske eristada rahvaspordiürituste turismis erinevaid omavalitsuse piire, kuna tahes-tahtmata on väiksuse tõttu üritused ja mõju kandunud ka kõrval olevatele regioonidele, eriti Tartu puhul. Bakalaureuse töö autor nõustub Veljo Lambi (2019) öelduga: „Hellitavalt ütleme, et Tartu on Lõuna-Eesti pealinn. Spordiüritust ei saa võtta Tartu kesksena. Olgugi, et Tartu Maratoni start Otepääl ja finiš Elvas, siis seostub ikka rohkem Tartu Maratoni nimega. Suuresti näeme potentsiaali Lõuna-Eesti võistluskeskuseks Tartus ja üritused viiakse loodusesse, et kasutada ära seda“.

Pärast intervjuude läbiviimist ja transkribeerimist alustas autor intervjuude analüüsi. (Alumäe, T. *et al.* 2018) Bakalaureusetöö autor viis läbi ka dokumendianalüüsi, mille eesmärk oli hinnata, kuipalju on Tartu strateegilistesse dokumentidesse sisse viidud sporditurismi olemust ja leida, kui suur osa on välituriste rahvaspordiüritustel.

## 2.2. Dokumendianalüüsi ja intervjuude tulemused

Dokumendianalüüsis kasutatud dokumendid ja saadud tulemused töö teemablokkide lõikes on näha tabelis 4. Analüüsis leiti, millistes dokumentides ja millisel määral on kajastatud sporditurismi olulised teemad ja arengud. Antud töös keskendutakse nii üles kui allavoolu etapile, kus korraldajad ja avalik-õiguslikud asutused koostavad strateegiaid arvestades majanduslikku mõju, kuid leiavad võimalusi majandusliku mõju suurendamiseks. Sporditurismi üheks osalejaks loetakse kohalikke poliitikatagijaid.

Nende peamine eesmärk on arendada rahvaspordiüritusi turismisektori vaatenurgast ja ülesandeks tuua võimalikult palju turiste väljaspool ürituse toimumise regiooni.

**Tabel 4.** Dokumendianalüüsis kasutatud materjalid ja saadud tulemid teemade lõikes

Teema	Dokument	Dokumendi relevantsus	Tulem
I. Kulutused majutusele	„Majutusstatistika ülevaade riigi järgi 2018 vrs 2017“ viide	Toob välja statistika turistide päritolu ja ööde kohta Tartus.	2018. aastal ööbis 301 994 turisti 489 562 ööd. Tartus
	„Majutuse pakkumine ja nõudlus Tartus portaali Airbnb.com kaudu, 2017-2018“	Alternatiivmajutuse pakkumine ja selle kasutamine Tartus.	majutusvõimalusi kuni 3200-le inimesele. Airbnb kaudu 11 685 turisti, kes veetsid seal 22 933 ööd.
	„Statistiline ülevaade Tartu 2017“ viide	Majutusvõimaluste, muutus ja turistide ööbimised.	Pakettides põimida spordiüritused majutusvõimalustega.
	„Tartu linna arengukava aastateks 2013-2020“	Tartu erivaldkondade arengule suunatud arengukava.	
II. Muud kulutused	„Statistiline ülevaade Tartu“ 2008-2017 viide	Spordiürituste toetused, suurimad üritused ja maineüritused.	Toetust said 2018. aastal MTÜ Seiklushunt 4000 eurot Klubi Tartu Maraton 115 850 eurot.
	„Kultuuriprojektid 2019“	Rahalised toetused spordiüritustele.	
III. Osalejad, külastajad, vaatajad	„46 Tartu Maraton“ „Tartu Maraton“ „Tartu Maraton“ „Tartu Linnamaraton“ „Tartu Jooksumaraton / Maastikumaraton“ „Tartu Rattamaraton“ „Tartu Rattaralli“ „Tartu Rullisumaraton“	Klubi Tartu Maratoni poolt korraldatavate ürituste statistika leidmaks osalejate ja välisosalejate osakaalu.	Tartu Maratonil välismaalt 17%, Tallinnast üle 30%. Välisosalejate arv suurim. Teistel üritustel välismaalasi 5-22%, Tartu Rattarallil enim.
IV. Koostöö	„Arengustrateegia TARTU 2030“	Pikk arengukava saavutamaks paremat Tartut.	Üritused aastaringsest. Koostöö regioonide omavalitsustega, korraldajate, haridusasutuste ja erasektoriga.
	„Tartu Linna arengukava 2018-2025“	Lähiaastate arengukava, tegevused arendamiseks sporditegevust.	

Allikas: (EASi turismiarenduskeskus 2018; Klubi Tartu Maraton 2018a; b; c; d; e; 2019 a; c; SA Tartumaa Turism 2018; Tartu Linnavalitsus 2015a; b; 2018a; b; 2019a), autori koostatud.

Peale kohalike poliitikategijate on sporditurismis oluline osaleja spordiürituse korraldaja, kelle eesmärk on suurendada oma ettevõtte majanduslikku seisut ja muutuda ürituste korraldamisel üha efektiivsemaks. Spordiürituse korraldaja peamine sissetulek tuleb osavõtumaksudest ja erinevatest toetustest, mis mõlemad on tugevalt seotud osalejate arvuga. Tartu Linnavalitsuse spetsialistide ja rahvaspordiürituste seisukohad on toodud teemade kaupa allpool tabelis 5.

**Tabel 5.** Ekspertintervjuudes osalenud Tartu Linnavalitsuse töötajad ja rahvaspordiürituste korraldajad ning nende seisukoht teemade kaupa.

Intervjueeritav Teema	Tartu Linnavalitsus	Rahvaspordiürituste korraldajad
I. Kulutused majutusele	Erasektor, koostöö õppeasutustega - põrandamajutus. Alternatiivsed võimalused. Lisategevus; muuseumeid, eriprogrammid.	Klubi Tartu Maratoni üritustel 95% Tartu majutust. Majutatakse vajalikke inimesi. Läti, Venemaa ja Soome. Seiklushundil ühepäevased üritused ja osalejad Eestist.
II. Muud kulutused	Rahaline toetus. Kulutused spordirajatistesse ja -paikadesse. Liiklusmuudatustest teatamine, kanalite haldamine. Veebipõhine registreerimisvorm. Ilmastiku mõju vähendamine.	Klubi Tartu Maratoni eelarvest 50-55% osavõtumaks Seiklushundi võistluste eelarvest 70-90% osavõtumaks
III. Osalejad, külastajad, vaatajad	Suurendab tuntut ja mainet, turisti ööbimine. „Kompott“ – ühispaketid. Programmide, lisateenused, tasuta transport,.	Kasumlikkus Eesti = välisurist. Osalejad: lojaalsed ja uued.. Kaasaelajaid vähe. Sotsiaalmeedia, sõbra soovitusel.
IV. Koostöö	Isetegevus halb, linn vastutab linnaruumi eest (teavitustöö). Soositakse üritusi - vähe bürokraatiat. Rahaline abi, paindlikkus, vaba suhtlus. Sponsorite mure.	Linn selja taga, rahaline toetus. Koostöö ettevõtetega nõrk, üle Eesti
V. Tartu tugevused ja nõrkused	+ Lühikesed distantsid, linna tempo, kompaktnes. – Kõik kesklinnas (ei mahu linnaruumi), tihe suvi, majutus, logistika, koostöö aeglus. Rohkem väiksemaid üritusi	+ Erinevad alad. Tartu kompaktsus. – Sponsorite leidmine.

Allikas: autori koostatud.

### 2.2.1. Kulutused majutusele

Peatükis 1.3 toob käesoleva töö autor välja, et tulenevalt teooriast on rahvaspordiüritusest peamine piirkonnale saadav otsene tulu majutusasutusele kulutatud summa ja ööbimiste arv. 2017. aasta lõpu seisuga oli Tartu linnas erinevaid majutusvõimalusi ligi 3200-le külalisele. Seda nii hotelli, hosteli, apartemendi, külaliskorteri ja kodumajutuse näol. (Tartu Linnavalitsus 2018a). 2018. aastal majutati 301 994 turisti, mis võrreldes eelneva aastaga on 6,38% rohkem. Ööbimiste arv oli 2018. aastal 489 562 ööd, seega turist ööbis keskmiselt 1,62 ööd Tartus. Välisuriste osakaal kõikidest turistidest on veidi üle 45% ehk 137 174 turisti, kellest igaüks ööbis keskmiselt 1,73 ööd. Kõige rohkem on turistide ööbimisi juulikuus ja turiste tuleb enim naaberriikidest – Soomest, Lätist ja Venemaalt. (SA Tartumaa Turism 2018)

Aina rohkem pakutakse traditsioonilistele majutusvõimalustele konkurentsi ka Airbnb.com kaudu: 2018. aasta juulikuus oli üüripindu 300, millest madalhooaega veebruaris jäi alles 200. 2018. a esimese üheksa kuu jooksul broneeriti Tartus airbnb.com kaudu välja erinevaid üüripindu 18 629 ööks ja kogutulu selle aja jooksul oli 1,02 miljonit. Keskmiselt oli reisiseltskonnas 2,2–2,6 inimest, kes tulid ööbima puhkuse, töö või muul põhjusel. (EASi turismiarenduskeskus 2018). Rahvaspordituristi, kes tuleb osalema üritusele liigitatud ei ole, kultuuri või spordituristi eraldust statistikas pole.

Majutuskuludel on suurim potentsiaal suurendamiseks majanduslikku mõju piirkonnale, kuna osalejate arv on enamasti suurem majutuskohtade arvust. Tegelikuses on see piiratud tulu, kuna võistluse toimumise regioonis pole piisavalt majutusasutusi. Tartus on tugevalt tunda majutusasutustes hooajalisus, mis on sõltuvuses erinevate messide ja konverentsidega, mistõttu ei saa öelda, et majutusi on puudu, kuna väljaspool hooaega on majutusasutused tühjad. Majutusasutuste puudumine on küll enamasti erasektori hallata, kuid koostöö linnaga aitaks hoida turiste võistluspiirkonnas kauem – see suurendaks majandusliku mõju veelgi.

Mõlemad spetsialistid tõid välja, et linn ei saa suurendada majutuskohtades voodikohtade arvu või sekkuda erasektori otsustesse, kuid majutust on võimalik pakkuda põrandamajutuse vormis linna hallatavates haridusasutustes või kõrgkoolides. „Linn ei ehita ise midagi, hotelli või asutust ei oma, aga oleme teinud koostööd õppeasutustega,

kellel on olemas majutus.“ (V. Lamp 2019). Turundusspetsialist tõi välja asjaolu, et inimesed võiks võimalusena tulla välja alternatiivmajutusasutuste pakkumisega, näiteks Airbnb kaudu, mis linnale pole kasulik, kuna ei lähe kirja ööbimisena, kuid erandjuhtudel aitab. Samuti tõdes, et suuremaid üritusi polegi võimalik turundada, kuna pole pakkuda majutuskohhti, samas sooviks linn siduda spordiüritusi majutusvõimalustega, see tuli välja dokumendianalüüsist.

Kulutused majutusasutustele sõltuvad veel ürituse pikkusest ja programmist, mis on väljaspool võistlust loodud. Seiklushundi poolt korraldatud rahvaspordiüritused on ühepäevased, seega majutusasutuste kulutused on minimaalsed. Klubi Tartu Maratoni üritused koosnevad lisaks põhidistantsile lastejooksudest ja muudest üritustest, mis teevad programmi mitmepäevaseks. Kuuest üritusest on kolm Tartu-kesksed, ülejäänud on jagunenud suuremale alale ning hõlmanud Otepää ja Elva piirkonna.

Indrek Kelgu arust võib eeldada, et kolmel Tartu kesksel üritusel kasutatakse 95% linnas olevaid majutusasutuste kohtadest. Ainuke koostöö, mis majutusasutustega käib on korraldajate ja vabatahtlike majutamine, mis võtab Kelgu hinnangul 1,5 hotellitäit üheks ürituseks. Majutusasutuste reklaamimine pole korraldajale finantsiliselt kasulik ja tegelikult mõttetu, kuna ürituse ajal on piirkonna majutus täiesti ära broneeritud. Kõige rohkem välisosalejaid tuleb Venemaalt, Soomest ja Lätist, kust võib eeldada, et tulevad ka suurimad rahalised kulutused. Leides kogukulutusi majutustele, tuleb vaadata osalejate päritolu. „Üldiselt on selline kirvereegel on, et üks kolmandik on Tartu ja Tartumaa, siis üks kolmandik on Tallinn ja Harjumaa ja üks kolmandik on siis ülejäänud Eesti ja välismaa nii-öelda kokku“ (I. Kelk 2019).

### **2.2.2. Muud kulutused**

Linna poolt vaadatuna on muude kulutuste all näiteks toetused ürituste toimumisele. Tartu linn jagab suurematele spordiüritustele rahalisi toetusi, seda eeldusel, et äratada huvi nii linnakodanikes kui väljaspool regiooni olevatel spordisõpradel. Käesoleva töö autor analüüsis kümne aasta ulatuses Tartu linna ülevaateid (2008 kuni viimane kättesaadav 2017), leidmaks mida ja palju kajastatakse aastaülevaadetes rahvaspordiüritusi. (Tartu Linnavalitsus 2019b)

Spordiürituste ja -projektide arv on aastalt aastale muutunud vahemikus 2008–2013, seda on näha tabelist 6. Klubi Tartu Maratoni toetused on sellel ajavahemikul olnud stabiilsed, pigem kasvavas trendis. 2009–2012 aastal kuulus Klubi Tartu Maratoni üritustesarja viis erinevat rahvaspordiüritust: Tartu Rattamaraton, Tartu Rulluisumaraton, Tartu Rattaralli, Tartu Jooksumaraton ja Tartu Maraton. 2013. aastal lisandus sarja ka Tartu Rulluisumaraton. Tartu Maratoni nimetakse antud dokumentides kui Tartu maineüritust. Suurimad rahalised toetused spordiürituste ja -projektide vallas on läbi aastate saanud Klubi Tartu Maraton. (Tartu Linnavalitsus 2010; 2011; 2012; 2013)

**Tabel 6.** Tartu statistilised ülevaated

Aasta	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Spordiürituste ja -projektide toetus arv	227	196	121	177, s.h 10 rahvaspordi-üritust	224, s.h 7 rahvaspordi-üritust	225, s.h 7 rahvaspordi-üritust
Toetus Klubi Tartu Maratonile		690 000 krooni	580 000 krooni	37 068 €	39 000 €	44 000 €

Allikas: Autori koostatud (Tartu Linnavalitsus 2010; 2011; 2012; 2013)

Kõige hilisemates statistilistes ülevaadetes 2014–2017 ei ole enam välja toodud Tartu spordiürituste ja -projektide toetamise statistikat ega toetuste suuruseid. Toodud on ainult võimalused spordi harrastamiseks ning spordiklubide ja harrastajate arvud. (Tartu Linnavalitsuse kultuuriosakond 2015; Tartu Linnavalitsus 2018; 2017b; 2016)

Tartu linna spordivaldkonna toetustes 2019. aastal on näha, et MTÜ Seiklushunt on saanud toetust 5. Tartu rogainile ja Seiklushundi päevakutele, mõlemale 2000 euro suuruses. Turismi arvestusse päevakute sari enamasti ei lähe, kuna tegemist on nädala sees toimuva 20 erineva orienteerumisvõistlusega. Kui vaadata suuremaid spordiprojekte, siis selle aastane suurim toetus läheb Rally Estoniale, kuid rahvaspordi definitsiooni alla see kindlasti ei lähe. Klubi Tartu Maraton on saanud 46. Tartu Maratoni korraldustoetuseks 33 000 eurot, kokku erinevate ürituste peale 115 850 eurot. (Tartu Linnavalitsus 2019a)

Tartu linn paneb rahaliselt öla alla mõlemale üritusele, mida on näha ka dokumendianalüüsis välja tulnud summadele. Olgugi, et alati võiks olla toetused suuremad, siis korraldajale on olulisem stabiilsus, mida Tartu linna on Klubi Tartu Maratonile taganud. „Seitse–kaheksa protsenti meie eelarvest on Tartu linna toetus, nii et

see on ikkagi ühe institutsioonina üks suuremaid üldse.“ (I. Kelk 2019) Ülejäänud ürituse eelarve koosneb osavõtumaksudest, toetustest ja sponsorlusrahast. Klubi Tartu Maratoni eelarve kogutuludest on umbes 50–55% osavõtumaks. Samas Seiklushundil, olenevalt üritusest, on eelarvest 70–90% osavõtumaks. Sponsorrahad on oluline komponent eelarvest, kuid koostöö kohalike ettevõtetega on nõrk.

Spetsialistid toovad veel välja, et rahvaspordiürituse korraldamine ei too peale toetuste lisakulutusi. Linn peab olema valmis aga teavitama liiklusmuudatustest ürituse ajal, mis on mõlema linnaspetsialisti jaoks väga oluline aspekt. Teavitustegevust saab teha eri kanalites, kaasa arvatud sotsiaalmeediakanalites. „Meie enda kanalid on alati tasuta, nii linlasele kui meile, meediakanalid just, linna koduleht, sotsiaalmeediakanalid, mis on *visit Tartu* Instagram, Tartu linna Facebook ja *South-Estonia* Facebook.“ (K. Perm 2019). Veljo Lamp tõi välja, et tehakse linna poolt ka suuri kulutusi spordirajatistesse ja -paikadesse, mille investeringute järgselt on võimalik korraldada seal spordisündmusi.

Linna poolt peaks tulema initsiatiiv turismi elavdamiseks ja turistide kulutuste suurendamiseks läbi erinevate meelelahutusvõimaluste väljaspool spordivõistlust. Osalejate meelitamiseks pakutakse lisateenuseid ja aidatakse osalejatel sisustada vaba aega. Veljo Lamp (2019) lisab, et üritusest osavõtjatele pakutakse tasuta ühistransporti ja ühispakette, kus pealtvaatajad või osalejad saaks soodsamalt või tasuta külastada muuseumeid, AHHAA keskust või Aura veekeskust. Kaari Perm tõi välja, et välistungudele turundatakse üritust „kompotina“ ehk reklaamitakse sihtturule kõiki spordiüritusi koos erinevate meelelahutus- ja toitlustusettevõtetega.

Korraldajatel on võimalik spordiüritustele lisaks pakkuda ka toitlustusvõimalust, mis on üritusele lisandväärtus. Seiklushundil aitab toitlustust teha koostööpartner Jõgevamaalt, aga Klubi Tartu Maraton toitlustusettevõtetega koostööd ei tee. Seda põhjusel, et stardi-finiši ning sekretariaat koos numbrite väljastamisega, on erinevas kohas. Kui stardikoht asub Raeplatsil või mujal linnas siis ollakse ka ruumikitsikuses. Ainuke toitlustusvõimalus, mida Tartu Maraton pakub on eelneval päeval korraldaja poolt toimuv *Pasta Party* võistluskeskuses, kuid initsiatiiv selleks tuli teiselt ettevõttelt. „Seega põhimõtteliselt saavad nendest linna tulevatest osalejatest kliendid kõikidele Tartu toitlustusasutustele“ (I. Kelk 2019) See võiks tähendada, et toitlustusasutused sooviks

meelitada uusi kliente just nende ettevõttesse, kuid peakorraldaja sõnul ei toimu meil see nii nagu mujal maailmas. Antud valdkonnas saaks toitlusasutused arenda kõvasti.

### **2.2.3. Osalejad, külastajad, vaatajad**

1960. aastal toimus esimene Tartu Maraton 55-kilomeetrisele distantsile Tartu-Kääriku vahelisel lõigul, kus lõpetas 210 inimest. Välismaalased osalesid esimest korda 1982. aastal, kus oli kõigest 98 välisosalejat 5072 lõpetajast. 1985. aastal oli välisosaluste osakaal juba üle 10%. Kõige suurem välisosalusega Tartu Maraton toimus 1997. aastal, kui osaleti 65-kilomeetrisele distantsile marsruudil Otepää-Elva, kus 24,5% lõpetanutest olid välismaalased. Kõige rohkema osavõetuga Tartu Maraton toimus 1986, kus täisdistsantsi lõpetas pea 10 000 suusatajat. Lumepuuduse tõttu ära jäänud võistluste pärast on rahvaarv suurelt kõikunud, nii ka välisosaluste arv. Perioodil 1994–2019 kui Tartu Maraton on toimunud, siis välismaalaste osakaal lõpetajatest 10–24,5%, arvuliselt olnud 1213 ja 5970 vahel. Võrreldes täispika distantsiga on lühidistsantsil olnud alati osalejad vähem, välisosalusi lühemalt distantsil 5–20%. (Klubi Tartu Maraton 2019c)

2019. aasta Tartu Maratoni erinevatel distantsidel koos laste ja lisaõitusega osales kokku 7040 inimest. 63- ja 31-kilomeetrisele distantsile oli kokku 4867 osalejat, kellest veerand osales lühidistsantsil. Osalejatest oli 17% ehk 831 rahvasportlast välismaalt: 36 erinevast riigist. Kõige enam tuli osalejaid Venemaalt, kus oli üle 200 suusatajat, Soomest 133 ja Lätist 91. Samuti tuldi Lõuna-Eestisse suusatama Poolast, Norrast, Prantsusmaalt, USAst, Valgevenest ja Iisraelist. Siseturismi koha pealt on oluline vaadata palju tuleb osalejaid väljaspoolt regiooni. Tallinnast tuli põhidistsantsidele osalema 1525 osalejat, mis on üle 30% kõigist osalejatest. (Klubi Tartu Maraton 2019a; b)

MTÜ Tartu Kuubiku korraldab lisaks Tartu Maratonile veel viit üritust, mida on näha Tabelis 7. Teistel üritustel on olnud välismaalasi vähem kui talvisel Tartu Maratonil. (Klubi Tartu Maraton 2018e) Tartu Rattaralli ja Tartu Rattamaratoni vahe seisneb selles, et rallit sõidetakse kevadeti ja asfaldil, kuid maratoni sõidetakse sügiseti maastikurajal. Tartu Rattaraalil 2018. aasta põhidistsantsi 1513 lõpetanust oli pea iga neljas pärit välismaalt. (Klubi Tartu Maraton 2018d). (Klubi Tartu Maraton 2018c)



**Tabel 7.** Klubi Tartu Maratoni üritused

Üritus	Algus aasta	Lõpetanud 2018. põhidistantsidel	Välismaalaste osakaal põhidistantsidel
Tartu Jooksumaraton/ Maastikumaraton	1983	1519	5-6%
Tartu Linnamaraton/ Sügisjooks	Taastati 2012 42,2; 21 ja 10km	2966	42,2 ja 21km viimasel neljal aastal 10-15%.
Tartu Rattaralli	1997 Lühike ja pikk distants	3386	Viimastel aastatel Pikal distantsil üle 22%
Tartu Rattamaraton	1998 2–3 erinevat distantsi	2482 pikal, kokku 7988	15–19% 2018 – 471 välisosalejat
Tartu Rulluisumaraton	2007, 2 distantsi. 2015 lisandus 10km	824	>10%. Viimastel aastatel 15–18%

Allikas: (Klubi Tartu Maraton 2018a; b; c; d; e), autori koostatud.

1983. aastast korraldati Tartu Sügisjooksu, mis viidi 1999. aastal maastikule Otepää-Elva lõigul ning aastast 2000 tõsteti kevadisele ajale maikuisse. Sellest ajast muudeti nimi Tartu Jooksumaratoniks, alates 2018. aastast uue nimega Tartu Maastikumaraton, kus läbitakse 42,2; 24,1; 10 või 5 kilomeetrit. Lisaks tavapärased lastejooksud ja ürituse raames toimuv Heateo jooks. (Klubi Tartu Maraton 2018b) 2012. aastal taastati eraldi üritusena sügisene asfaldil joostav Tartu Linnamaraton, kus võimalik osaleda ka täispikal maratoni distantsil. Sellest ajast jäi Sügisjooksu nime alla 10-kilomeetrine distants ja 2013. aastast lisati võistlusele ka poolmaratoni distants. Lisaks korraldatakse muude üritustena Tudengijooksu ja lastejookse. Eelmisel aastal osales kõigil distantsidel kokku 7360 osalejat. (Klubi Tartu Maraton 2018a)

MTÜ Seiklushunt korraldab erinevaid üritusi: orienteerumispäevakud, rogainid, Vägilase jooks ja TrailHunt. Suurim ürituste sari on Seiklushundi päevakud, kus igal kevadel ja sügisel on 10 võistlust erinevatel Tartu maastikel, kus osaleb keskmiselt 375 osalejat igal päevakul. Päevakute sarjal on osalejad enamasti pärit Tartust. (MTÜ Seiklushunt 2019a) Rogainide sarja kuulub 3 osavõistlust, mis kõik leiavad aset Lõuna-Eestis ja üks Tartu linnas. (MTÜ Seiklushunt 2019b) 2019. aastal viiendal Tartu Rogainil osales peaaegu 200 kahe kuni viie liikmelist võistkonda. Kuigi kümnekond võistlejat olid Venemaalt, siis siin võistlustel on näha suurt osalejaskonda väljaspool Tartu regiooni. (MTÜ Seiklushunt 2019 c) Vägilase jooksu sarja kuulus 2018. aastal kolm erinevat takistusjooksu, millest ühe võistluskeskus oli Tartus ja teine Lähel. Lähel lõpetas üle

360 jooksja, kellest üle 20 olid väljastpoolt Eestit. (Vägilase jooks Lähte ... 2019) Tartu Vägilase jooksul lõpetas veidi alla 200 osaleja. (Vägilase jooks 1 ... 2019) Seega Seiklushundi poolt korraldatud üritused on toonud osalejaid rohkem Tartu regiooni seest, kuid suurematel üritustel on keskendunud ka väljastpoolt regiooni tulevatele osalejatele.

Indrek Kelk nõustus töö autori arvamusega, et rahvaspordi võistlustel osalevad ka eliitsportlased, kuid nende osakaal kõigist võistlejatest on väike. Inimesed osalevad spordiüritustel, et kogeda elamust. „Kellele elamus sellisest suurtest massiüritusel osalemist, kellele see laulupeotunne, kellele elamus enda füüsilisest proovilepanekust, kellele millegagi tavapärasest erineva igapäevaelust erinev hakkama saamisest. Elamus sellisena ühe suure pealkirjana on kõige õigem“ (I. Kelk 2019) Seiklushunt toob veel välja, et tullakse aega veetma koos tuttavatega ja sooviga harrastada tervislikke eluviise.

Tartu Kuubiku sarja osalejad saab jagada kahte gruppi: lojaalsed osalejad, kes käivad aastaid spordiüritustel ja uued osalejad. Sellest lähtuvalt ongi turundustegevus kahesuunaline, millest esimesel juhul keskendutakse lojaalsetele, kellele tuletatakse meelde ürituse toimumist ja keda premeeritakse viie, kümne või kahekümne osalemiskorra eest vastavalt hõbemärgi, kuldmärgi või saadiku tiitliga. Teine suund turundustegevusest keskendub uute osalejate meelitamisele, mis hõlmab päriselu näidete toomist, kus on selgelt näha, et kõik on võimalik – sellel aastal näiteks Grete Lõbu, kes läbis ilma suusataustata täispika maratoni. Seiklushunt proovis algusaastatel leida uusi osalejaid teistelt spordiüritustel, kuid nüüd tulevad osalejad sõprade soovitusel ja kutsel.

Turundustegevus käib enamasti sotsiaalmeedias, seda mainivad mõlemad rahvaspordiürituste korraldajad ja see on aidanud kaasa uute osalejate kasvule. Indrek Kelk toob välja, et neil pole majanduslikult mõttekas teha suurt välisturundust, kuna nende tulu ei sõltu osaleja elukohast ehk välismaalane või kohalik osaleja, nende tulu on ikka samasugune osavõtutasu. „Tegelikult see lisatulu, mis välisosaleja siia toob, jääb kõigi teiste kätte ja tegelikult olekski õige, et mitte ainult see ei ole meie mure Tartu maratoni reklaamida, vaid tegelikult kõikide nende kasusaajate palju suurem huvi ja mõte olekski reklaamida neid üritusi, mis Eestis on.“ (I. Kelk 2019)

Kuigi pealtvaatajad otsest majanduslikku lisa korraldajale ei too, võib see olla oluline uue osaleja motiveerimiseks, eriti oluline on spordiüritustel käimise harjumuse tekitamine lapseas. Pealtvaatajad toovad kasu ainult regioonile ja linnale, kui kulutakse toitustus-,

majutus-, või meelelahutusasutustele. Klubi Tartu Maratonil on lasteüritused kujunenud eriti populaarseks, ka kaasaelajate seas. Põhisõitudel on publikult väga vähe. Indrek Kelgu arvamusel: „oma süü, kui nii võib öelda, kindlasti selles, et meie üritused ikkagi toimuvad sellise metsade-mägede vahel, kus ei ole väga mugav vaatamas käia.“ Ta loodab, et publikut oleks rohkem, samas tõdeb, et eestlane pole kunagi olnud väga kuumavereline spordipublik. Samas toob välja, et kui Rein Taaramäe või Tanel Kangert osalevad, on huvi suurem, kuid staarosalejate meelitamiseks pole finantsilist võimekust.

„Oleme suutnud sisuliselt turuliidrina siin Baltikumis olla,“ leiab Indrek Kelk (2019), arvestades asjaolu, et üritustel osalemine on võrreldes Tallinna Maratoniga palju keerulisem ja ebamugavam, kuna tuleb sõita „kuskile pärapõrgu metsade-mägede vahele, võtta suusad kaasa ja olla kodust mitmesaja kilomeetri kaugusel“. Klubi Tartu Maraton on uhke, et suudavad meelitada siiani masse metsa. „Järelikult midagi me teeme seal õieti, et need emotsioonid, mida inimesed ja osalejad saavad, kutsuvad neid uuesti tagasi ja kutsuvad nende tuttavaid proovima, kes varem ei ole kaasa löönud.“ (I. Kelk 2019)

#### **2.2.4. Koostöö**

Sporditurismi ja spordiüritused peaks kaasama turismistrateegiasse, kuna see tutvustab asukohta ja mõjub majanduslikule arengule positiivselt. Mõlemad linnaspetsialistid töid välja, et rahvaspordiürituse korraldamine on kõige tähtsam linnamaine seisukohalt – näitab Tartu aktiivsust. Toob kokku inimesed, kellel tekib huvi Tartut näha, lisaks spordiüritusest soovitakse külastada siinseid vaatamisväärsusi või muuseumeid. Turundusspetsialist tõi välja, et kui jäädakse ööbima, on see linnale turunduse ja turismi jaoks statistiliselt oluline, sest eesmärk on ikkagi kasvatada turistide arvu. Ilma ööbimiseta turisti külaskäik kirja ei lähe.

Tartu linnajuhtimise strateegilise alusdokumendi Tartu 2030 eesmärkides on välja toodud soov saada tuntud turismi ja puhkuse sihtkohaks, mille juurde käib aktiivse (rahva)sporditurismi arendamine. Soovitakse olla rahvusvahelises spordielus tähtsal kohal Tartu unikaalsete spordisündmustega, mis toimuksid aastaringelt ja oleksid korralduselt heatasemelised. Siinjuures on oluline ka koostöö teiste regiooni omavalitsustega, kus toimuvad rahvusvaheliselt teadvustatud spordiüritused. Selle jaoks toetatakse Eestis ainulaadseid rahvusvahelisi tipp-sündmusi, mis on olulise tähtsusega

turismisektorile. (Tartu Linnavalitsus 2015a) Samuti soovitakse suurendada spordi ja eri sektoritevahelist koostööd läbi ühiste teemade arutelude, ürituste turundamise ja korraldamise. (Tartu Linnavalitsus 2015b)

Sporditurismi ja spordiürituste mõju suurendamiseks on vaja suurendada koostööd erinevate huvirühmade, sektorite ja organisatsioonide vahel: linna ja korraldajate; ettevõtjate ja teadlaste ning era- ja mittetulundussektori teenuste pakkumisel. Linn proovib leida sündmuste korraldajatele lihtsaid ja hästi toimivaid võimalusi info levitamiseks ning soodustatab suurürituste korraldamist. Koostöös erasektoriga hoiab linn korras ja arendab spordirajatisi. Tartu on võtnud eesmärgiks koostöö haridusasutustega, et arendada kultuurielu ja suurendada noorte spordialast kompetentsi. (Tartu Linnavalitsus 2018b)

Veljo Lamp (2019) ütles tabavalt: „Linn ise ju üritusi tegelikult ei korralda“. Mõlema spetsialisti jaoks on oluline teha korraldajale korraldus väga lihtsaks, et see tekitaks motivatsiooni korraldajatel siin korraldada, mis on veebipõhise ürituste registreerimisvormiga saavutatud. Samuti pakutakse korraldajale paremaid võimalusi ürituse toimumise kohaks, et häirida linnaelu vähem jättes vaadeldavuse üritusel heaks. „Tahame olemasolevaid üritusi, mis Tartus juba märgilised on, et need toimiksid, säiliks ning muutuks veel suuremaks ja veel avatumaks.“ (V. Lamp 2019) Ta tõi välja, kuidas Tartu kõige märgilisem rahvaspordiüritus Tartu Maraton on jäänud mitmel korral lumepuuduse tõttu ära, see on mõjutatud nii siseturisti kui välisküllastajate külastatavust. Selleks proovib linna koostöös korraldajatega leida võimalusi olla ilmastiku kindlam ning toota ise piisavalt lund. Samuti on jätkusuutlikkuse seisukohast oluline, et toimuks koostöös linlaste teavitamine, sest on olnud juhtum, kus inimesed jäid oma kodudesse lõksu või ei saanud koju, kuna korraldajad olid teinud viimasel hetkel trassimuudatusi. Linnavalitsuse avatuse ürituste vastu võtab hästi kokku ütlus: „kantseleis on linnapea üks alati lahti, kui ürituse korraldaja tahab teha ettepaneku, et ma tahan siin sihukest asja teha, siis me leiame nagu võimaluse“ (K. Perm 2019). Linna poolt ollakse väga positiivselt meelestatud, et üritusi korraldataks regioonis. Kuigi koostöö linna ja korraldajate vahel on oluline, leiab sporditeenistuse juhataja, et omavalitsus võib-olla ei peakski nii palju sekkuma, kuna hea üritus hakkab ise elama.

Eelnevalt välja tulnud fakti, kus Tartu linna poolt on toetus spordiürituste korraldamisele, tõi välja ka Indrek Kelk, kelle arust on väga tugev toetus nii rahaliselt kui sõnaliselt. Toimub koostöö ka erinevate turismiedendamise asutustega, kuid peakorraldaja ei ole saanud veel täpselt aru nende turismistrateegitest. Eriti põhjusel, et on erinevad turismiorganisatsioonid, kes kõik ajavad oma asja eraldi, näiteks kaasatud on nad Tartumaa Turismi, Lõuna-Eesti Turismi ja Tartu linna tegemistesse. „Jõudumööda me ikkagi püüame juures olla oma mõtteid esitada, võidelda selle eest, et Tartu maratoni nimi ikkagi läbi käiks.“ (I. Kelk 2019) Peakorraldaja leiab, et olukord on läinud aina paremaks ja mõistetakse, et üritusel on piirkonnale väga suur ja tugev mõju kogu piirkonna turismimajandusele.

Tartu Linnavalitsuses spordiosakonna juhiga rääkides tuli välja, et viimasel ajal on Lõuna-Eestis korraldavatel üritustel suur mure sponsorite leidmisega. Mõlemad klubid kinnitasid probleemi, et koostöö ettevõtetega on kehv. Klubi Tartu Maraton kaotas 2013. aastal suure sponsori, milleks oli SEB. Indrek Kelk toob välja, et sellest löögist pole veel siiani toibunud ja üleüldine sponsortoetuste osakaal on peale seda olnud palju väiksem. Tema arvates on selline muutus kogu Eesti sponsorluse turul toimunud, kus rahakad ettevõtted kuuluvad välismaa fondidele ja omanikele, kes pole enam huvitatud toetama Eesti spordi- ja kultuuriüritusi. Kuigi esile on kerkinud kihlveofirmad, kes toetavad jõudsalt küll sportmänge, siis korraldaja sõnul rahvaspordiüritustel selline asi ei toimiks ja soovi siduda sõltuvusliku alatooniga ettevõtetega pole.

### **2.2.5. Tartu tugevused ja nõrkused**

Dokumendianalüüsist, eriti viimaste aastate dokumentidest, tuleb tugevalt välja kuidas Tartu on eelkõige keskendunud konverentsituristidele ja sellele pööratakse tugevalt rõhku. Linnarahva tervise eest seistakse enamasti terviseradade ja sportimisvõimaluste loomise või spordikohtade kvaliteeti parandades. Rahvaspordiüritustele, mis suurel määral motiveerivad just inimesi kasutama terviseradasid või sportimiskohti, ei keskenduta, kuigi rahvaspordiüritused toovad ka linnale uusi turiste. Mõlema korraldaja jaoks on liikumise propageerimine oluline aspekt. Arvi Anton toob veel välja, et inimesed võiks ise kasutada rohkem terviseradu ja erinevaid matkaradu.

Spordi- ja rahvaspordiüritusi korraldatakse Tartus arvestataval hulgal, kuid mõlema Tartu Linnavalitsuse spetsialisti arvates on suurimad üritused ikkagi Klubi Tartu Maratoni korraldatud kuus üritust, eelkõige Tartu Maraton. „Nemad kannavad ju tegelikult Tartu nime kogu aeg: Tartu Maraton, Tartu Linnamaraton ja nii edasi. Nad kasutavad Tartut nagu nimebrändina hästi palju, mitte, et me oleks palunud, aga see on Tartu nägu hästi palju“ (K. Perm 2019) Samuti tuuakse välja Trismile triatlonid, mis on suunatud nii eliidile kui ka rahvasportlastele, MTÜ Treenituse korraldatavad Parkmetsa ja Sketchers Suvejooks ning Seiklushundi orienteerumised ja takistusjooksud.

Mõlemad korraldajad toovad Tartu eelisena välja kompaktsuse, mida mainisid ka Tartu Linnavalitsuse spetsialistid. "Tartu on piisavalt suur, et korraldada suuri üritusi ja leida selleks vahendeid, samas piisavalt väike, et oleks mugav asju ajada“ (A. Anton 2019) Tartu tugevustest toovad mõlemad spetsialistid välja lihtsuse ürituste korraldamisel. „...meil on rahalisi võimalusi, et me saame alati hüpata ühte paati selle ürituse korraldajaga ja teda rahaliselt aidata.“ (V. Lamp 2019) Üksteise lähedal ja pidevas koostöös on ettevõtluskeskkond, linnavalitsus ja ülikool, mis paljudel teistel regioonidel puudub. „Tartus on lühikesed distantsid, nii geograafiliselt kui ka inimsuhete mõttes.“ (K. Perm 2019) Samas Kaari Perm leiab, et koostöö võiks olla tugevam, kuna tihtipeale jäävad asjad takerduma. See tuleb välja ka Arengustrateegias TARTU 2030, kus on välja toodud, et senisest enam vajab arendamist püsiv koostöö. (Tartu Linnavalitsus 2015a)

„Tartu vaim, et see uhkus, tartlaste uhkus Tartu linna üle, et tegelikult see on ikkagi olemas ja tuntav ja see on konkurentsieelis.“ (I. Kelk 2019) Osalejate seast on näha, et tartlasi osaleb Klubi Tartu Maratoni korraldatud rahvaspordiüritustel ligi kolmandik. Seiklushundi poolt korraldatud üritustel on regiooni elanike osakaal olenevalt üritusest veelgi suurem. See näitab, et üritused on kohalikele tähtis ja samas seotud ka väiksemata kulutustega – need üritused on saanud tartlaste elu lahutamatuks koostisosaks. „Tartu eelis on kindlasti see, et Tartus korraldatakse väga palju erinevaid üritusi. Seega on siin väga palju kogemusi ja teadmisi juba olemas ning tekib järjest juurde.“ (A. Anton 2019) Suurimaks nõrkuseks tuuaksegi välja voodikohtade vähesust ja võrreldes Riia ja Tallinnaga logistiliselt halvemat juurdepääsetavust välisturistide jaoks. Veljo Lamp toob välja, et korraldajatelt on tulnud vastukaja, kuidas üha raskem on leida rahalist toetust ettevõtelt, sest kolitakse ära teistesse riikidesse või kultuuri toetamine on vähenenud.

Klubi Tartu Maratonil on kajastatud nii suusatamine, jooksmine, jalgrattasõit kui ka rulluisutamine. Peakorraldaja endi sõnul, on see nende tugevus, aga samas nõrkus, kuna peab olema kursis erinevate aspektidega ja aastane graafik on tihe. Klubi Tartu Maratonil on küll mõtteid uute maastike või võistluste kasutamiseks, kuid hetkel jäävad jõudluse taha, kuna äriiselt pole võistluste korraldamine majanduslikku kindlust pakkuv, et palgata juurde inimesi või korraldada veel mingisuguseid uusi võistlusi. Indrek Kelk tõdeb, et hetkel on kogu tiim täielikult ära kasutatud ning ülekoormatud. Tema jaoks on ülimalt oluline, et inimestel, kes korraldavad, ei kaoks silmist sära, kuna motivaator palga näol on väike, seega on vaja olla oma ala armastaja. Arvi Anton lisab, et korraldamine on inimestele hobi, mitte töö, mis tooks väga suurt kasumit.

Üldiselt Tartus suuremad üritused ei katu. Veljo Lamp tõi aga välja, et juulikuu on aeg, mil enamasti tahavad kõik korraldada. Sel suvel on näiteks samal nädalavahetusel kolm spordiüritust ja üks kultuurisündmus. Ka Indrek Kelk tõdeb, et varasematel aastatel on olnud olukordi, kus kultuurikorraldajad pole süvenenud linna pikaajalisse ürituste kavasse ja korraldanud samal ajal ka muid üritusi. Ainuke probleem, mis sellega tekib, on taaskord majutuskohtade puudus, mis on kõige valusam teema. Indrek Kelk sooviks, et ürituste korraldajad jälgiks traditsioonilisi sündmuste aegasid, et mõlema ürituse poolt ära hoida majutusprobleemi, kuid leiab, et ka turismiettevõtetele oleks stabiilne hajuvus aasta peale parim võimalus.

Vaadates kõiki sündmusi, mis Tartus toimuvad, jõuab Indrek Kelk tõdemusele: „sündmuste korraldamise soov on eestlastel endiselt suur ja selle nii-öelda ühe elanikkonna kohta juhtub ja toimub meil siin ikka hästi palju, et kindlasti kõige rohkem maailmas kui elanikkonnaarve vaadata.“ Sellepärast see konkurents inimhinge kohta on väga tugev, vahet ei ole kas tegemist on kontserti, teatrietenduse või spordivõistlusega. „Kõik me võitleme tegelikult inimese vaba aja eest. Ja kes ta sinna omale saab“ (I. Kelk 2019).

#### **2.2.6. Klubi Tartu Maratoni majanduslik mõju piirkonnale**

Intervjuu käigus tõi Indrek Kelk välja mõned statistilised näitajad, mis illustreerivad Tartu Maratoni majandusliku mõju piirkonnale, kuna turismimajandusele on see suurima tähtsusega üritus välisosalejate arvu poolest. 2019. aasta Tartu Maratoni külastajatega seotud majanduslik mõju piirkonnale oli hinnanguliselt kuskil 1,5 miljonit eurot. Selle

summa sisse mahub 7700 ööbimist, millest välismaalaste ööbimisarv on 4600. Iga Eesti osaleja võtab võistlusele kaasa 0,9 kaaslast ehk iga 10 suusataja kohta on kaasaelajad 9. Välisosaleja võtab keskmiselt kaasa ühe pealtvaataja ja kokku oli selle aasta Tartu Maratonil umbes 10 300 külastajat. Taasiseseisvusaja rahvarohkeimal Tartu Maratonil 2013. aastal oli majanduslik mõju kogu piirkonnale 2,7 miljonit eurot. 2013. aasta rekordarv osalejaid tuli tänu eelneva nelja aasta lumistele talvedele, mil kasvas osalejate arv igal aastal. 2014. aastal oli küll kahekümne aasta suurim eelregistreeritud välisosalejate arv 1600, kuid lumepuuduse tõttu jäeti võistlus ära. (I. Kelk 2019)

Majanduslik kahju, mis kaasnes ürituse ära jäämisega, on suur ja siit tuleb välja ilmaolu suur mõju Tartule, mille vastu ei saa midagi teha peale kunstlume tootmise. Ja just see on valdkond, kus koos Tartu Linnavalitsusega proovitakse leida mingit lahendust – muidu jäädakse ilma paljudest välisosalejatest, kes toovad piirkonda täiendavat raha läbi turismi.

Vaadates kogu Tartu Kuubiku sarja oli välisosalejaid 2018. aastal 2269 ja arvestades ainult välisosalejatega saadud tulu, on see hinnanguliselt 2,63 miljonit eurot. Arvestades ka Eesti siseturiste on summad tunduvamalt suuremad, eriti suvistel üritustel, kus välisosalejaid vähem. Kogutulu kõigist kuuest üritusest on Klubi Tartu Maratoni juhatuse esimehe sõnul viis miljonit, mis tuuakse Tartu piirkonda turismituluna. (I. Kelk 2019) Samas tuleb arvestada asjaoluga, et kohalike pealtvaatajate ja korraldaja kulutused toovad kogukonnale samuti finantsilist kasu, mida on raske ühegi meetodiga hinnata.

### **2.3. Spordiürituste uuringu järeldused ja ettepanekud**

Selles alapeatükis antakse ülevaade bakalaureusetöös läbi viidud uuringu tulemustest ja nendest tehtud järeldustest. Lisaks tehakse ettepanekuid, mida saavad teha Tartu linna ja üritusekorraldajad, suurendamaks majanduslikku mõju läbi rahvaspordiürituste. Eespool välja toodud autorite teooriad spordiürituste majanduslikust mõjust piirkonnale ja olulistest teguritest kehtivad ka Tartu rahvaspordiürituste puhul. Tabel 8 on kokkuvõtte empiirikast, kus on näha mõlema uurimismeetodi kokkuvõtted teemablokkide kaupa.



**Tabel 8.** Dokumendianalüüsi ja intervjuude kokkuvõte

Teema	Teoreetilised lähtekohad/varasemad uuringud	Dokumendianalüüs	Intervjuud
I. Kulutused majutusele	Suurim tulu on majutusasutustest ja suurendamiseks peab suurendama meelelahutusvõimalusi väljaspool üritusi. (Daniels & Norman 2003)	2018. aastal pea 500 000 turisti ööd. Majutusvõimalus kuni 3200-le inimesele päevas.	Koostöö õppeasutustega, alternatiivvõimalused. Majutatakse korraldajad, osalejad kasutavad 95% olevaid majutusi.
II. Muud kulutused	Eelarvesse saadakse 49% tuludest osalustasudest. (Eesti Konjukturiinstituut 2012) Linn peab mõtestama lahti, milline toetav vorm ürituste korraldamisel. (Hautbois, Ravenel & Durand 2003)	Tartu Linn jagab otseseid toetusi iga aasta rahvaspordiüritustele.	Osavõtumaks 50-90% eelarvest. Linn toetab üritusi, spordipaikasid.
III. Osalejad, külastajad, vaatajad	Regiooni tulevad uued külastajad, kes muidu poleks tulnud, 63% külastajatest poleks tulnud piirkonda ilma ürituseta. (Daniels & Norman 2003; Eesti Konjukturiinstituut 2012) Lisaks osalejale on oluline ka pealtvaataja. (Gibson 1998c)	Tartu Maratonil iga teine Tallinnast või välismaalt. Muudel rahvaspordiüritustel 5-22%-	Linnapoolt lisateenuste pakkumine, turundamine Lojaalsed ja uued osalejad Iga osaleja sama kasumlik, linn saab eelise – suurendab linnamainet
IV. Koostöö	Regiooni arengule toob läbi spordiürituste korraldamise turistide meelitamine majanduslikku kasu. (Eesti Konjukturiinstituut 2012; Sofield 2003) Sporditurismi peab kaasama regiooni turismistrateegiasse. (UNWTO 2017a)	Koostöö erinevate regioonide omavalitsuste, korraldajate, haridusasutuste ja erasektoriga.	Koostöö erasektoriga nõrk, linn toetab rahaliselt, korraldus lihtsus Tihe suhtlus
V. Tartu tugevused ja nõrkused			+ väiksus, lühikesed distantsid, erinevad alad, palju üritusi - koostöö sponsoritega, ei mahu linnaruumi, majutusasutused

Allikas: autori koostatud

Kõigist intervjuudest, nii Tartu Linnavalitsuse töötajate kui korraldajaga tuli välja, et majutusasutused on suurim murekoht. Spordiüritusi võib korraldada suuremale osalejaskonnale, kuid piirangu paneb peale regioonis olevate majutuskohdade arv. Majutuskohhti on kuni 3200-le inimesele, kuid suuremate rahvaspordiüritustega on Tartu piirkonnas välisosalejaid üle 1500, kellele lisanduvad kaaslased. Kui lisada ka väljaspoolt regiooni tulnud osalejad, kes potentsiaalselt võiksid majutusasutustes ööbida, siis tuleb reaalsus, et majutuskohad on üle broneeritud..

Majutuskohdade loomine pole korraldaja ega linna otsene tegevusala, tegemist on eraettevõtlusega, kuid siinkohal tuleks toetada alternatiivseid võimalusi majutuse pakkumiseks. Majutuskohdade suurendamisel peaks tegema linn suuremat koostööd haridusasutuste ja korraldajaga. Võimalik oleks pakkuda ka transpordiabi, et majutada osalejaid väljaspool linna, kus võib leiduda vabu majutuskohhti, kuid välisosaleja neid ise üles ei leia. Siinkohal peakski võtma linn eesmärgiks aidata välisosalejatel tulla Tartusse erinevatele rahvaspordiüritustele, kuna korraldaja eesmärk pole tuua siia välisosalejaid, vaid lihtsalt saada osalejate arv suuremaks.

Spordisündmuse majanduslik mõju regioonile oleneb programmi pikkusest. Mida rohkem üritusi ja erinevaid võimalusi osalejale on, seda pikem on regioonis viibimine ning suuremad kulutused majutusele ja toitlustele. Siinkohal on oluline, et korraldaja jaoks pole oluline osaleja päritolu, kuna nende kasum tuleb osalejate arvust. Lisaraha, mis toob osaleja väljastpoolt regiooni oma tarbimisega saab endale piirkond. Seega on oluline just linna initsiatiiv tuua rohkem osalejaid väljaspoolt regiooni, et suurendada kohalike ettevõtete käivet, läbi mille saab kasu kohalik elanikkond. Kuigi spetsialistide intervjuudest tuli välja, et pakutakse erinevaid soodustusi ja programme, siis see pole olnud spordiürituste seisukohast siiani töö autori arvates piisav. Tartu linnas on suurel hulgal vaatamisväärsusi ja muuseumeid, mida ka rahvasportlastele reklaamida.

Rahvaspordiüritustel on osalejaskond jaotunud kaheks: lojaalsed ja uued osalejad. Lojaalsete osalejate jaoks on vaja hoida ürituse kvaliteeti ja tuletada üritust meelde. Uusi osalejaid tuleb leida läbi turunduskampaaniate, kuid korraldajad loodavad ka sõbra heale sõnale. Oluliselt saab suurendada pealtvaatajate ja kaasaelajate arvu. Kuigi paljud rahvaspordiüritused on raskesti ligipääsetavad, siis vaikselt hakkab rahvaspordiüritustel

suurenema ka küllastajate arv. Just see on hea võimalus korraldajatel meelitada uusi osalejaid või läbi lasteürituste luua hea emotsioon tervisesporti tehes. Regiooni arengu seisukohalt on oluline, et osaleja võtaks kaasa palju kaasaelajaid, kuna nende kulutused parandavad regiooni majandust.

Koostöö suurendamine ettevõtete ja korraldajate vahel on oluline. Eriti viimasel ajal, mil puudub huvi suurte ettevõtete poolt, kes oleksid nõus rahvaspordivõistlusi rahaliselt toetama. Ettevõtetele on see küll suur kulu, kuid osalejate jaoks suureneb ettevõtte maine ning kutsub rohkem tarbima antud ettevõtte toodangut või teenust. Korraldaja jaoks on sponsorahad aga oluline osa eelarvest, mis aitaks suurendada turundustegevust saamaks uusi osalejaid või korraldada uusi põnevaid üritusi, läbi mille oleks inimesed tervemad.

Dokumendianalüüsist tuli välja, et soovitakse suurendada spordialaste kompetentsiga inimeste arvu. See tähendab suuremat koostööd linna, korraldajate ning haridusasutuste vahel. Seda eriti saamaks suuremat teaduslikku tagapõhja sporditurismi arendamiseks ja vajalikke teadmisi, mis on hetkel puudulikud. Puudlikud teadmised selles valdkonnas kajastuvad ka turismistrateegiates, kus puudub tugev strateegia majandusliku mõju suurendamiseks läbi rahvaspordiürituste. Tulevasteks analüüsideks oleks vaja töötada välja rakenduslik raamistik, et saaks luua strateegiaid majandusliku mõju hindamiseks.

Rahvaspordiürituste korraldamiseks on Tartul olemas oma tugevad küljed. Tartu on piisavalt väike ja kompaktne. Samas on olemas piisavalt aktiivseid inimesi ürituste tegemiseks ja kriitilisel määral raha, et linn saaks toetada ürituste toimumist ja aidata kaasa paremale teavitustööle ja korraldusele. Tartu väiksuse kohta on hämmastav, et üks rahvaspordiüritus suudab regioonile avaldada mõju kuni 2,7 miljoni ulatuses 2013. aastal või ühe korraldaja üritustesari toob regiooni 5 miljonit eurot. Tihti on linnaväiksus just Tartul probleemiks, kuna ei mahu linnaruumi ära või pole piisavalt ruumi majutusasutustes kui tulevad suured üritused linna. Samamoodi väiksus ka eraettevõtluses, kus sponsorahade jaotamises valitseb kitsikus.

## KOKKUVÕTE

Turism on oluline sektor majanduses, tuues riigile sisse täiendavat tulu. Turismi ülemaailmse kasvu üheks põhjuseks on sporditurismi kasv. Inimesed on teadlikumad sportimise kasulikkusest tervisele, soovitakse reisida ning näha teisi kultuure, vaatamisväärsusi ja avastada uusi kohti. Reisimise ja sportimise ühendamisel reisitakse sihtkohta, kus saab tegeleda sporditurismiga.

Sporditurismi saab liigitada peamiselt kolmeks: aktiivne, spordiürituse ja nostalgia/atraktsioonide turism. Alternatiivsed jaotused sporditurismile on: pehme ja raske; otsene ja kaudne või heategevusliku missiooni ja massiüritused.

Sporditurismi liigitusi on erinevaid, ent olulisel kohal on tänapäeval just spordiürituste turism, mis hõlmab spordiüritusel osalemist, vaatamist või külastamist. Suur nõudlus spordiüritustele on tekitanud massiürituste pakkumise, kus tulevad kokku nii professionaalsed kui harrastussportlased, et võistelda jooksmises, orienteerumises või hoopiski jalgrattasõidus.

Spordiüritused toovad regiooni uusi turiste, mis suurendavad asukoha ettevõtete käivet, maksutulu ja pakuvad töökohti inimestele. Seeläbi kasvab regiooni tuntus, mis võib olla aluseks spordituristi taaskülastamiseks. Piirkonna hooajalisus väheneb ja tõuseb elatustase. Regioonile on spordiürituse läbiviimine suur majanduslik tõuge arendamiseks piirkonda edasi. Sotsiaalmajanduslik mõju on üks peamine põhjus, miks riigid tahavad korraldada erinevaid massispordiüritusi.

Spordiürituste korraldamisega kaasneb ka negatiivseid tagajärgi, eriti kui on tegemist megaüritustega. Suuremad spordiüritused võivad tõsta kohalike jaoks hindu, suurendada kulutusi ja kogukonna mittekaasamisel võivad tekkida tõrjutud liikmed. Samas keskmise suurusega rahvaspordiüritused, kus kasutatakse olemasolevat taristut ja võimalust, nähakse potentsiaalina kogukonnale tuua positiivset mõju.

Erinevates uuringutest on selgunud, et spordiürituse majanduslik mõju asukohale on suur. Majandusliku mõju hindamiseks on valemid erinevaid, lihtsaim on liita otsesed ja kaudsed tulud kokku. Majanduslikku mõju soovitakse suurendada, kuid tihti ei pöörata tähelepanu, millised need faktorid on, mida oleks võimalik suurendada. Antud töö autor pöörab rõhku nii ülesvoolu kui allavoolu etapile. Allavoolu etapist lähtuvalt on võimalik välja mõelda strateegia, mida saaks kasutada spordiürituste korraldaja koostöös kohalike poliitikutega, et kasutada ära maksimaalselt oma võimalusi. Ülesvoolu etapis on võimalik leida välja tegurid, mis suurendaksid hiljem spordiürituse majandusliku mõju.

Rahvaspordiürituste korraldamisel on mitu osapoolt: korraldajad, kohalik omavalitsus ja erasektor. Kolme vahel peab toimuma pidev koostöö ja areng, kuna vastasel juhul pole võimalik läbi rahvaspordiürituste saada majanduslikku kasu regioonile. Tartu linn on võtnud väga toetava ja abistava seisukoha ürituste korraldajate aitamises. Linn soovib, et toimuks erinevaid üritusi, toetab rahaliselt ja aitab leida lahendusi võimalikult väheseks linnaelu häirimiseks. Turundustegevus välisurugudele küll käib, kuid see võiks olla linnapoolt palju intentsiivsem, kuna tulu, mis välisosaleja toob, on just regioonile, mitte korraldajale. Linn koostöös korraldajatega saab pakkuda meelelahutusvõimalusi väljaspool üritusi, kuid see initsiatiiv peaks tulema samuti linnapoolt. See aitab hoida turisti kauem regioonis, kes viibimisel regioonis saab tarbida erinevaid tooteid ja teenuseid.

Väga oluline koostöö kolmnurgas, mis on tõmmanud viimastel aastatel tagasi, on olnud kahjuks erasektor. Selle tagajärjel on korraldajatel väiksem eelarve, mille tõttu küll ükski üritus toimumata ei jääks. Korraldajatele annaks aga stabiilsust ja aitaks korraldada üritusi veelgi suuremalt ehk panna rohkem raha turundustegevusse. Korraldajate eesmärk on katta ära kõik kulud, kaasaarvatud tööjõukulud, kuid hetkel teevad paljud seda tööd siiski soovist pakkuda emotsioone läbi rahvaspordiürituste, mitte teenida isiklikku tulu.

Tartus toimub erinevaid üritusi palju, samuti rahvaspordiüritusi. Peamised korraldajad on Klubi Tartu Maraton kuue üritusega ja Seiklushunt iga nädalaste orienteerumispäevakute ja suuremate jooksude ning rogaini võistlustega. Kuigi Seiklushundil on oluline mõju siseturismile, eriti Tartu elanike tervislike liikumisharrastuste tekitamisel, siis peamine majanduslik mõju linnale on Klubi Tartu Maratoni korraldatud üritustel. Kogu sarja majanduslik mõju on hinnanguliselt viis miljonit eurot aastas. Igal üritustel on arvestatav

osakaal välismaalasi, eriti talvisel suusapeol Tartu Maratonil. Tartu Maratoni ilmastikukindlamaks muutmine suurendaks ka välisosalejate usaldust registreerimaks ja osalemaks suusamaratonil. Igal aastal küll suureneb registreerunute arv, kaasaarvatud välisosalejate arv, kuid peale ürituse ära jäämist lumepuuduse tõttu on järgnevad aastad näidanud drastiliselt väiksemat osalejate arvu. Ülejäänud Klubi Tartu Maratoni ürituste osalejasarv on olnud pigem tõusuteel ja siin ilmastikuolud enam suurt mõju ei avalda. Sanas tugevam ja teadlikum turundustegevus suurendaks osalejate arvu kiiremini.

Küll avaldab Tartu linnale suurt majandusliku mõju majutuskohtade puudus, mille tõttu pole võimalik Eesti sise- või välisturistil kulutada raha tarbimisele. Selle tagajärjel saab linn väiksema tulu turismitegevusest. Linna suurem valmidus panustada osalejatele, kes tulevad väljaspool Tartut aitaks suurendada majandusliku mõju linnale ja korraldajale suuremat finantsilist stabiilsust osalusmaksude näol, et korraldada suuremaid ja rohke välisosalejate arvuga üritusi. Inimeste teadlikkuse tõstmine sporditurismi mõjust aitaks elavdada seda turismi suunda Tartus veelgi, aitaks vähendada hooajalisust, mille tingib ka konverentsiturismi ja messide toimumine. Tartu inimestel on ägedaid ideid ja soovi realiseerida need suurteks spordiüritusteks.

## VIIDATUD ALLIKAD

1. **Alumäe, T; Tilk, O; Asadullah.** (2018). “Advanced Rich Transcription System for Estonian Speech“. *Baltic HLT*:
2. **Cachia, M., Millward, L.** (2011) “The telephone medium and semi-structured interviews: a complementary fit“. *An International Journal*, 2011, 6, 3, 265 - 277.
3. **Daniels, M. J., & Norman, W. C.** (2003). “Estimating the Economic Impacts of Seven Regular Sport Tourism Events“. *Journal of Sport & Tourism*, 8,4, 214–222. <https://doi.org/10.1080/1477508032000161528>.
4. **Deery, M., Jago, L., & Fredline, L.** (2004). “Sport tourism or event tourism: are they one and the same?“ *Journal of Sport & Tourism*, 9, 3, 235–245. <https://doi.org/10.1080/1477508042000320250>.
5. EASi turismiarenduskeskus. (2018, 4.detsember). *Majutuse pakkumine ja nõudlus Tartus portaali Airbnb.com kaudu, 2017-2018*. [https://static2.visitestonia.com/docs/3325286\\_airbnb-tartus2017-18.pdf](https://static2.visitestonia.com/docs/3325286_airbnb-tartus2017-18.pdf)
6. Eesti Konjunkturiinstituut. (2012). *Eestis toimuvate kultuuri- ja spordisündmuste regionaalse majandusliku mõju hindamine ning analüüs*. [https://www.ki.ee/publikatsioonid/valmis/Kultuuri-\\_ja\\_spordisundmuste\\_majanduslik\\_moju.pdf](https://www.ki.ee/publikatsioonid/valmis/Kultuuri-_ja_spordisundmuste_majanduslik_moju.pdf)
7. **Fosztó, M., & Kiss, A. I.** (2011). “Future Perspectives of Sport Tourism in Covasna County“. *Agricultural Management*, 13, 4, 25–30.
8. **Gibson, H. J.** (1998a). “The wide world of sport tourism“. *Parks & Recreation*, 33, 9, 108-115.
9. **Gibson, H. J.** (1998b). “Active sport tourism: who participates?“ *Leisure Studies*, 17:2, 155–170. <https://doi.org/10.1080/026143698375213>.
10. **Gibson, H. J.** (1998c). “Sport Tourism: A Critical Analysis of Research“. *Sport Management Review*, 1, 45–76. [https://doi.org/10.1016/S1441-3523\(98\)70099-3](https://doi.org/10.1016/S1441-3523(98)70099-3).

11. **Gibson, H., Attle, S., & Yiannakis, A.** (1998). "Segmenting the sport tourist market: A lifespan perspective". *Journal of Vacation Marketing*, 4, 52-64.
12. **Gibson, H. J., Kaplanidou, K., & Kang, S. J.** (2012). "Small-scale event sport tourism: A case study in sustainable tourism". *Sport Management Review*, 15, 2, 160–170. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2011.08.013>
13. **Gratton, C., Dobson, N., & Shibli, S.** (2000). "The economic importance of major sports events: a case-study of six events". *Managing Leisure* 5, 17-28
14. Harrastajate arv. Eesti Spordiregister.  
<https://www.spordiregister.ee/et/statistika?module=har>. Loetud: 04.12.2018.
15. **Hautbois, C., Ravenel, L., & Durand, C.** (2003). "Sport Tourism and Local Economic Development: The Importance of an Initial Diagnosis of Supplier's Geographical Concentration: A Case Study of France". *Journal of Sport & Tourism*, 8, 4, 240–259. <https://doi.org/10.1080/1477508032000161546>
16. **Higham, J.** (1999). "Commentary - Sport as an Avenue of Tourism Development: An Analysis of the Positive and Negative Impacts of Sport Tourism". *Current Issues in Tourism*, 2, 1, 82–90.  
<https://doi.org/10.1080/13683509908667845>.
17. **Higham, D. J.** (2011). "Sport Tourism Development". *Channel View Publications*.
18. **Hinch, T. D., & Higham, J. E. S.** (2001). "Sport tourism: a framework for research. International". *Journal of Tourism Research*, 3, 1, 45–58.
19. **Hudson, S.** (2012). "Sport and Adventure Tourism". *Routledge*.
20. **Kaljura, T.** (2014). "Sündmusturismi arendamine maapiirkonnas Varbla valla näitel". <http://hdl.handle.net/10062/43931>
21. Klubi Tartu Maraton (n.d.). *Ajalugu*.  
<https://www.tartumaraton.ee/et/klubist/ajalugu/>
22. Klubi Tartu Maraton. (2018a). *Tartu Linnamaraton*.  
[https://www.tartumaraton.ee/et/klubist/ajalugu/LM+\\_stat\\_veebi.xls](https://www.tartumaraton.ee/et/klubist/ajalugu/LM+_stat_veebi.xls)
23. Klubi Tartu Maraton. (2018b). *Tartu Jooksumaraton / Maastikumaraton*.  
[https://www.tartumaraton.ee/et/klubist/ajalugu/TM\\_stat\\_veebi.xls](https://www.tartumaraton.ee/et/klubist/ajalugu/TM_stat_veebi.xls)
24. Klubi Tartu Maraton. (2018c). *Tartu Rattamaraton*.  
[https://www.tartumaraton.ee/et/klubist/ajalugu/RM\\_stat\\_veebi.xls](https://www.tartumaraton.ee/et/klubist/ajalugu/RM_stat_veebi.xls)



25. Klubi Tartu Maraton. (2018d). *Tartu Rattaralli*.  
[https://www.tartumaraton.ee/et/klubist/ajalugu/RR\\_stat\\_veebi.xls](https://www.tartumaraton.ee/et/klubist/ajalugu/RR_stat_veebi.xls)
26. Klubi Tartu Maraton. (2018e). *Tartu Rulluisumaraton*.  
[https://www.tartumaraton.ee/et/klubist/ajalugu/RUM\\_stat\\_veebi.xls](https://www.tartumaraton.ee/et/klubist/ajalugu/RUM_stat_veebi.xls)
27. Klubi Tartu Maraton (2019a). 46. *Tartu Maraton*.  
[https://www.tartumaraton.ee/et/tulemused/tm\\_2019\\_lp\\_veebi.xlsx](https://www.tartumaraton.ee/et/tulemused/tm_2019_lp_veebi.xlsx)
28. Klubi Tartu Maraton (2019b). *STATISTIKAPOMM: Tartu Maratoni osalejate arv oli mullusest tunduvalt suurem*.  
<https://www.tartumaraton.ee/et/uudised/2019/02/18/>
29. Klubi Tartu Maraton. (2019c). *Tartu Maraton*.  
[https://www.tartumaraton.ee/et/klubist/ajalugu/TM\\_stat\\_veebi.xls](https://www.tartumaraton.ee/et/klubist/ajalugu/TM_stat_veebi.xls)
30. **Koorep, R.** (2016). “Geopolitics of Sports Mega-events: Why is International Sport Moving to Emerging Countries“. <http://hdl.handle.net/10062/50579>
31. **Kruusimägi, K.** (2015). “Majutusettevõtete köitvuse suurendamine rahvusvahelistes spordisündmustest osavõtjatele Park Inn BY Radisson Central Tallinna näitel“ <http://hdl.handle.net/10062/48808>
32. **Kurtzman, J., & Zauhar, J.** (2003). “A wave in time – the sports tourism phenomena“. *Journal of Sport and Tourism*, 8, 1, 35–47.  
<https://doi.org/10.1080/14775080306239>.
33. **Lauk, M.** (2013) “Rahvusvaheliste spordisündmuste arendamist Pärnu linnas“. <http://hdl.handle.net/10062/31800>
34. MTÜ Seiklushunt. (2019a). *Päevakud*.  
<http://seiklushunt.ee/paevakud/#1515573670903-c42e2890-382b>
35. MTÜ Seiklushunt. (2019b). *Seiklushundi rogainisari*.  
<http://seiklushunt.ee/rogain/#1459537614756-740d4981-683b>
36. MTÜ Seiklushunt. (2019c). 5. *Tartu Rogain 30.03.2019*.  
<http://www.seiklushunt.ee/wp-content/uploads/2019/03/web/results.htm>
37. MTÜ Spordiürituste Korraldamise Klubi (2018a, 9.september). Sajandi suurjooks sai teoks. [http://www.jooks.ee/et/tallinna-maraton/uudised?news\\_id=555](http://www.jooks.ee/et/tallinna-maraton/uudised?news_id=555)

38. MTÜ Spordiürituste Korraldamise Klubi. (2018b, 19.detsember). Tallinna Maraton tõi Eesti majandusse 5 miljonit eurot. [http://www.jooks.ee/et/tallinna-maraton/uudised?news\\_id=598](http://www.jooks.ee/et/tallinna-maraton/uudised?news_id=598)
39. Ots, A. (2018, 16.juuli). Spordivõistlusi käib vaatamas iga kolmas Eesti elanik. *Statistikaameti statistikablogi*. <https://blog.stat.ee/2018/07/16/spordivoistlusi-kaib-vaatamas-iga-kolmas-est-elanik>
40. **Pigeassou, C.** (2004). "Contribution to the definition of sport tourism". *Journal of Sport and Tourism*, 9, 3, 287–289. <https://doi.org/10.1080/1477508042000320205>.
41. **Pigeassou, C., Bui-Xuan, G., & Gleyse, J.** (2003). "Sport and Tourism: A Conceptual Framework". *Journal of Sport & Tourism*, 8, 1, 27. <https://doi.org/10.1080/14775080306241>.
42. **Poom, M.** (2012). "20 aastat Orienteeri reise: Ühine orienteerumisturism on Eestis vastu pidanud 20 aastat". *Orienteeruja*, 3 (129), 52-55.
43. SA Tartumaa Turism. (2018). *Majutusstatistika ülevaade riigi järgi 2018 vrs 2017*. [https://drive.google.com/file/d/18lx2JliVdrhphqU33hMxAD9T\\_HPYd5q7/view](https://drive.google.com/file/d/18lx2JliVdrhphqU33hMxAD9T_HPYd5q7/view)
44. **Sofield, T. H. B.** (2003). "Sports Tourism: From Binary Division to Quadripartite Construct". *Journal of Sport & Tourism*, 8, 3, 144–166. <https://doi.org/10.1080/14775080310001690486>.
45. **Swart, K., & Bob, U.** (2007). "The Eluding Link: Toward Developing a National Sport Tourism Strategy in South Africa Beyond 2010". *Politikon*, 34, 3, 373–391. <https://doi.org/10.1080/02589340801962973>
46. **Zauhar, J.** (2004). "Historical perspectives of sports tourism". *Journal of Sport & Tourism*, 9, 1, 5–101. <https://doi.org/10.1080/1477508042000179348>.
47. **Taks, M.** (2013). "Social sustainability of non-mega sport events in a global world". *European Journal for Sport and Society*, 10, 121–141 <https://doi.org/10.1080/16138171.2013.11687915>
48. **Taks, M., Chalip, L., & Green, B. C.** (2015). "Impacts and strategic outcomes from non-mega sport events for local communities". *European Sport Management Quarterly*, 15, 1, 1–6. <https://doi.org/10.1080/16184742.2014.995116>

49. Tallinna Linnavalitsus. (2018) Ironman Tallinn triatloninädal toob pealinna tuhandeid väliskülalisi. <https://www.tallinn.ee/est/Uudis-IRONMAN-Tallinn-triatloninadal-toob-pealinna-tuhandeid-valiskulalisi>
50. Tartu Linnavalitsus. (2009). *Statistiline ülevaade Tartu 2008*.  
[https://www.tartu.ee/sites/default/files/uploads/Tartu%20linn/Statistika/Lyhiylevaade\\_2008.pdf](https://www.tartu.ee/sites/default/files/uploads/Tartu%20linn/Statistika/Lyhiylevaade_2008.pdf)
51. Tartu Linnavalitsus. (2010). *Statistiline ülevaade Tartu 2009*.  
[https://www.tartu.ee/sites/default/files/uploads/Tartu%20linn/Statistika/Lyhiylevaade\\_2009.pdf](https://www.tartu.ee/sites/default/files/uploads/Tartu%20linn/Statistika/Lyhiylevaade_2009.pdf)
52. Tartu Linnavalitsus. (2011). *Statistiline ülevaade Tartu 2010*.  
[https://www.tartu.ee/sites/default/files/uploads/Tartu%20linn/Statistika/Lyhiylevaade\\_2010.pdf](https://www.tartu.ee/sites/default/files/uploads/Tartu%20linn/Statistika/Lyhiylevaade_2010.pdf)
53. Tartu Linnavalitsus. (2012). *Statistiline ülevaade Tartu 2011*.  
[https://www.tartu.ee/sites/default/files/uploads/Tartu%20linn/Statistika/Lyhiylevaade\\_2011.pdf](https://www.tartu.ee/sites/default/files/uploads/Tartu%20linn/Statistika/Lyhiylevaade_2011.pdf)
54. Tartu Linnavalitsus. (2013). *Statistiline ülevaade Tartu 2012*.  
[https://www.tartu.ee/sites/default/files/uploads/Tartu%20linn/Statistika/Lyhiylevaade\\_2012.pdf](https://www.tartu.ee/sites/default/files/uploads/Tartu%20linn/Statistika/Lyhiylevaade_2012.pdf)
55. Tartu Linnavalitsus. (2014). *Statistiline ülevaade Tartu 2013*.  
[https://www.tartu.ee/sites/default/files/uploads/Tartu%20linn/Statistika/Lyhiylevaade\\_2013.pdf](https://www.tartu.ee/sites/default/files/uploads/Tartu%20linn/Statistika/Lyhiylevaade_2013.pdf)
56. Tartu Linnavalitsus. (2015a). *Arengustrateegia TARTU 2030*.  
[https://www.tartu.ee/sites/default/files/uploads/Linnavarad/TARTU%202030\\_16.04.2015.pdf#page33](https://www.tartu.ee/sites/default/files/uploads/Linnavarad/TARTU%202030_16.04.2015.pdf#page33)
57. Tartu Linnavalitsus (2015b). *Tartu linna arengukava aastateks 2013-2020*.  
<https://www.tartu.ee/sites/default/files/uploads/Kontaktid%20ja%20linnajuhtimine/Tartu%20Linna%20Arengukava%202013-2020.pdf>
58. Tartu Linnavalitsus. (2016). *Statistiline ülevaade Tartu 2015*.  
[https://www.tartu.ee/sites/default/files/uploads/Statistika/2015/Tartu\\_stat\\_aastaraamat\\_2015.pdf](https://www.tartu.ee/sites/default/files/uploads/Statistika/2015/Tartu_stat_aastaraamat_2015.pdf)
59. Tartu Linnavalitsus. (2017a). Sporditeenistus.  
<https://www.tartu.ee/et/sporditeenistus>

60. Tartu Linnavalitsus. (2017b). *Statistiline ülevaade Tartu 2016*.  
[https://www.tartu.ee/sites/default/files/uploads/Tartu%20linn/Statistika/Tartu\\_statistika\\_aastaraamat\\_2016.pdf](https://www.tartu.ee/sites/default/files/uploads/Tartu%20linn/Statistika/Tartu_statistika_aastaraamat_2016.pdf)
61. Tartu Linnavalitsus. (2018a). *Statistiline ülevaade Tartu 2017*.  
[https://www.tartu.ee/sites/default/files/uploads/Statistika/2017/Tartu\\_stat\\_aastaraamat\\_veeb.pdf](https://www.tartu.ee/sites/default/files/uploads/Statistika/2017/Tartu_stat_aastaraamat_veeb.pdf)
62. Tartu Linnavalitsus. (2018b). *Tartu Linna arengukava 2018-2025*.  
<https://www.riigiteataja.ee/aktiisa/4181/0201/8005/Lisa.pdf>
63. Tartu Linnavalitsus. (2019a). *Spordi valdkonna toetused*.  
<https://www.tartu.ee/sites/default/files/uploads/Kultuur%20ja%20vaba%20aeg/Kultuur/Lisa%20TLVK2019010200006.pdf>
64. Tartu Linnavalitsus. (2019b). *Tartu statistilised näitajad*.  
<https://www.tartu.ee/et/statistika>
65. Tartu Linnavalitsuse kultuuriosakond. (2015). *Kultuur, Sport ja Noorsootöö*.  
<http://uus.raad.tartu.ee/stat2014/index.php/kultuursport/#sport>
66. Tartu Maratoni Kuubik pakkus sportimisrõõmu ligi 40 000 inimesele. (2018, 8.november). *Tartu Postimees*. <https://tartu.postimees.ee/6424025/tartu-maratoni-kuubik-pakkus-sportimisroomu-ligi-40-000-inimesele>
67. **Tooman, H., Müristaja, H., Vallimäe, H.** (2016). “Eestis korraldatavate rahvusvaheliste spordiürituste hetkeolukord ja tulevikupotentsiaal“. *Liikumine ja sport*, 12, 18-25..
68. UNWTO. (n.d. a). *Definition*. <http://www2.unwto.org/content/about-us-5>
69. UNWTO. (n.d. b). *Understanding Tourism: Basic Glossary*.  
<http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/glossaryenrev.pdf>
70. UNWTO. (2016). *UNWTO international conference on tourism and sports*.  
[http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/technical\\_note\\_8.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/technical_note_8.pdf)
71. UNWTO. (2017a). *2016 Annual report*.  
[http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/annual\\_report\\_2016\\_web\\_0.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/annual_report_2016_web_0.pdf)
72. UNWTO. (2017b). *Implementation of the general programme of work for 2016-2017*.  
[http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/ce106\\_03\\_implementation\\_of\\_the\\_general\\_programme\\_of\\_work\\_2016-2017\\_en.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/ce106_03_implementation_of_the_general_programme_of_work_2016-2017_en.pdf)

73. UNWTO International Conference on Tourism and Sports. (2016). *Da Nang Declaration on promoting tourism and sports for sustainable development*.  
<http://vietnamtourism.gov.vn/english/index.php/items/11011>
74. **Van Rheenen, D., Cernaianu, S., & Sobry, C.** (2017). “Defining sport tourism: a content analysis of an evolving epistemology“. *Journal of Sport & Tourism*, 21, 2, 75–93. <https://doi.org/10.1080/14775085.2016.1229212>
75. Vägilase jooks Lähte etapp. (2019).  
[https://my3.raceresult.com/104335/results?lang=en#0\\_04F04D](https://my3.raceresult.com/104335/results?lang=en#0_04F04D)
76. Vägilase jooks 1. etapp Tartu. (2019)  
[https://my4.raceresult.com/97187/results?lang=en#0\\_8EF411](https://my4.raceresult.com/97187/results?lang=en#0_8EF411)
77. Üks küsimus. (2015, 2.juuni). *Põhjarannik.*, nr. 103.  
<https://dea.digar.ee/article/pohjarannik/2015/06/04/6.2>

# LISAD

## Lisa 1 . Küsimused intervjuudes.

	Korraldaja	Spetsialist	Teoreetilised lähtekohad/varasemad uuringud
Teema I: Kulutused majutusele	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Milline mõju on üritusel majutusasutuste täituvusele?</li> <li>• Millist koostööd tehakse majutusasutustega?</li> <li>• Millistest riikidest tulevad suuremad tulud majutusasutusele seoses spordiüritustega?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuidas on võimalik omavalitsusel suurendada majutusasutuste arvu spordiürituse ajal?</li> <li>• Kuidas on võimalik pikendada peatumist (ööbimiste arvu)?</li> </ul>	Suurim tulu on majutusasutustest ja suurendamiseks peab suurendama meelelahutusvõimalusi väljaspool üritusi. (Daniels & Norman 2003)
Teema II: Muud kulutused (osavõtumaks)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kui suure osa moodustab eelarvest osavõtumaks?</li> <li>• Kuidas toimub koostöö kohalike toidlustusettevõtetega (<i>pasta party</i>)?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kas – ja millised – kulud on omavalitsusele spordiüritus?</li> <li>• Milliseid kulutusi tehakse sporditurismi elavdamiseks Tartu piirkonnas?</li> </ul>	Eelarvesse saadakse 49% tuludest osalustasudest. (Eesti Konjukturiinstituut 2012) Linn peab mõtestama lahti, milline toetav vorm ürituste korraldamisel. (Hautbois, Ravenel & Durand 2003)
Teema III: Osalejad, külastajad, vaatajad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuidas on korraldajad proovinud äratada uusi osalejad?</li> <li>• Mis põhjustel osaleb inimene spordiüritusel?</li> <li>• Milline roll on vaatajatel seoses ürituse eelarvega?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mida annab linnale spordiürituse korraldamine? (mida olete ise tähele pannud)</li> <li>• Kas ja mis põhjusel peaks linn aitama kaasa spordiürituste osalejate arvu suurendamisele? (nii vaatajate kui osalejate poolt)</li> </ul>	Regiooni tulevad uued külastajad, kes muidu poleks tulnud, 63% külastajatest poleks tulnud piirkonda ilma ürituseta. (Daniels & Norman 2003; Eesti Konjukturiinstituut 2012) Lisaks osalejale on oluline ka pealtvaataja. (Gibson 1998c)
Teema IV: Koostöö kohaliku omavalitsusega	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kas ja kuidas on ürituse korraldajad kaasatud piirkonna turismistrateegiasse? (nt Tallinna linn kaasatud Tallinna Maratoni korraldusse reklaamimaks vanalinna)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuidas omavalitsuse tasandil soodustatakse või kutsutakse sporditurismi ellu?</li> <li>• Millised muudatused oleks vajalikud, et tuua läbi sporditurismi täiendavat raha?</li> </ul>	Regiooni arengule toob läbi spordiürituste korraldamise turistide meelitamine majanduslikku kasu. (Eesti Konjukturiinstituut 2012; Sofield 2003) Sporditurismi peab kaasama

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Millised poliitikamuudatused oleks vajalikud, et tuua majanduskasvu läbi spordiürituste?</li> </ul>		regiooni turismistrateegiasse. (UNWTO 2017a)
Teema V: Tartu tugevused ja nõrkused sporditurismi osas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Millised on Tartu eelised võrreldes nt Tallinna maratoni vms võistlusega?</li> <li>• Millised uusi võistlusi või maastike võiks kasutusele võtta Eestis?</li> <li>• Kuidas soosivad transpordivõimalused üritusel osalemist?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Millised on Tartu eelised võrreldes Tallinna või muu omavalitsuse ees?</li> <li>• Kuidas ollakse rahul senise koostööga korraldajatega?</li> <li>• Milles on Tartul veel potentsiaali, just sporditurismi/spordiürituste arendamisel?</li> </ul>	

Allikas: autori koostatud.

## SUMMARY

### SPORT TOURISM IN TARTU: MASS PARTICIPATION SPORT EVENTS

Helis Pajuste

Hundreds of sports events take place in Tartu every year. The impact of sporting events, however, has had little research in Estonia, and the significance and role of sporting events in the development of the region are usually not fully considered.

The aim of the work is to bring out positive and negative aspects of sport tourism in Tartu. To do this, the author conducts semi-structured interviews with the organisers of sporting events and Tartu city council specialists and carries out documentary analysis.

There are several mass participation sports events in Tartu. An organiser *Klubi Tartu Maraton* holds six sport events with more than 38 575 participants in 2018, bringing in up to five million euros to Tartu as tourism revenues. The biggest public sport event is Tartu Ski Marathon, where more than 830 participants came from abroad in 2019.

Interviews were conducted with *MTÜ Klubi Tartu Maraton* and *MTÜ Seiklushunt*. Also, interviews with a marketing specialist and a person responsible for sports from Tartu city council were conducted. The author finds out how we can improve and increase the number of sports tourists in Tartu. This will help to contribute to the revitalisation of Tartu sport tourism.

Mass participation sports events have become more popular in Estonia and elsewhere in the world. People are increasingly aware of the health benefits of sporting activities, however at the same time also wish to travel, discover new places, sights and cultures. Individuals are moving more and trying out different competitions which often take place away from home.



Tourism is an important sector in the economy, bringing additional revenue for countries. One of the reasons for the global growth of tourism is sport tourism, combining travel and sporting activities to a sport tourism destination. It provides an opportunity for development of one this tourist direction – sport tourism.

Sport tourism can be divided to three sub-categories: active, sporting events and nostalgia attraction tourism. Or according to alternative divisions: soft and hard; direct and indirect; charity or mass events.

There is a variety of sport tourism categories, but very important of them is sport tourism involving participation at or viewing/visiting a sporting event. The high demand for such events has resulted in mass events offering both professional and amateur athletes to compete, for example, in running, orienteering or cycling.

Sports events bring new tourists to the region. Organising sporting events has a significant impact on the local economy by increasing business turnover, regional tax revenue and providing jobs to people. This way region's reputation increases, which can serve as a reason for re-visiting a sports tourist. Seasonality of tourism in the region can be reduced and living standards improved. Thus, it is a great economic incentive to conduct a sporting event to develop the region further. Although the economic impact is great, but often attention is not paid to what factors would help to improve it.

Organising sports events can also have negative consequences, especially in the case of mega events. Larger sporting events can raise prices for locals, thus increasing costs, and marginalised members may be excluded from community involvement. At the same time, medium-sized public sporting events using existing infrastructure and the opportunity provide a positive impact on the community.

Holding sports events increase economic impact on the region, but it is often overlooked which factors can be enhanced. The author of this work will focus on the upstream and downstream stages. Based on the downstream stage, it is possible to devise a strategy that could be used by the organiser of sporting events in cooperation with local policy makers to make the most of their opportunities. In the upstream phase, it is possible to identify factors that would later increase the economic impact of a sporting event.

There are several parties involved in organising public sport events: organisers, local government and the private sector. There must be continuous co-operation and development between the three, otherwise it would not be possible to maximise economic benefits for the region through public sport events. The City of Tartu has taken a very supportive and helpful position in helping the event organiser. They wish that different events take place, financially support and help find solutions to minimise the impact of urban life. Marketing activities for foreign tourists are in place, but these could be more intensified by the city, because the income from foreign participants mostly benefits the region, not the organiser. The city, in cooperation with organisers, can offer entertainment outside events, but this initiative is expected to come from the city council. It would help keep the tourist longer in the region and consume local products and services.

Very important partner in sports events – that has pulled back in recent years – has been the private sector. As a result, the organisers have smaller budgets, which limits the size of sports events. The organisers would however benefit from more stability and help at organising the events, perhaps also from more marketing activities. The aim of the organisers is to cover all costs, including labour, but for many the possibility of providing emotions to participants outweigh the wages.

The main organisers of public sports events in Tartu are *Klubi Tartu Maraton* with six yearly events and *Seiklushunt* with weekly orienteering days and a couple of major running events and rogain competitions. Although *Seiklushunt* events have an important impact on domestic tourism, especially in providing healthy exercise possibilities for residents of Tartu, the economic impact is higher at events organised by *Klubi Tartu Maraton*. The economic impact of the entire series is estimated at five million euro per year, according to the organiser.

Each event has a considerable number of foreigners, especially at Nordic skiing during winter. This year there were nearly 10 000 participants at Tartu Ski Marathon. The proportion of foreigners is usually just under 20%. Over 800 foreign participants finished the 63-km long Nordic ski marathon and over 1 500 participants of them were from Tallinn, who also contribute to tourism. Increasing weather resistance of Tartu Ski Marathon would also increase the trust of foreign participants when registering. Every year, the number of registered participants increases, as well of those from abroad, but

after the event has been missed due to the lack of snow, the following years have shown a tragically smaller number of participants. For other *Klubi Tartu Maraton* events foreign participant numbers have been on the rise, as weather conditions are not significant here. Also, a stronger and more knowledgeable marketing activity would increase the number of participants even faster.

On the other side, the City of Tartu has an economic limitation through accommodation places, which makes it difficult to increase the number of domestic or foreign tourists and their consumption. As a result, the city receives less revenue from tourism activities. A greater willingness on the part of the city to contribute to participants who come outside of Tartu would help increase the financial stability of both, the city and the organiser in terms of income from local consumption and participation fees to organise larger events with many foreign participants.

Raising people's awareness of the impact of sports tourism would help boost sports tourism in Tartu, helping to reduce seasonality, to which also various conferences and trade fairs contribute. The people of Tartu have good ideas and a desire to realize them for large sports events.

## **Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks**

Mina, Helis Pajuste,

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose „Sporditurism Tartus rahvaspordiürituste näitel“, mille juhendaja on PhD Eneli Kindsiko, reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi DSpace kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
2. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace kaudu Creative Commons'i litsentsiga CC BY NC ND 3.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
3. Olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
4. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

*Helis Pajuste*  
**13.05.2019**