

Tartu Ülikool
Loodus- ja tehnoloogiateaduskond
Ökoloogia ja maateaduste instituut
Geograafia osakond

Bakalaureusetöö inimgeograafias

Tartu suusamaratoni osalejate külustuskauguse ja tulemuslikkuse seosed

Kaiti Vasiljeva

Juhendaja: prof Rein Ahas
Kaasjuhendaja: MSc Kati Nilbe

Kaitsmisele lubatud:
Juhendaja:
Osakonna juhataja:

Tartu 2014

Sisukord

1. SISSEJUHATUS	4
2. TEOREETILISED LÄHTEKOHAD.....	6
2.1 Turism.....	6
2.1.1 Turisti mõiste	6
2.1.2 Motivatsioon ja sihtkohavalik.....	7
2.2 Sporditurism.....	8
2.2.1 Sporditurismi jagunemine sisu ja esinemisvormi järgi	10
2.2.2 Spordituristi mõiste ja klassifitseerimine	11
2.3 Üritusturism	13
2.3.1 Üritusturismi uuritus	13
2.3.2 Ürituste jagunemine sisu ja suuruse järgi.....	14
2.4 Kaugus kui geograafiline nähtus.....	15
2.4.1 Kauguse mõju ja uuritus.....	15
2.4.2 Vahemaa summutav toime	16
3. ANDMED JA METOODIKA	20
3.1 Andmed.....	20
3.1.1 Tartu suusamaraton.....	21
3.2 Analüüsi meetodika	23
3.3 Tartu suusamaratoni lõpetajate profiil	24
3.3.1 Päritolu.....	24
3.3.2 Sugu ja vanus.....	27
4. TULEMUSED.....	30
4.1 Sisekülastajad.....	30
4.1.1 Tulemuslikkuse ja külastuskauguse seos	30
4.1.2 Tulemuslikkuse ja külastuskauguse seos soo ja vanuse lõikes	31
4.1.3 Tulemuslikkuse ja külastuskauguse seos harrastustaseme lõikes.....	33
4.2 Väliskülastajad.....	34
4.2.1 Tulemuslikkuse ja külastuskauguse seos	34
4.1.1 Tulemuslikkuse ja külastuskauguse seos soo ja vanuse lõikes	35
4.1.1 Tulemuslikkuse ja külastuskauguse seos harrastustaseme lõikes.....	38
5. ARUTELU	40

KOKKUVÕTE	43
TÄNUAVALDUSED	45
SUMMARY	46
KASUTATUD KIRJANDUS.....	48

1. SISSEJUHATUS

Turismi peetakse kaasaja maailma suurimaks ja kiiremini arenevaks tööstusharuks. Koos rahvusvahelise turismi tähtsusega on tõusnud ka siseturismi osakaal ja olulisus. Priestley (1995) on märkinud, et nõudlus aktiivse puhkuse järele on kasvanud alates 1980ndatest. Marriott Internationali poolt läbi viidud uuringus (Elrick, Lavidge Inc. 1994 cit. Gibson 1998) selgub, et kuigi traditsioonilised päikese- ja kultuurireisid on jätkuvalt ülekaalus, siis ligikaudu 25% turistidest peab oluliseks ka sportimisvõimaluste olemasolu sihtkohas. Seega on rõhuasetus liikumas puhke- ja lõõgastusturismilt aktiivse ja osaluskeskse turismi poole, kus peamiseks prioriteediks on tervis ja heaolu (De Villiers 2003).

Spordi ja füüsilise aktiivsusega seotud reisimine ehk sporditurism on viimastel aastakümnetel turismimajanduses üks populaarsemaid segmente (Gibson 1998; Kurtzman, Zauhar 1997). Sporditurismi võib laiemalt defineerida kui puhkusel ja vabal ajal põhinevat reisimist, millega kaasneb indiviidide ajutine liikumine väljapoole oma kodu- ja töökohta, et tegeleda füüsiliste tegevustega, jälgida spordisündmusi või külastada spordivaatamisväärsusi (Gibson 1998). Sarnaselt tavaturismiga võib sporditurism aset leida, kas ühe riigi siseselt või riikidevaheliselt, millest lähtuvalt jagunevad spordituristid sise- ja väliskülastajateks.

Sporditurismi kui areneva turismi turuniši juures mängivad tähtsat rolli erinevad spordiüritused (Funk, Bruun 2007; Shonk, Chelladurai 2008), mis on samuti üheks üritusturismi oluliseks väljundiks. Üritusturismi all mõistetakse reisimist kodust eemale, et osaleda erinevatel sündmustel, uute kogemuste või elamuste saamise eesmärgil (Getz 2008). Käesolevas töös käsitletakse üritusi ja sündmusi sünonüümidena. Spordiüritusturismi kontseptsiooni alusepanijaks peetakse modernsete olümpiamängude isa Baron Pierre de Coubertaine (Kurtzman 2005). Mitmed uurijad on seisukohal, et lisaks mega- ja suurüritustele koguvad turistide, osalejate ja spordifännide seas atraktiivsust väikesemastaabilised üritused, nagu näiteks maratonid ja kohalikud spordisündmused (Funk, Bruun 2007; Higham 1999; Hinch, Higham 2003).

Spordi ja üritustega seotud turismi erinevate tahkude uurimine on akadeemilistes ringkondades tõusu teel alates 80ndatest (Shonk, Chelladurai 2008). Spordiürituste või teiste turismisündmuste käsitlemise juures on üheks oluliseks teemaks ürituste tagamaa, mida seni on suhteliselt vähe uuritud (Getz 2008). Eestis on tagamaad ja seda mõjutavaid tegureid põhjalikumalt uurinud mitmed autorid (Ahas *et al.* 2007; Ahas *et al.* 2008; Tiru *et al.* 2010; Nilbe 2008; Nilbe 2011). Turistide sihtkohtade kaugusjaotuse analüüsimisega on tegelenud Altin (2012). Üritusturismis on olulisel kohal ürituste mõju hindamine (Kim *et al.* 2006;

Nishio 2013), ürituste turundamise ja arendamisvõimaluste (Lauk 2013; Getz 2005) aga ka ürituste sisu kirjeldamine (Getz 2008). Turismiuuringutes on kauguse mõju hindamisel kesksel kohal olnud vahemaa summutav toime (*distance decay*), mida on oma töödes käsitlenud paljud autorid (Bohlin 2000; McKercher, Lew 2003; McKercher *et al.* 2008; Lee *et al.* 2012). Lisaks on mitmed uurijad analüüsinud külustuskauguse seoseid inimeste sotsiaaldemograafiliste ja käitumuslike omadustega (Nyaupane, Graefe 2008; Getz, Anderson 2010).

Sporditurismiuuringutes on oluliseks uurimisobjektiks spordituristid, nende motivatsioon (Grigorjeva 2012) ning liikumine ruumis (Boniface, Cooper 2009; Shojj *et al.* 2009). Samuti on tähtsal kohal sihtkohalojaalsuse kujunemine ja kauguse mõju analüüsimine. Nii on empiirilisel tõestatud, et kaugusel on mõju inimeste reisikäitumisele ning nende poolt määratud ruumi ulatusele ja sisule. Vähe on aga uuritud reisikauguse seoseid sportlaste tulemuslikkusega. Näiteks on kauguse mõju profisportlaste võitmise tõenäosusele analüüsinud Bale (1989 cit. Higham, Hinch 2006). Sportlaste tulemuslikkusega seotud motiive on uurinud veel Wicker jt (2012) ning Shipway ja Jones (2007). Ajendatuna külustuskauguse ja tulemuslikkuse uuringute vähesusest, ongi käesolev töö nimetatud küsimusele fokuseeritud, mis annaks selles valdkonnas uusi teadmisi ning võimaldaks teha geograafiliselt olulisi järeldusi – kas külustuskaugusel on seos sportlase tulemuslikkusega, seda nii sise- kui väliskülustajate lõikes.

Käesoleva uurimistöö eesmärgiks on välja selgitada külustuskauguse seos Tartu suusamaratoni lõpetajate tulemuslikkusega.

Eesmärgist lähtuvalt on püstitatud järgnevad uurimisküsimused:

- Kas Tartu suusamaratoni osalejate külustuskaugus on seotud nende tulemuslikkusega?
- Kas külustuskauguse seos Tartu suusamaratoni osalejate tulemuslikkusega sõltub nende soost, vanusest ja harrastustasemest?

Eesmärgi saavutamiseks on töös kasutatud 2001-2013. aastal toimunud kümne 63 km pikkuse põhidistantsi Tartu suusamaratoni lõpetajate tulemusandmeid.

2. TEOREETILISED LÄHTEKOHAD

2.1 Turism

Turism tähistab reisimisvormi, mis leiab aset teatud kaugusel kodukeskkonnast. Mõiste turism võeti esmakordselt kasutusele 18. sajandi lõpus, mil Euroopas hakati reisima lõbutsemise ja puhkamise eesmärgil (Jakobson 2003). Mõiste määratlused on seotud eelkõige tegevuste või kogemustega, millest turismi kaudu osa saadakse (Meimer 2011). Nii mõistab Siimon (1996) turismi all organiseeritud ja eesmärgipärast reisimist ehk reisi kui tervikut, mis on seotud ettevalmistuse, organiseerimise, sihtpunktis viibimise ning reisi sisustamisega. Maailma Turismiorganisatsioon (United Nations World Tourism Organization) defineerib turismi kui inimeste reisimist väljapoole nende igapäeva elukeskkonda puhkuse, äri või muudel eesmärkidel kestvusega kuni üks kalendriaasta (UNWTO 1995). Turismi võib määratleda ka kui majandus- ja sotsiaalsuhete valdkonda, mille nõudluse aluseks on inimeste vaba aja olemasolu, majanduslikud sissetulekud, reisivalmidus ning mitmed teised faktorid. Turismi võib kõige üldisemalt sihtkoha alusel jagada sise- ja väliturismiks, millest esimene hõlmab reisimist riigisiselt ning teine riikidevaheliselt (Tooman 2010).

2.1.1 Turisti mõiste

Maailma Turismiorganisatsioon UNWTO (1995) määratleb turistina inimesi, kes reisivad ja viibivad igapäevasest elukeskkonnast väljaspool äri, puhkuse või muudel eesmärkidel mitte kauem kui 24 kuud. Sageli kasutatakse turisti mõistet samatähenduslikult reisija või külastaja omaga, ehkki antud määratlused omavahel täielikult ei kattu. Reisijad on inividid, kes reisivad oma kodukohast erinevatesse geograafilistesse piirkondadesse, mistahes eesmärgil ja ajaks. Neid võib jagada omakorda kaheks: ööbivad turistid, kes viibivad sihtkohas vähemalt 24 tundi ja ekskursandid ehk ühepäevakülastajad, kes viibivad sihtkohas alla 24 tunni. Külastajaks aga peetakse igäüht, kes tarbib turismiettevõtte tooteid või teenuseid ning loob ärisuhteid. Turistid on aga ööbivad külastajad, kes kajastuvad turismistatistikas ning jagunevad sise- ja välituristideks (Tooman 2010).

Turiste on võimalik liigitada lähtuvalt reisi eesmärgist (puhketurist, äriturist, kultuuriturist, sporditurist, seiklusturist jne) või reisimisviisist (kruisiturist, autoturist, jalgrattaturist, lennukiturist jne) (Tooman, Müristaja 2008).

2.1.2 Motivatsioon ja sihtkohavalik

Inimeste motiivid ja põhjused miks reisitakse on väga erinevad ning enamasti soovivad turistid rahuldada mitut vajadust korraga. Seetõttu on turisti motivatsiooni loomus heterogeene ning baseerub inimese isiksusel ja vastaval turismi tegevusel, millest ta kavatseb osa võtta (Kozak 2002). Iso-Ahola (1982) määratleb turismiga seotud motivatsiooni kui mõtestatud meeleseisundit, mis viib reisimiseni. Pidades silmas Maslow vajaduste hierarhiat, ei ole reisimine tavaliselt seotud põhiliste füsioloogiliste vajaduste rahuldamisega, vaid pigem uute tutvuste leidmise, eneseteostuse ja prestiižiga (Kozak 2002).

Holloway (1998) jagab külastaja motiivid kaheksasse rühma: puhkus, äri, tervis, sõprade ja perekonna külastamine, usk, majanduslik kasu, haridus/sport ja teised füüsilised tegevused. Bansal ja Eiselt (2004) põhjendavad ja laiendavad neid, toetudes Cromptoni (1979), Lundbergi (1971) ja Shoemakeri (1994) töödele. Nad toovad välja järgnevad vajadused ja soovid – põgeneda igapäevasest rutiinsest keskkonnast; lõõgastuda ja nautida head ilma; tegeleda huvitegevustega, kaasa arvatud spordiga; otsida seiklusi ning kogeda midagi uut ja põnevat; kohtuda pere ja sugulastega; tõsta oma prestiiži ja tunda nostalgiat; õppida iseennast tundma; suhelda inimestega; külastada neid sihtkohti ja vaatamisväärsusi, mida peab elu jooksul nägema; õppida teisi kultuure tundma ja osaleda erinevatel üritustel.

Üldiselt seostatakse sihtkohavalikut ja reisikäitumist tõmbe- ja tõuketeguritega (Page 2011). Tõukefaktorid on seotud reisija päritoluga ja viitavad immateriaalsetele, sisemistele soovidele, nagu näiteks põgenemissoov, puhkus ja lõõgastumine, seiklus, tervis või prestiiž. Tõmbetegurid on peamiselt seotud sihtkoha atraktiivsusega ja materiaalsete omadustega nagu rannad, majutus, vaba aja veetmise rajatised ning kultuurilised ja ajaloolised ressursid (Goossens 2002).

Sihtkohavalikul mõjutab inimesi peamiselt kaugus elukohast (Lee *et al.* 2012) ja reisikulud (Nicolau, Mas 2006; McKercher 2008; McKercher, Lew 2003), millest lähtuvalt suurenenud raha- ja ajakulu seab piirid reisimiskaugusele. Um ja Crompton (1992) on väitnud, et lisaks reisimaksumusele on oluliseks inhibiitoriks reisimisel inimese tervis ja turvalisus. Teisest küljest on empiiriliselt tõestatud, et teatud turistid ei pööra läbitavale kaugusele tähelepanu, siis kui sündmus ise on peamine reisipõhjus. Nii on Grigorjeva (2012) väitnud, et välismaalaste peamised motiivid Eestis peetavatele spordiüritustele tulemisel on seotud ürituse enda ja selle mainega. Samuti nendib ta, et eesmärgiks on ka enese proovilepanek ja rahulolutunne, võimalus väljuda igapäeva rutiinist või leida uusi tutvusi

sama ala inimeste seas. Hallmann jt (2012) täiendavad, et osalemine spordiga seotud vaba aja tegevustes on tingitud soovist saada unikaalseid kogemusi ning ennast välja elada.

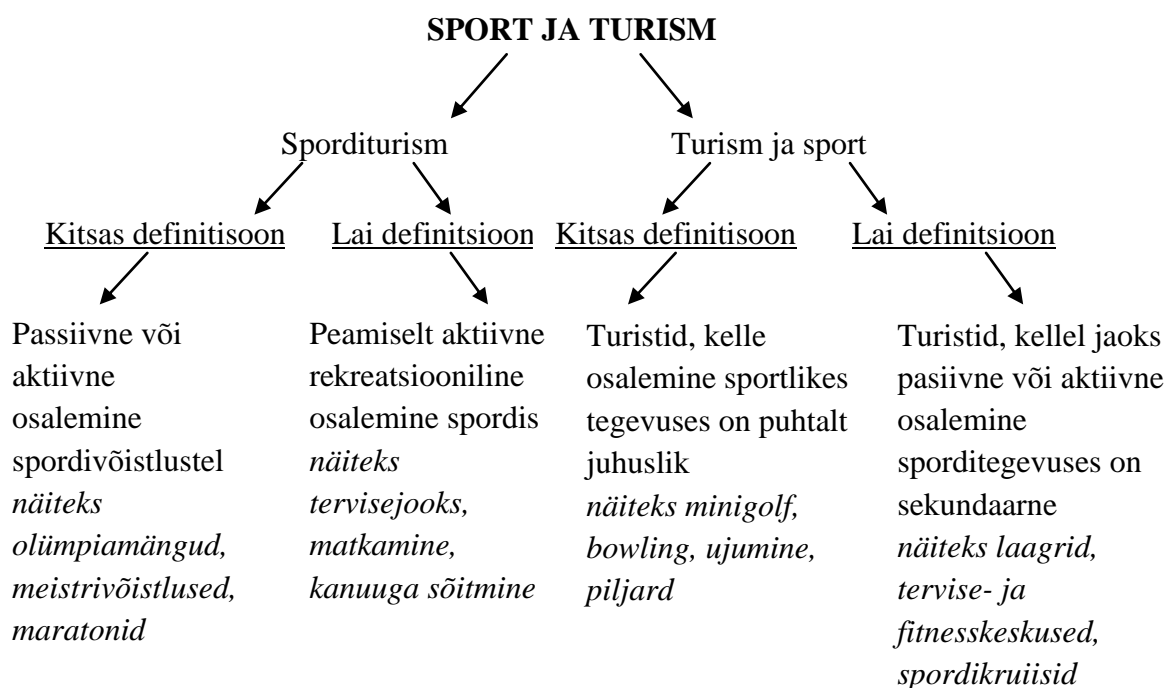
Väiksema suurusega üritustel osalemine või korduvkülastamine on seotud erinevate teguritega. Oluline roll on demograafilistel tunnustel, nagu vanus, sugu (Nyaupane, Graefe 2008) ja rass (Gibson 2004). Samuti leiavad Wicker jt (2012), et kehv koht võistlusel võib olla ajendiks, et järgmine aasta paremini võistelda või esikoht motiiviks, et järgmine aasta uuesti võita. Shipway ja Jones (2007) lisavad, et just amatöörjooksjad on altimad koguma võistlustelt esikohti. Tulemuse kõrval on tähtis faktor enesearendamisel väljakutsete kaudu (Getz, McConnell 2011). Samuti on rõhutanud, et reisimine spordiüritustele on seotud sündmuste eripära ja identiteediga (Green, Jones 2005). Vastuolulised uurimistulemused on ilmnenu osalejate rahuloluga, näiteks Kaplanidou ja Vogt (2007) toovad välja, et rahulolul ei ole mingi seost korduvkülastamisega. Seevastu Kaplanidou ja Gibson (2010) nendivad, et rahulolul on tähtis roll tuleviku reisikäitumise kujunemises ja korduvkülastustes. Nad lisavad, et ürituse ja sihtkoha positiivne kuvand võib olla määravaks faktoriks kavatsusele tulevikus tagasi tulla. Üritusel osalemise aktiivsust on seostatud ka pealtvaatajate olemasolu ja arvuga. Wicker jt (2012) tõdevad, et toetus ja kaasaelamine eriti võistluste viimastel kilomeetritel, on üheks teguriks, miks sportlased taaskülastavad üritusi.

2.2 Sporditurism

Sporditurism on oluline segment turismimaastikul ning selle majanduslik panus ja sotsiaalne tähtsus on kasvanud eriti viimastel aastakümnetel (Pigeassou 2004). Mõisted turism ja sport ilmusid koos modernsesse ühiskonda 19. sajandil ning esmakordselt kerkis sporditurism eraldiseisva haruna esile 50ndatel. Vaatamata sellele ei ole seda tüüpi turism kuigi uus nähtus. Juba 776 e.m.a reisisid inimesed, et võtta osa spordivõistlustest jumal Zeusi auks (Gibson 1998). Neil esimestel Ateena olümpiamängudel osales üle 400 000 võistleja ja pealtvaataja (Tooman 2010). Võistlejate eesmärk oli mängudelt auhindu võita ning oma kodulinnale kuulsust tuua (Weed, Bull 2009). Sporditurismi kontseptsiooni lahtimõtestamisele ja struktureerimisele on oma panuse andnud nii geograafid, majandusteadlased, sotsioloogid kui ka ajaloolased (Pigeassou *et al.* 2003).

Esiteks on võimalik sporditurismi olemust väljendada spordi või turismi seisukohast lähtuvalt (Turco *et al.* 2002). Tulenevalt sellest arutlesid esimesed sporditurismialased teadustööd pigem spordi kui teatud turismi osa, mitte spordi kui peamise reisimispõhjuse üle. Nii on näiteks De Knop (1990 cit. Funk, Bruun 2007) viidanud kolmele erinevale

spordipuhkuse vormile: puhas spordipuhkus, organiseeritud sport ja privaatsed sporditegevused puhkusel. Seevastu Jackson ja Glyptis (1992 cit. Funk, Bruun 2007) on püüdnud leida laiemat perspektiivi ja väitnud, et turismil võib olla teatud roll spordis osalemisel. Lähtuvalt sellest saab eristada kaks sporditurismis osaleja tüüpi: esiteks osalemine sportlikus tegevuses on spordituristi jaoks reisi peamine eesmärk ning teiseks puhkamine on reisi põhiline eesmärk ning kehaline tegevus on sekundaarsel kohal. Sarnasel arusaamal põhinevad samuti Gammoni ja Robinsoni (2003) hilisemad tööd, millest lähtuvalt on olemas reisid, kus sport on domineerivaks osaks ja reisid, kus valdavaks osaks on turism. Selle illustreerimiseks on nad loonud spordi ja turismi mudeli (joonis 1), mille alusel võib sporditurismi tinglikult jagada turismiga seotud spordiks ja puhtaks sporditurismiks, ning määratleda mõlema kitsama ja laiemad definitsiooni.



Joonis 1. Sporditurismi mudel, mis toob välja spordist või turismi lähtuva kitsa ja laia definitsiooni (Gammon, Robinson 2003).

Teine võimalus on liigitada sporditurism osalemisaktiivsuse järgi – vastavalt aktiivne ja passiivne osalemine. Weed ja Bull (2009) on seisukohal, et indiviid võib olla sporditurismis kas osaleja või pealtvaataja rollis. Hall (1992) täiendab, et sporditurismiga seotud reisimise toimub juhulikul või organiseeritud, mittekaubanduslikel või kaubanduslikel põhjustel. Seega võib sporditurismi all mõista aktiivset või passiivset sporditegevuses osalemist erinevatel

põhjustel, mis teeb vajalikuks reisimise kodu- ja/või töökohast eemale (Standeven, De Knop 1999).

Kolmas võimalus on iseloomustada sporditurismi distsipliinina, mis hõlmab erinevaid elemente: esiteks viibimine, mis ühendab endas nii reisi kestvuse kui teekonna; sotsiaalsed tegevused, mis sooritatakse reisi vältel ning spordiga seotud nähtused, mis hõlmavad sportimist või spordisündmuste külastamist (Pigeassou *et al.* 2003); teiseks osalejad, kelle käitumine, motivatsioonid ja kogemused on erinevad (Weed 2006) ning kolmandaks koht ehk toimumispaik (Weed 2005).

2.2.1 Sporditurismi jagunemine sisu ja esinemisvormi järgi

Toetudes eelnevate autorite seisukohtadele jagab Gibson (1998) sporditurismi sisu järgi kolme alarühma: aktiivne sporditurism, mis hõlmab reisimist väljapoole oma elukohta, et osaleda sportlikes tegevustes (rekreatsiooni või võistluslikel eesmärgil); spordiüritusturism, mis tähistab reisimist spordiüritustest osavõtmise eesmärgil ning nostalgiline sporditurism, mis on seotud reisimisega spordiatraktsioonide külastamise eesmärgil.

Sporditurismi on võimalik klassifitseerida peamiste toimumiskohtade alusel. Ühe esimestest tüpoloogiatest lõi Redmond (1991 cit. Hinch, Higham 2001), mis hõlmas kuurorte, spordimuuseumeid, festivale ja rahvusparkide spordirajatisi. Kurtzman ja Zauhar (1997) arendasid Redmondi liigendust edasi ning eristasid viis sporditurismi suuremat esinemisvormi:

- atraktsioonid – sihtkohad, mis pakuvad turistidele võimalusi harrastada või vaadata sporti (pargid, matka- ja jooksurajad, muuseumid, staadiumid, spordihallid ja -keskused) (Hudson 2003);
- kuurordid – hästi planeeritud ja integreeritud kompleksid, mille peamiseks turundusstrateegiaks on spordi- ja terviseteenuste pakkumine (suusa-, spa-, golfi- või muud kuurordid) (Kurtzman 2005);
- kruiisid – laevareisid, kus pearõhk on sportlikel tegevustel (Hudson 2003). Näiteks pakuvad Norra kruiisiliinide laevad võimalust osaleda aeroobikatundides, toitumisseminarides, mängida minigolfi ja kasutada jõusaali (Gibson 1998);
- tuurid – viivad külastajad nende meelisspordiüritustele või soovitud sihtkohtadeni üle maailma. Need võivad olla kas iseseisvalt või reisikorraldaja poolt organiseeritud (Kurtzman 2005);

- sündmused – sporditegevused, mis meelitavad suurel arvul osalejaid ja/või pealtvaatajaid (Kurtzman 2005).

2.2.2 Spordituristi mõiste ja klassifitseerimine

Spordituristina määratletakse ajutist külalist, kelle peamine eesmärk on võtta osa spordiüritusest, viibides seejuures vähemalt 24 tundi antud sihtkohas (Nogawa *et al.* 1996 cit. Hinch, Higham 2011). Gammoni ja Robinsoni (1997) seisukohast on spordituristideks üksikisikud või grupp inimesi, kes aktiivselt või passiivselt osalevad võistluslikus või rekreatsioonilises spordis. Kõige üldisemalt võib spordituristid jagada aga osalemisviisi alusel aktiivseteks osavõtjateks ja passiivseteks pealtvaatajateks. Mõlemal juhul on oluliseks määrajaks osalemine sporditegevuses.

Aktiivse spordituristi tegevused on võistluslikud või rekreatsioonilised, eesmärgiks võistlemine konkurentidega või individuaalne kehalise vormi ja tervise parandamine (Gibson *et al.* 2003). Omakorda toob Hall (1992) välja kaks aktiivse osavõtja klassi: tõsine osaleja, kelle peamiseks eesmärgiks on saavutada võistlustel hea tulemus või kõrge koht ning harrastaja, kes on orienteeritud pigem mängulisusele ja tervise edendamisele kui võistluslikkusele. Highman ja Hinch (2010) aga jagavad spordiga seotud aktiivsed turistid tervisespordituristideks, kes aktiivselt osalevad tervisespordis ning võistlusspordituristideks, kes aktiivselt osalevad spordivõistlustel. Erinevate aktiivsete turistide liigenduse võtavad hästi kokku Maier ja Weber (1993), kes toovad välja kolm spordituristi liiki: tippsportlased, kes tegelevad igapäevaselt treenimisega ning kelle eesmärgiks on kõrge tulemus. Olulisel kohal on tulemuslikkusega seotud aspektid, nagu näiteks treeningpaikade olemasolu, kvaliteetsed elamistingimused ning head toitlustuskohad; massisportlased, kes tegelevad tervise ja kehalise vormi säilitamise eesmärgil sportliku tegevusega harrastustasemel. Tähtsat rolli mängib nii spordirajatiste kvaliteet kui ligipääs ning juhuslikud sportlased, kelle seisukohast on muud, näiteks kultuurilised ja sotsiaalsed huvid tähtsamal kohal kui sportlikud tegevused, mida nad võivad juhuslikult reisil olles harrastada.

Passiivse spordituristi peamiseks eesmärgiks on spordisündmuste, eelkõige spordivõistluste küllastamine aga ka huvi spordiatriksioonide vastu (Gibson *et al.* 2003). Gibson (1998) jagab passiivsed spordituristid tegevuste alusel kaheks klassiks: pealtvaatajad, kelle eesmärgiks on spordiürituste vaatamine ning spordivaatamisväärsuste (muuseumid, kuulsuste hallid vms) küllastajad. Ritchie jt (2002) teevad omakorda spordiürituste pealtvaatajate puhul vahet kolmel fännitüübil: väga huvitatud pealtvaataja (*avid fan*), kelle

planeeritud reis on seotud spordiüritustest osavõtmisega ning vähesel määral muude turismiattraksioonide külastamisega; sagedane pealtvaataja (*frequent fan*), kellel on huvi spordisündmuste aga ka muude mittesportlike tegevuste vastu ja juhuslik pealtvaataja (*casual fan*), kes puhkusel olles võib juhuslikult sattuda külastama mingit spordivõistlust või -üritust.

Faulkner jt (1998 cit. Gibson 2004) toovad lisaks välja ka spordifanaatiku („*sport junkie*“), kelle ainukeseks eesmärgiks on reisida, et toetada oma lemmikvõistkonda või -võistlejat. Meimer (2011) lisab, et pealtvaatajate hulka ei kuulu ainult spordifännid, vaid ka ametlik toetav personal (ametnikud, kohtunikud, treenerid, korraldajad), mitteametlik personal (pereliikmed, sõbrad, tuttavad) ning ka meedia (ajakirjanikud, reporterid ja saatetegijad).

Mitmed autorid on püüdnud välja selgitada spordituristi üldprofiili. Gibson (1998) toob oma uurimuses välja, et aktiivne sporditurist on tõenäoliselt meessoost; suurema sissetulekuga; omab kõrgharidust; on valmis reisima pikki vahemaid, et osaleda lemmiksporditegevuses; on valmis tegelema aktiivsete vaba aja veetmisvõimalustega kuni pensionieani ning on korduvkülastaja. Sarnaselt Gibsonile on Yusof ja Douvis (2001) leidnud, et huvi sporditurismi vastu on suurem meestel. Nad lisavad, et nooremad inimesed võtavad spordiga seotud turismist sagedamini osa kui vanemaealised, kuna nende eesmärgiks on seikluse ja põnevuse kogemine. Stancu (2011) täiendab, et inimesed, kelle eesmärk on tegeleda spordiga reisi ajal, omavad keskmist või üle keskmise kehalist vormi ning need, kes tegelevad regulaarselt spordiga koduses keskkonnas on altimad valima sporditurismiga seotud tegevusi ja atraktsioone. Wicker ja teised (2012) tõdevad, et just maratonidel osalejad on üldiselt kõrgharidusega ja nende sissetulekud on keskmisest suuremad ning enamik neist on harrastajad ja tervisesportlased.

Sporditurismialane kirjandus viitab kolmele peamisele motiivirühmale, mis on seotud reisimisega spordiüritusele: spordifänniks olemise motiivid (soov toetada ja kaasa elada oma lemmikvõistkonnale või- sportlasele), vaba aja eelistustega seotud motiivid (soov harrastada samu sportlike tegevusi, mida tehakse igapäevaselt, ka reisil olles) ja spordisündmuste subkultuuriga samastumise motiivid (soov saada osa sündmusest rahulolu ja elamuse eesmärgil) (Snelgrove *et al.* 2008).

McIntosh ja Goelder (1996 cit. Kurtzman, Zauhar 2005) on seevastu seostanud tavalised reisimotiivid sporditurismis osalemisega, milleks on:

- füüsilised motivaatorid – otseselt seotud füüsiliste vajaduste ja soovidega, nagu näiteks fitness ja sport;
- kultuurilised motivaatorid – seotud traditsioonide, kommete ja pärandiga, nagu näiteks spordimuuseumid, kuulsustehallid ja ajaloolised paigad;
- inimsuhetevahelised motivaatorid – sisaldab võimalust luua uusi tutvusi ja sidemeid spordikuurortide, kruiiside või võistluste külastamise ajal;
- staatuse ja prestiiži motivaatorid – seotud kõrgelt hinnatud sihtkohtade atraktiivsusega, spordikuulsuste või eriliste spordisündmustega.

2.3 Üritusturism

Üritusturismi (*event tourism*) peamiseks väljundiks on pakkuda inimestele uusi elamusi ja kogemusi erinevate ürituste kaudu (Falassi 1987 cit. Getz 2008). Üritusturismi võib pidada sihtkoha majandusliku, kultuurilise ja sotsiaalse arengu oluliseks tagajaks (Jago, Shaw 1998). Üritused aitavad elavdada piirkonna majandust väljaspool turismihooaega (Gursoy *et al.* 2004), tõstavad nõudlust turismiteenuste järele (Ispas, Hertanu 2011), suurendavad sihtkoha tuntust ning aitavad kaasa piirkonna maine parandamisele (Kuusik jt 2009). Erineva sisu ja suurusega üritused on olnud ajendiks kaugemate ja lähemate kohtade külastamisel, näiteks vanaaja olümpiamängud, gladiaatorite võitlused ja usupidustused. Üritusteks võib pidada teatud põhjust, miks inimesed kokku tulevad, nagu näiteks kontserdid, spordivõistlused, tseremooniad, festivalid, laadad jne (Tooman 2010). Chambersi sõnaraamatu (1998 cit. Bowdin *et al.* 2011) kohaselt on üritus ükskõik milline tegutsemine, ilming või juhtum, mis on üldiselt meelde jääv ning organiseeritud tegevus teatud kindlal eesmärgil. Getz (2005) lisab, et üritused kui ajalis-ruumilised nähtused on alati unikaalsed ja omamoodi. Üritused on piiratud kestvusega, ühekordsed või perioodilised, avalikud või privaatsed ning erineva ülesehituse, sisu, ulatuse ja eesmärgiga.

2.3.1 Üritusturismi uuritus

Ürituste uurimine akadeemilistes ringkondades on olnud tõusu teel alates 1980ndatest (Getz 2008). Sündmusturismi kirjandusest lähtuvalt on kolm peamist uurimisteemat: erinevate ürituste sisu kirjeldamine (Carmichael 2002; Getz 2008), ürituste mõju hindamine (Ritchie 1984; Kim *et al.* 2006; Fourie, Santana-Gallego 2011; Nishio 2013) ning ürituste

korraldamine ja turundamine (Getz 2005; Dake, Hadapsar 2013; Rojek 2014). Deery *et al.* (2004) on viidanud, et üritusturism on tihedalt seotud sporditurismiga ning nende ühisosaks on spordisündmused. Esimeseks uurijaks oli Rooney (1988 cit. Getz 2008), kes uuris suurspordiüritusi kui turistide atraktsioone, pannes aluse klassikalistele spordigeograafia uuringutele. Suurt tähelepanu on pööranud megaürituste, eriti olümpiamängude uurimisele tänu nende mastaapsusele, poliitilisele ja majanduslikule tähtsusele (Kariel, Kariel 1988; Searle 2012; Contreras, Corvalan 2014).

2.3.2 Ürituste jagunemine sisu ja suuruse järgi

Sündmuse sisu alusel jaotab Getz (2008) üritused kaheksaks klassiks: kultuuriüritused (laadad, religioossed sündmused, festivalid, karnevalid); poliitilised ja riiklikud üritused (VIP-külastused, tippkohtumised, kuninglikud sündmused); kunsti- ja meelelahutusüritused (kontserdid, auhindade jagamistseremooniad); äri- ja kaubandusüritused (kohtumised, laadad, turud, oksjonid); haridus- ja teadusüritused (konverentsid, seminarid, kliinikud); spordiüritused (olümpiamängud, meistrivõistlused); rekreatsiooniüritused (sport- või muud mängud lõbu eesmärgil) ja privaatüritused (pulmad, peod).

Traditsioonilist spordiüritust iseloomustab kaks peamist tunnust. Esiteks kehtestab juhtorgan teatud eeskirjad ja reeglid, mida sportlastel tuleb järgida, et üritusel edukalt osaleda. Teiseks üritus peab sisaldama mingit sportliku tegevust või muid aktiivse liikumise vorme (Mallen, Adamas 2008). Spordiüritused on meelepärased paljudele, sõltumata vanusest, soost või füüsilisest võimekusest (Zauhar 2004). Kurtzman ja Zauhar (1997) toovad oma töös välja, et spordisündmused meelitavad kohale lisaks võistlejatele ka pealtvaatajaid. Weed (2006) ja Getz (2008) täiendavad, et spordiüritused on heaks võimaluseks ligi tõmmata ettevõtjatest sponsoreid. Mõned erisündmused, nagu näiteks olümpiamängud võivad ligi tõmmata rohkem inimesi kui tavaüritused ning soodustada uute spordirajatiste ehitamist ja infrastruktuuri arendamist. Lisaks sellele aidata kaasa sihtkoha turundamisele ning arendada turismi vähem atraktiivsemates maapiirkondades.

Üritusi on võimalik liigitada ka nende suuruse järgi. Getz (2008) toob välja ürituste hierarhilise püramiidi, kus kõige kõrgemal paiknevad megaüritused (*mega-events*), mis on ühekordsed või toimuvad üle mitme aasta (nt olümpiamängud iga 4 aasta tagant). Neist võtab osa tavaliselt üle miljoni inimese ning neil on piirkonnale suured majanduslikud ja sotsiaalsed mõjud (Bowdin 2011). Järgneval astmel paiknevad esindusüritused (*hallmark events*), mida iseloomustab perioodilisus ning kindel või liikuv toimumiskoht. Esindusürituste puhul on

tegemist kindla piirkonna, linna või regiooniga seostatava sündmusega, mis on need kohad rahvusvaheliselt tuntuks teinud (näiteks Austraalia lahtised tennisevõistlused, Ameerika Super Bowl). Hierarhias kolmandal kohal on regionaalsed üritused (*regional events*), mis on oma suuruselt ja osalejate arvult väiksemad. Nad võivad olla perioodilised ning toimuvad iga kord üldiselt samas kohas. Kõige väiksema ulatusega sündmused on kohalikud üritused (*local events*), mille eesmärgiks on teatud koha/linna/küla atraktiivsuse ja tuntuse tõstmiseks, samuti kogukonna kaasahaaramine ja erinevate vaba aja veetmisvõimaluste pakkumine (Getz 2008).

Kaplanidou (2006) aga jagab spordiga seotud sündmused järgnevalt: mega- ehk suurüritused (nt olümpiamängud, maailmameistrivõistlused), keskmise suurusega üritused (nt riiklikud meistrivõistlused) ning väikesed spordiüritused (nt kohalikud jooksuvõistlused, pallimängude turniirid). Mitmed uurijad on seisukohal, et suursündmuste kõrval on kerkimas esile üha suurema arengupotentsiaaliga väikeskaalalised üritused (nt regulaarsed hooajalised võistlused, siseriiklikud võistlused ja maratonid) (Higham 1999; Kaplanidou, Gibson 2010).

2.4 Kaugus kui geograafiline nähtus

Kaugusel ehk vahemaal on kolm erinevat mõõdet: absoluutne füüsikaline mõõde, mis tähendab, et vahemaad on võimalik mõõta ühikutes, näiteks kilomeetrites või miilides; suhteline mõõde, mis väljendub ajas, mõjus või rahas ning kognitiivne mõõde, millest lähtuvalt kauguse olemus sõltub indiviidi vaatenurgast. Viimast nimetatakse ka tunnetuslikuks distantiks, mida inimesed tajuvad vastavalt olukorrale erinevalt (Knox, Martson 2004).

2.4.1 Kauguse mõju ja uuritus

Tänapäeval on kaugusel väiksem mõju, tänu võimalustele kiiremini reisida ja liikuda ruumis, võrreldes varasemaga. Lisaks on sidetehnoloogiate areng veelgi vähendanud kauguse toimet. Vahemaa fundamentaalse faktorina pärismaailma suhete määramisel on peamiseks inimgeograafiliseks uurimisteenaks. Kauguse olulisust rõhutab Tobleri 1970. aastal sõnastatud geograafia esimene seadus, mis väidab, et kõik on kõigega seotud, kuid lähemal paiknevad asjad on rohkem seotud kui kaugemad (Halas, Klapka 2012). Tobler oli üks paljudest, kes avastas kauguse vastastikmõju geograafiliste nähtustega ning tõdes, et kaugusel on inimtegevusele inhibeeriv toime. Paljud tolle aja teadlased arvasid, et kauguse mõju nähtustele on aja ja maksumuse peegeldus vahemaa läbimisel (Knox, Martson 2004). Newton uskus, et kaugus kahe objekti vahel mängib olulist rolli nendevahelise seose tugevuses (Mohan, Thomas 2012). Ta sõnastas 1687. aastal gravitatsiooniseaduse, mille kohaselt kaks

objekti on omavahel seotud jõuga, mis on võrdeline nende massidega ja pöördvõrdeline nendevahelise kauguse ruuduga. Lähtuvalt sellest on loodud mitmeid gravitatsioonimudeleid, mida geograafid on kasutanud inimeste- ja kaubavoogude, transpordi, keelte ning religioonide leviku analüüsimiseks (Hanks 2011).

Inimgeograafilistes uuringutes kerkis kaugus olulise mõjutegurina esile 19. sajandil Ravesteini töödes, mis keskendusid Suurbritannia migratsiooni uurimisele (Hagett, Arnold 1966). Esimese matemaatilise seaduse kauguse mõjust formuleeris kahe maailmasõja vaheliselt perioodil Reilly. Tema poolt sõnastatud gravitatsiooniseadus väitis, et suurematel linnadel on suurem mõjusfäär kui väiksematel ning ostureiside intensiivsuse vähenemisel on seos kaugusega (Halas, Klapka 2012). 20. sajandi teisel poolel kvantitatiivse revolutsiooni ajal oli kauguse mõju uurimine väga levinud. Esimesteks uurijateks võib pidada sotsiaalfüüsikuid Stewartit ja Wrantzi, kes formuleerisid migratsiooni gravitatsioonivalemi, mis võimaldas ennustada linnadevaheliste reise mahtu ja suunda ning kirjeldada kaht nähtust eraldava ruumi mõju nähtustevahelisele suhtlemisele. Antud kontseptsiooni edasiarendajaks oli Bunge, kes väitis, et ruumi mõju on keerulisem nähtus ja lihtne gravitatsioonivalem ei võimaldada seda nii täpselt kirjeldada. Ta oli seisukohal, et nähtused on omavahel teatud seoses, mis tekitavad nendevahelisi võrgustikke ja toodavad suhtlemist ruumis ning erilist tähelepanu tuleb pöörata ruumis suhtlemist takistavale toimele. Tekkis uus mõiste – vahemaa summutav toime (*distance decay*) (Pragi 2002; Jauhiainen 2005).

2.4.2 Vahemaa summutav toime

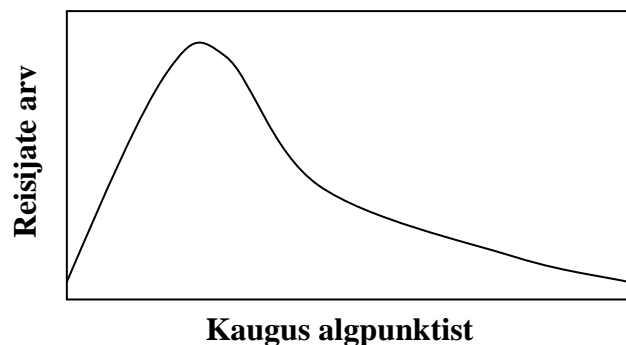
Geograafid on üldiselt arusaamal, et asjad, mis on üksteisele lähemal, on omavahel rohkem seotud kui asjad, mis on üksteisest kaugemal. Vahemaa summutava toime kontseptsioon on selle uskumuse ametlik avaldus. Malinowski (2004) väidab, et inimestel on rohkem sidemeid kohtadega, mis paiknevad nende elukohtadele lähemal. Olsson (1970) nendib, et vahemaa on geograafiliselt piirav tegur, mis võib mõjutada reisimist.

Vahemaa summutava toime määratlemisel on jäänud keskseks mõisteks kauguse mõju (*distance effect*), mis tähendab protsessi või mustri muutust tulenevalt kaugusest (Deza, Deza 2006). Sünonüümina kasutatakse kirjanduses terminit – kauguse mõju vähenemise määr (*distance lapse rate*), mis näitab vahemaa takistava mõju numbrilist väärtust (Hanks 2011). Oxfordi geograafia sõnaraamat määratleb vahemaa summutavat toimet kui vaadeldavate nähtuste mõju vähenemist või koostoime muutust kauguse suurenemisel (Mayhew 2004). Cromley (2002 cit. Hammadou *et al.* 2003) leiab, et see on kui funktsioon või suhetepõimik,

milles mõju väheneb vahemaa pikenedes algpunktist. Inimgeograafia entsüklopeedia kohaselt on see aga geograafiline termin, mis kirjeldab kauguse mõju ruumilistele seostele, mis avaldub kahe nähtuse vahelise seose vähenemises kauguse kasvamisel (De Blij *et al.* 2007). Lisaks on vahemaa summutavat toimet kirjeldatud kui magnetvälja, kus kauguse mõju esineb ringidena, mis näitavad seose vähenemist keskpunktist kauguse suurendes (Mohan, Thomas 2012). McKercher ja Lew (2003) on seisukohal, et kauguse summutava toime tugineb nõudluse vähenemisel eksponentsiaalselt kauguse suurenedes ning on üks olulisemaid seadusi geograafias, mis võimaldab seletada erinevate ruumilis ja ajalis-interaktsioonide vahelisi seoseid.

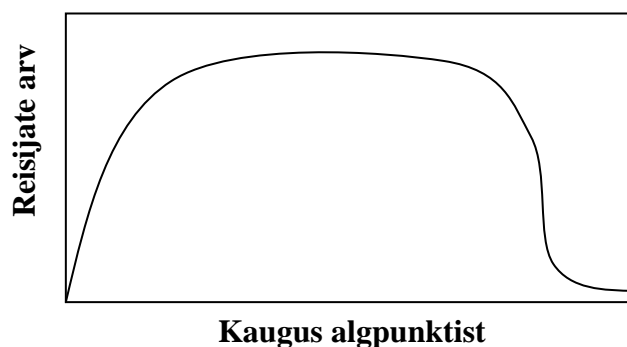
Vahemaa summutava toimet on võimalik tõlgendada mitmel moel. Esiteks võib öelda, et kauguse summutava toime funktsioon peegeldab inimeste käitumuslikku vastust võimalustele ning piirab seda ajas ja ruumis. See kajastab kindla koha kasulikkust inimeste jaoks ning viitab selle kasutatavusele nende poolt. See tähendab seda, et suures osas mõjutab inimtegevust Morrilli sõnastatud läheduse printsiip, mille kohaselt inimesed püüavad: maksimeerida kohtade üleüldist kasulikkust minimaalse pingutusega; maksimeerida kohtadevahelisi sidemeid minimaalsete kulutustega ning leida seotud tegevusi nii lähestikku kui võimalik. Tulemuseks on see, et käitumusmustrid, asukohaotsused ning inimeste ja kohtade omavahelised seosed võtavad võrdlemisi ootuspärased ning organiseeritud mustrid. Teiseks võib tõdeda, et vahemaa summutava toime kirjeldab seda, mil määral konkreetne tegevus või nähtus väheneb või kahaneb kauguse suurenedes. Näiteks kaugemad inimesed sõidavad vähem tõenäolisemalt haiglasse tasuta arstiabi saama kui lähemal elavad inimesed (De Blij *et al.* 2007).

Turismialane kirjandus viitab kolmele erinevale kaugusjaotuse kõverale (McKercher *et al.* 2008). Esiteks klassikaline kaugusjaotuse kõver (*classic decay curve*), mille kohaselt tipneb nõudlus alguspunkti vahetus läheduses ning väheneb kauguse suurenedes eksponentsiaalselt (joonis 2).



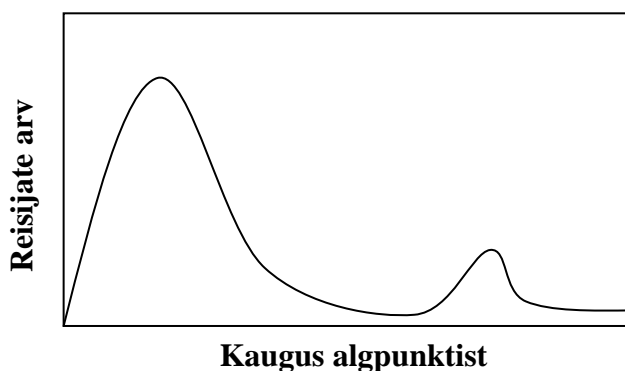
Joonis 2. Klassikaline kaugusjaotuse kõver (McKercher *et al.* 2008).

Teine platooline kaugusjaotuse kõver (*plateauing decay curve*) illustreerib nõudluse hajumist pikema vahemaa taha (joonis 3). McKercher ja teised (2008) modelleerisid antud kaugusjaotuse, uurides Austraalia autoreisijaid ning põhjendasid kõvera lamedat kuju piiratud arvu sihtkohtade esinemisega lineaarselt reisimarsruudil. Seega iseloomustab kõver tavaliselt neid piirkondi, mille läheduses paikneb mingi takistus (nt mäeahelik, suurem veekogu) või kus esineb vähem atraktiivseid sihtkohti.



Joonis 3. Platooline kaugusjaotuse kõver (McKercher *et al.* 2008).

Kolmas kahetipuline kaugusjaotuse kõver (*decay curve with secondary peak*) viitab, et olemas on kaks nõudluse tippu (joonis 3). Esimene on seotud asjaoluga, et nõudlus on suurem populaarsemate lähemal asuvate reisisihtpunktide tõttu ning teine nõudluse tipp tuleneb kaugete ja eksootiliste kohtade atraktiivsusest (Lee *et al.* 2012).



Joonis 4. Kahetipuline kaugusjaotus kõver (McKercher *et al.* 2008).

Vahemaa summutav toime on olnud akadeemiliste uuringute teemaks alates 60ndatest (McKercher, Lew 2003) ning hõlmab väga erinevaid teadusvaldkondi. Kriminoloogias on leitud, et enamik kuritegusid pannakse toime kurjategija elukoha läheduses ning kuritegude

arv väheneb kauguse suurenedes nende kodukohast (Weisburd *et al.* 2009; Emeno, Benell 2013). Loodusgeograafia vallas on Su ja teised (2009) tegelenud antud teooria alusel õhusaaste leviku kaardistamise ja puhvertsoonide väljaselgitamisega. Vahemaa summutava toime uurimine on kasutamist leidnud ka ökoloogias, kus põhiliselt uuritakse liikide ruumilist paiknemist, levikut ning mitmekesisuse tekkimise põhjusi (Morlon *et al.* 2008). Näiteks on Poulin (2003) uurinud, mil määral parasiitide sarnasus väheneb kauguse suurenedes. Nekola ja White (1999) aga vahemaa mõju taimede sarnasusele.

Turismiuuringutes on Mckercher ja Lew (2003) analüüsinud kauguse summutavat toimet lennukiga reisivate turistide sihtkoha valikute tegemisel Hongkongist väljapoole. Autorid on leidnud, et nõudlus sihtkohtadele tipneb teatud kaugusel reisi algpunktist ning väheneb eksponentsiaalselt, mida suuremaks vahemaa muutub. Hammadon ja teised (2004) on analüüsinud inimeste liikumist, täpsemalt kauguse mõju reisikäitumisele, tõdedes et selline tegevuspõhine lähenemisviis võimaldab mõõta ja analüüsida reisisuhete iseloomu ja reiside arvu seost kaugusega. Bohlin (2000) on aga kasutanud vahemaa summutava toime printsiipi, et hinnata, kui kaugelt inimesed tulevad erinevatele festivalidele Rootsisis ning analüüsinud millised tegurid seda enim mõjutavad. Kauguse mõju külastuskaugusele tuleb selgesti esile McKercheri ja teiste (2008) poolt teostatud uuringus, millest selgub, et üle 50% rahvusvahelistest reisidest tehakse naaberriiki ning 80% sihtkohtadest jääb kuni 1 000 km kaugusele.

Sporditurismis on tähelepanu suunatud eelkõige ürituste toimumiskohtade ja spordituristide voogude uurimisele. Boniface ja Cooper (2009) on seisukohal, et turistivood vähenevad spordiürituse või muude sihtkohtade kauguse suurenemisega kodukohast. Sarnase tendentsi on leidnud Shojij *et al.* (2009), kes leidsid, et avaliku spordikeskuse kasutamine on seotud kaugusega kasutajate kodudest. Kasutajad, kes elavad vaid lühikese jalutuskäigu kaugusel spordikeskusest on sagedasemad külastajad, kui need, kes elavad kaugemal. Mitchell ja Murphy (1991 cit. Higham, Hinch 2006) rõhutavad, et kauguse summutava toimele lisaks mõjutavad reisikäitumist reisikulud ning teadmised kaugete kohtade kohta. Kauguse ja tulemuse vahelisi seoseid on vaadelnud Bale (1989 cit. Higham & Hinch 2006) tuues välja, et profispordis on täheldatav teatud muster spordivõistluste toimumiskoha (kodus või võõrsil) ning võidu tõenäosuse vahel. Ta on tõestanud, et mitte ainult võitmine võõrsil on vähem tõenäoline kui kodus, vaid ka kaugus kodust mängib olulist rolli. Mida kaugemale võistkond sõidab võistlema, seda väiksem on võidu võimalus.

3. ANDMED JA METOODIKA

3.1 Andmed

Käesoleva uurimistöö teostamiseks valiti SEB Tartu nelikürituste sarja kuuluv Tartu suusamaraton, regiooni suusatamise tippündmus, mis on tõusnud nii Tartu kui kogu Eesti maineürituseks. Teiste maratonide kõrval on suusamaraton populaarne nii eestlaste kui ka välismaalaste seas, mis on oluliseks aspektiks ja soodsaks teguriks sise- ja välisküllastajate erinevuste välja selgitamisel ja analüüsimisel. Samuti suusatajate erinev tase ja osaluseesmärgid ning väga erinev külustuskaugus võimaldab antud töös püstitatud eesmärki hästi täita.

Uurimisküsimustele vastamiseks kasutati kümne suusamaratoni 63 km pikkuse põhidistantsi järjestusprotokollide andmeid aastatest 2001-2013. Andmed laeti alla Klubi Tartu Maratoni kodulehekülje avalikust tulemuste arhiivist (Klubi Tartu Maraton 2014). Valituks osutusid need aastad, kuna nad kajastasid antud töö seisukohast olulisi tunnuseid, nagu elukoht, vanuseklass, sugu, stardinumber, maratonil saadud koht ja sõiduaeg (tabel 1), mis varasemate aastate puhul olid välja toomata või puudulikud. Tartu suusamaratoni mitme erineva pikkusega distantside seast valiti suurima osalemisarvuga 63 km pikkune põhidistants, mis on oluline tulemuste võrreldavuse seisukohast. Seega jäeti valitud aastatest välja 2002, mil põhiraja pikkuseks oli 42 km ning 2004 ja 2008, mil maraton ei toimunud lumepuuduse tõttu. Analüüsi kaasati kokku 37 515 suusataja andmed.

Tabel 1. Ülevaade järjestusprotokollis avalikult kasutada olevatest tunnustest (vasak veerg) ja selgitus vastava tunnuse kasutamisest käesolevas töös (parem veerg).

Tunnus	Selgitus
Üldkoht	Leiti vastav suhtarv
Koht naiste arvestuses	Ei kasutatud
Stardinumber	Kasutati tasemegruppide määramisel
Nimi	Ei kasutatud
Elukoht	Aluseks külustuskauguse määramisel
Aeg	Sõiduaeg, mida kasutati tunni täpsusega
Vanuseklass	Võeti aluseks vanuserühmade määramisel
Koht oma vanuseklassis	Ei kasutatud
Osalemiskord	Ei kasutatud, kuna andmed olid kättesaadavad alates 2009. aastast

3.1.1 Tartu suusamaraton

Klubi Tartu Maratoni eestvedamisel korraldatav Tartu suusamaraton on alguse saanud 1960. aastal korraldatud pikast suusamatkast. Tänapäevaks on Otepäält Elvasse sõidetavast võitlusest kujunenud traditsiooniline iga-aastane mitmeid tuhandeid spordihuvilisi kokku toov suusapidu. Mõnedel aastatel on maraton lumepuudusel või muudel põhjustel ära jäänud: (1961, 1972-1975, 1988-1990, 1992, 2000, 2004, 2008, 2014). Tartu suusamaratoni on võrreldud talvise laulupeoga, kuna maratoni mitmekülgne programm pakub tegevust igas vanuses ja vormis spordisõbrale. Ühiselt stardivad nii tipp- ja harrastussportlased kui ka liikumisest rõõmu tundvad inimesed. Maratoni mitmekülgset rada peetakse üheks maailma parimaks klassikasõidu rajaks (Klubi Tartu Maraton 2014).



Joonis 5. Ülemisel fotol esimese pika suusamatka start 1960. aastal ning alumisel fotol start 50 aastat hiljem 2010. aastal (Klubi Tartu Maraton 2014).

Esimesel 55 km pikkusel võistlusel lõpetas 210 sõitjat. Kõige suurema osalejaskonnaga aasta oli 1986, mil võistlusele registreerus kokku ligikaudu 16 000 suusasõpra üle kogu Nõukogude Liidu. Alates 1982. aastast on olemas andmed välismaalaste osaluse kohta, mis on järk-järgult tõusnud. Eelmisel talvel, 2013. aastal ületas välismaalaste arv 1 000 piiri. Kokku on toimunud 42 maratoni 53 aasta jooksul (1960-2013). Lumepuudusel on ära jäänud 12 maratoni, koos käesoleva 2014 aastaga (Klubi Tartu Maraton 2014).

Tabel 2. Ülevaade aastatel 1982-2013 toimunud maratonidest ja lõpetajatest. Käesolevas töös uuritakse aastaid 2001-2013.

Toimumisaasta	Põhidistants	Lõpetajad	Naisi	Välismaalasi
1982	52,7 km	5072	872	98
1983	55,8 km	6805	1057	235
1984	60 km	9058	1465	669
1985	55,6 km	8715	1386	993
1986	60 km	9858	1415	956
1987	58 km	8831	1114	970
1991	47 km	3162	307	285
1993	30 km	961	110	35
1994	60 km	1213	116	126
1995	60 km	1679	182	346
1996	60 km	1788	184	349
1997	65 km	2090	188	512
1998	63 km	2506	251	514
1999	64 km	2525	262	499
2001	63 km	1965	190	354
2002	42 km	2201	255	526
2003	63 km	2383	240	470
2005	63 km	2687	246	609
2006	63 km	3044	276	523
2007	63 km	3158	296	572
2009	63 km	3666	344	548
2010	63 km	4769	490	677
2011	63 km	4771	472	734
2012	63 km	5112	562	900
2013	63 km	5960	695	1026

Tartu suusamaraton kuulub Tartu mitmikürituste sarja (SEB Tartu neliküritus) 1983. aastast. Algselt tunti seda kolmikürituse sarjana, kuhu kuulusid Tartu maraton, Tartu sügisjooks ja Tartu rattaralli. 2000. aastal ühines sarjaga Tartu rattamaraton ning sari sai nimeks Tartu neliküritus. Selle eesmärgiks on pakkuda spordihuvilistele võimalust osaleda

aastaringelt spordiüritustel. Samuti kuulub Tartu Maraton kui rahvusvaheliselt tuntud spordipidu alates 1994. aastast Worldloppet sarja ning 1998. aastast Eesti pikamaasuusatajate sarja Estoloppet. Kuulumine mainekate sarjade nimistusse on kohale meelitanud osavõtjaid nii Eestist kui maailma eri paikadest. Tänapäevaks kuulub maratoni programmi lisaks 63 km põhisõidule ka 31 km lühidistants, avatud raja suusasõit, mille raames leiab aset 16 km naistesõit ning lastele mõeldud TILLUsõit ja MINImaraton. Aastal 2010 tunnistas SA Lõuna-Eesti Turism Tartu Maratoni parimaks turismiobjektiks (Klubi Tartu Maraton 2014).

3.2 Analüüsi meetodika

Kahe tunnuse omavahelise statistilise sõltuvuse olemasolu, selle tugevuse ja iseloomu kõige sobivamaks analüüsimeetodiks on korrelatsioonianalüüs, mida kasutati ka käesolevas töös külustuskauguse ja tulemuslikkuse omavahelise seose hindamiseks. Meetod on sobilik, kuna andmed vastavad normaaljaotusele. Seose hindamisel analüüsiti kõiki aastaid koos, kuna tulemused aastate lõikes ei erinenud üksteisest oluliselt. Selle kontrollimiseks leiti Pearsoni korrelatsioonikordaja (R) tulemuslikkuse ja külustuskauguse vahel järgnevate juhuslikult valitud aastatega: 2001 (sisekülustajad: koha suhtarvuga $R=-0,069^{**}$ ja sõiduajaga $R=-0,073^{**}$, väliskülustajad: koha suhtarvuga $R=0,029$ ja sõiduajaga $R=0,037$), 2007 (sisekülustajad: koha suhtarvuga $R=0,015$ ja sõiduajaga $R=0,024$, väliskülustajad: koha suhtarvuga $R=0,110^{**}$ ja sõiduajaga $R=0,141^{**}$) ja 2013 (sisekülustajad: koha suhtarvuga $R=0,014$ ja sõiduajaga $R=0,017$, väliskülustajad: koha suhtarvuga $R=0,131^{**}$ ja sõiduajaga $R=0,165^{**}$).

Seose analüüs teostati sise- ja väliskülustajate lõikes eraldi. Antud seose uurimisel on kasutatud olulisuse nivood ehk vea ülempiiri $p \leq 0,01$. Sõiduajad teisendati tunni ja minutite täpsuseni ning kohtade puhul leiti koha suhtarv kõikide osalejate kohtade suhtes aasta lõikes ((koht/osalejate arv vastaval aastal)*100 - nt $(63/2384)*100=2,64$). Koha suhtarv leiti, et osalejate kohad oleks aastate lõikes võrreldavad, kuna iga aasta osales erinev arv inimesi. Sõiduaega ja koha suhtarvu kasutati, et leida vaadeldavate tunnuste vahel universaalsemat seost.

Kaugusandmed arvutati kilomeetrites linnulennult maratoni toimumiskoha Otepää ning Eesti vastava maakonnakeskuste ning välismaa lähteriigi pealinna vahel. Selleks kasutati *google mapsil* põhinevat kalkulaatoril *DistanceFormTo* (DistanceFromTo 2014). Täpsema vahemaa määramisel oli takistavaks teguriks väliskülustajatel riigi ja sisekülustajatel maakonnatäpsusega (eraldi oli välja toodud Tallinn) elukoha algandmed.

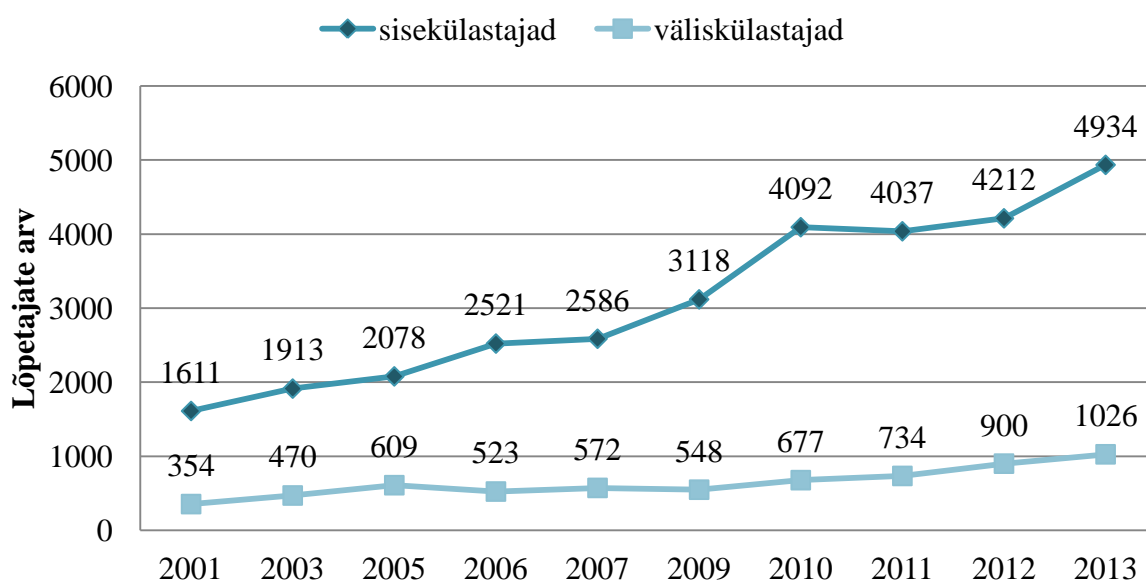
Teiseks hinnati, kas külastuskauguse ja tulemuslikkuse seos sõltub soost, vanusest ning võistleja harrastustasemest. Vanuserühmade jaotuse aluseks võeti maratoni võistlusklassid (vastavalt meestel 14 ja naistel 11 klassi), mis jagati enam vähem võrdsete klassiarvudega vanuserühmadesse (15-21, 22-45, 46-60 ja 61-80). Suusatajate tasemete määramisel toetuti maratoni korraldajate tugevusgruppide jaotusele ning sõiduajale, millest lähtuvalt jaotati lõpetajad 3 rühma (tippportlased – alla 3,5 tunni, tõsised osalejad – 3,5 kuni 5 tundi ning harrastajad – üle 5 tunni). Tasemete nimetamisel võeti aluseks Maieri ja Weberi (1993), Hall (1992) ning Hinch ja Highami (2010) aktiivse spordituristi erinevad tüübid. Sarnaselt eelnevaga teostati korrelatsioonianalüüs sise- ja väliskülastajate lõikes eraldi.

Töö uurimisküsimustele vastamiseks kasutatud korrelatsioonanalüüs teostati programmiga SPSS Staistics. Saadud olulisemate ja tugevama seosega tulemuste puhul loodi vastavad hajuvusdiagrammid MS Excelis.

3.3 Tartu suusamaratoni lõpetajate profiil

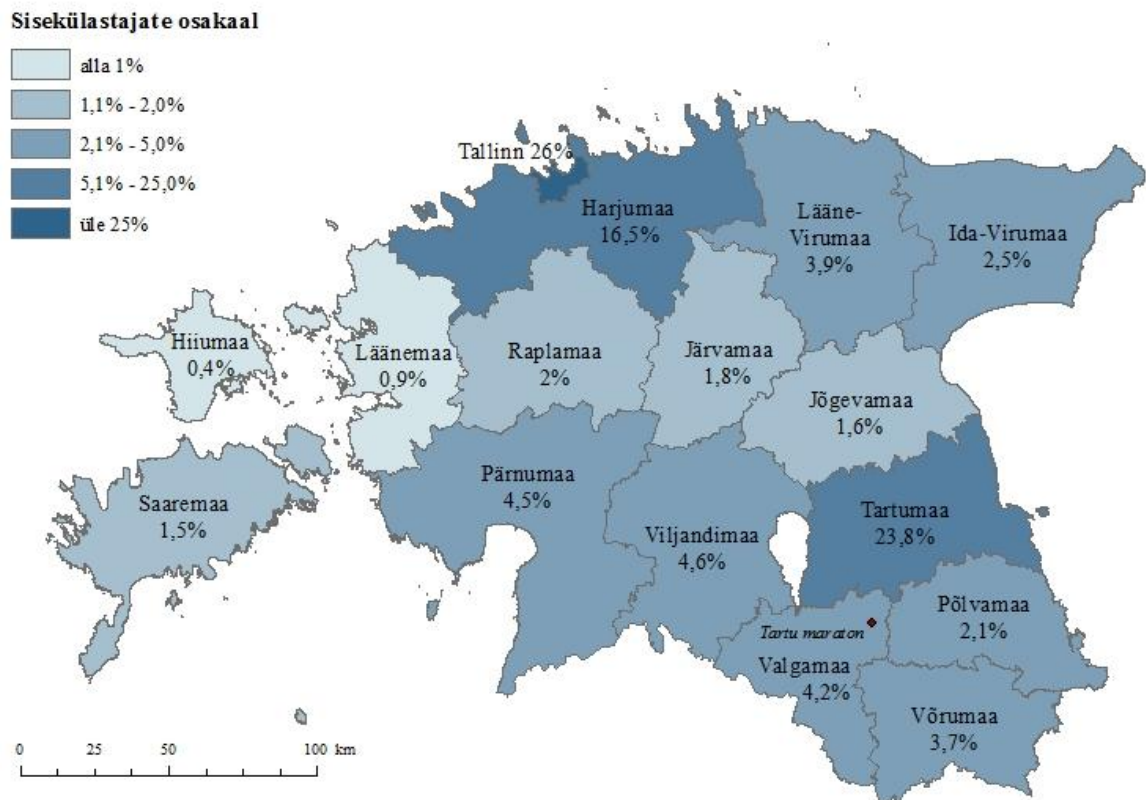
3.3.1 Päritolu

Käesolevas töös analüüsitud kõikidest maratonide läbinutest moodustasid sisekülastajad 82,8% (31 102) ja väliskülastajad 17,1% (6 413) ning 0,1 % (42) ei olnud päritolu registreerimisel märkinud. Nii sise- kui väliskülastajatest lõpetajate arv tõusnud kümne aastaga umbes kolm korda. 2010. aastal ületas kohalike arv 4 000 piiri ning välismaalaste arv 1 000 piiri 2013. aastal (joonis 6).



Joonis 6. Tartu suusamaratoni sise- ja väliskülastajate arvu muutus aastatel 2001-2013.

Sisekülastajate lõikes eristuvad kaks piirkonda – Harjumaa 16,5% (5 138) koos Tallinnaga 26% (8 082) ja Tartumaa 23,8% (7 390), kust suusatajad peamiselt on tulnud maratoni sõitma. Tartumaalaste kõrge osakaal on seotud eelkõige üritusele paiknemise lähedusega aga harjumaalaste ning tallinlaste osatähtsus rahvastiku suurest üldarvust. Eesti lõikes oli madalaim osavõtu protsent kaugematel maakondadel Hiiumaal (0,4%) ja Läänemaal (0,9%). Samas võib täheldada, et näiteks Valgamaaga piirneva Põlvamaa osalusprotsent (2,1%) on väiksem Lääne- ja Ida-Virumaa (3,9 ja 2,5%) omaga, mis paiknevad üritusest kaugemal (joonis 7). Seletusena võib tuua, et põlvamaalaste huvi suusatamise vastu on väiksem kui Lääne- ja Ida-Virumaal elavatel inimestel. Lääne-Eesti ja saarte puhul võib takistavaks teguriks olla kaugus üritusest. Mistõttu võib väita, et sisekülastajad on nõus maratonile tulema nii lähemalt kui kaugemalt.

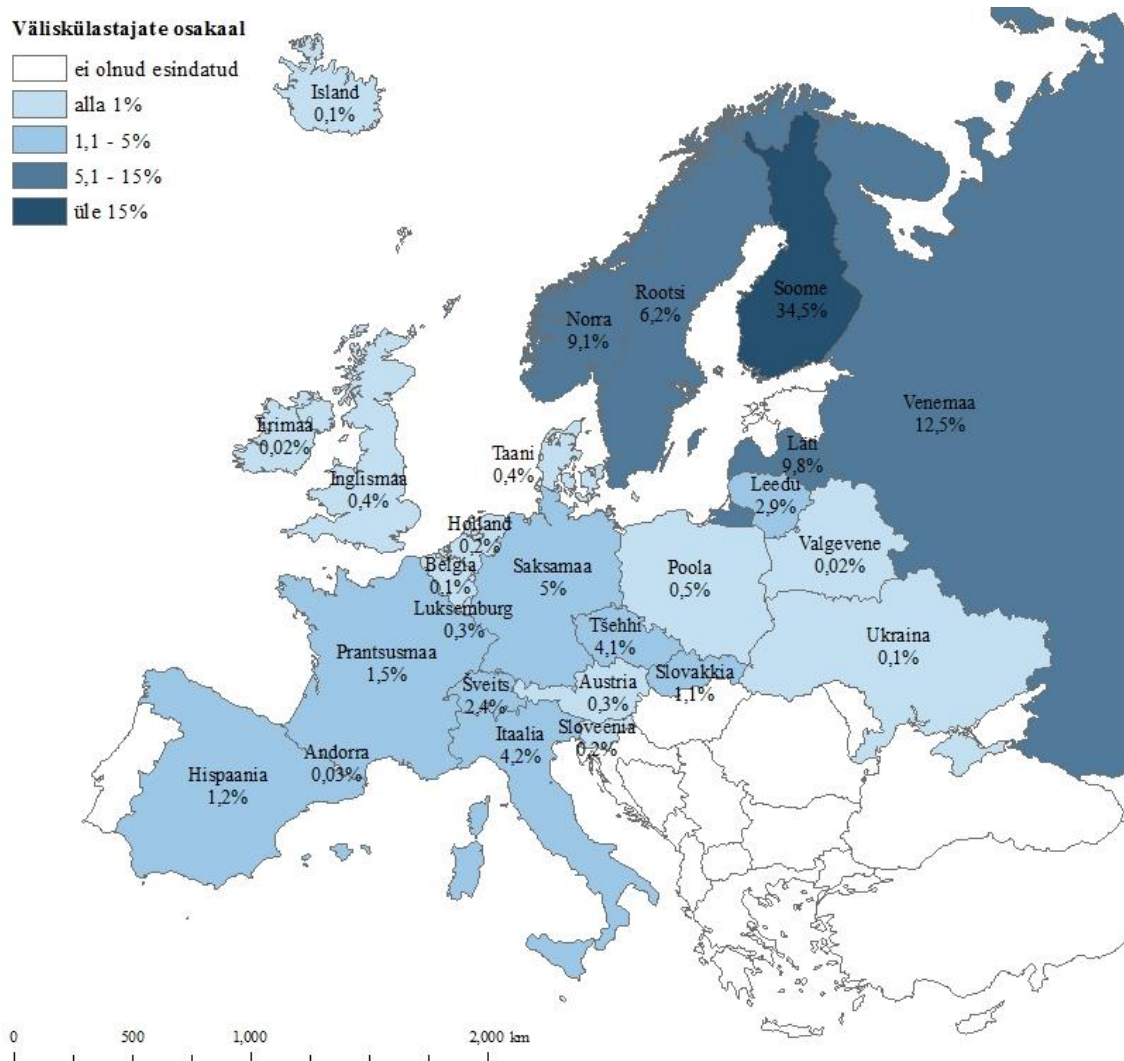


Joonis 7. Tartu suusamaratoni sisekülastajate osakaalude jaotus maakonniti aastatel 2001-2013.

Toetudes leitud osakaalude jaotusele Eesti siseselt, võib väita, et sisekülastajate nõudlusel on kaks peamist tippu, üks mis paikneb umbes 40 km kaugusel ning teine 180 km kaugusel (joonis 8).



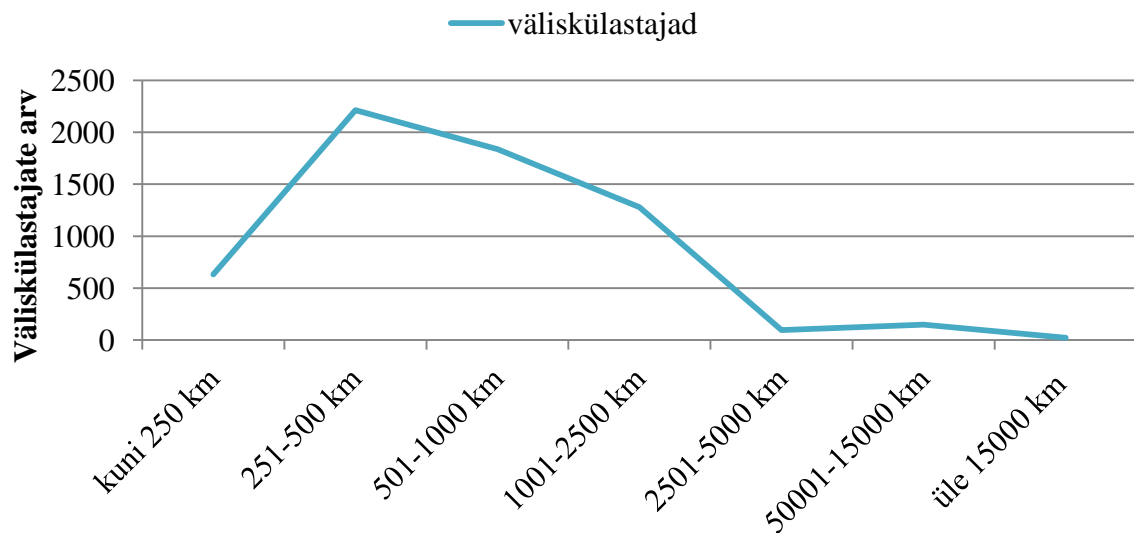
Joonis 8. Tartu suusamaratoni sisekülastajate jaotus külastuskauguse järgi aastatel 2001-2013.



Joonis 9. Tartu suusamaratoni väliskülastajate osakaalude jaotus Euroopa siseselt aastatel 2001-2013.

Väliskülastajate löikes võttis Tartu suusamaratonidest vaadeldaval perioodil osa suusatajad 37 erinevast riigist. Välisriikidest olid kõige rohkem lõpetajaid Soomest 34,5% (2 213), Venemaalt 12,5% (799) ja Norrast 9,1% (583) (joonis 9). Vähem kui kümme sportlast kokku kogu vaatluse all oleva perioodi jooksul tuli 13 riigist, millest kuuel oli vaid üks osavõtja (Valgevene, Tšiili, Lõuna-Aafrika Vabariik, Liechtenstein, Iiri ja Argentiina). Väljastpoolt Euroopat jagunesid osakaalud järgnevalt: USA 1,7%, Austraalia 0,3%, Kanada 0,3%, Jaapan 0,2% ja Iisrael 0,1 %.

Joonisele 10 tuginedes võib tõdeda, et väliskülastajate kaugusjaotuskõver ühtib hästi klassikalise vahemaa summutava toime kõveraga, mille kohaselt külastajate arv on maksimaalne ürituse toimumiskoha vahetus läheduses ja langeb kauguse kasvades.

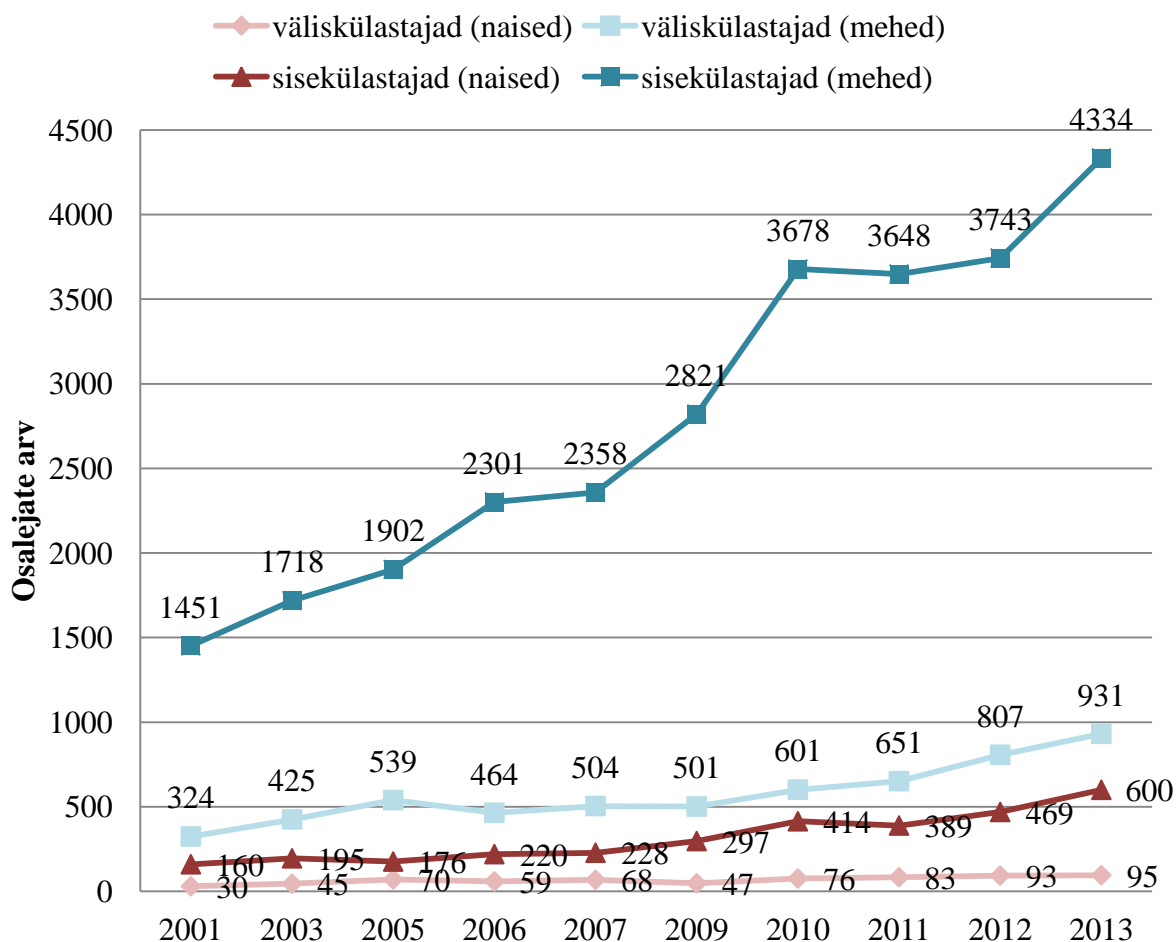


Joonis 10. Tartu suusamaratoni väliskülastajate jaotus külastuskauguse järgi aastatel 2001-2013.

3.3.2 Sugu ja vanus

2001-2013. aastal aset leidnud maratonide kõikidest lõpetajatest moodustasid mehed 90% (33 741) ja naised 10% (3 816), seega iga kümne mehe kohta lõpetas üks naine. Sisekülastajate löikes osales kokku 27 954 meest ja 3 148 naist ning väliskülastajate löikes 5 747 meest ja 666 naist. Jooniselt 11 võib järeldada, et Eesti naiste arv on kasvanud kümne maratoniga ligikaudu neli korda (160-lt 600-ni) ja välismaalaste naiste arv umbes kolm korda (30-lt 95-le). Eesti meeste ja välismaalaste arv on võrdselt suurenenud ligikaudu kolm korda. Jooniselt selgub, et Tartu suusamaraton on populaarsem nii Eestist kui välisriikidest pärit meesosavõtjate seas.

Maratonidel osalenud mehed võistlesid 14 erinevas vanuseklassis (M15, M17, M20, M21, M35, M40, M50, M60, M65, M70, M75 ja M80) ning naised 11 vanuseklassis (N15, N17, N20, N21, N35, N40, N45, N50, N55, N60 ja N65).



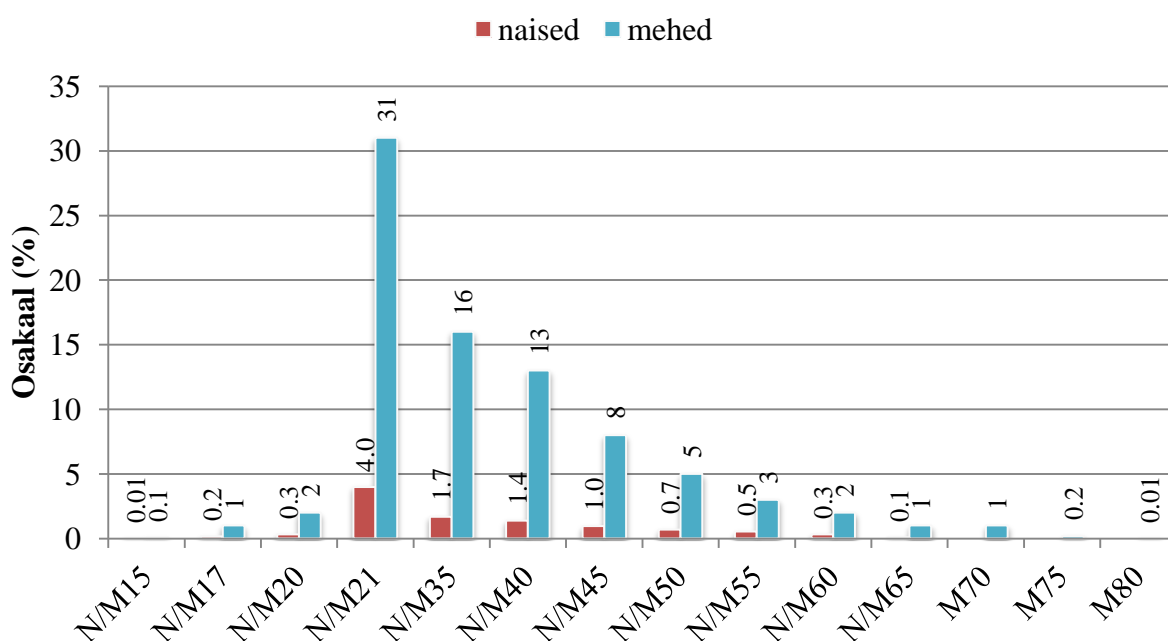
Joonis 11. Tartu suusamaratoni sise- ja väliskülastajate sooline jaotus aastatel 2001-2013.

Kõikide aastate lõikes oli arvukaim klass M21 31% (11 757), mis oli samuti meeste seas suurima osakaaluga. Kõige tagasihoidlikumalt oli esindatud M80 klass kahe suusatajaga (0,01%). Naiste puhul oli kõige arvukam sarnaselt meestega N21 4% (1 495) ning vähim lõpetajaid oli N15 vanuseklassis 0,2% (5). Ülevaate naiste ja meeste vanuseklasside jagunemisest kõikide maratonide lõikes annab joonis 12.

Sisekülastajate lõikes oli üle 50-aastaste vanuseklasside (M50-80 ja N50-65) osatähtsus suurim, vastavalt meestel ligikaudu 40% Ida-Virumaal ja naistel 30% Saaremaal. Kuni 35-aastaste vanuseklasside (N/M15-35) puhul on kõrgeim osakaal meestel ligikaudu

60% Võru- ja Raplamaal ja naistel üle 60% Hiiu- ja Põlvamaal. Üldiselt võib välja tuua, et Eesti siseselt on ülekaalus pigem nooremad ja keskmised kui vanemad vanuserühmad.

Välisküllastajate lõikes võib esile tuua meeste puhul kaugemad riigid nagu Jaapan, Austraalia, Kanada, kust tulnud suusatajad kuulusid eranditult vanematesse vanuseklassidesse (üle M45). Nooremate rühmade (M15-35) osakaal oli kõrgem lähinaabritel Venemaal (ligikaudu 70%) ja Lätil (80%). Välismaa naiste puhul ei osalenud N15 ja N17 vanuseklassis ühtegi suusatajat. Nooremad vanuseklassid N20-35 olid ülekaalus Šveitsis, Tšehhis ja Lätis (kõigis üle üle 40%). N50-65 osatähtsus oli kõrge USAs (ligikaudu 75%) ning Saksamaal, Soomes ja Norras (kõigis natuke üle 50%).



Joonis 12. Tartu suusamaratoni meeste (M) ja naiste (N) vanuseklasside osakaalude jaotus aastatel 2001-2013.

4. TULEMUSED

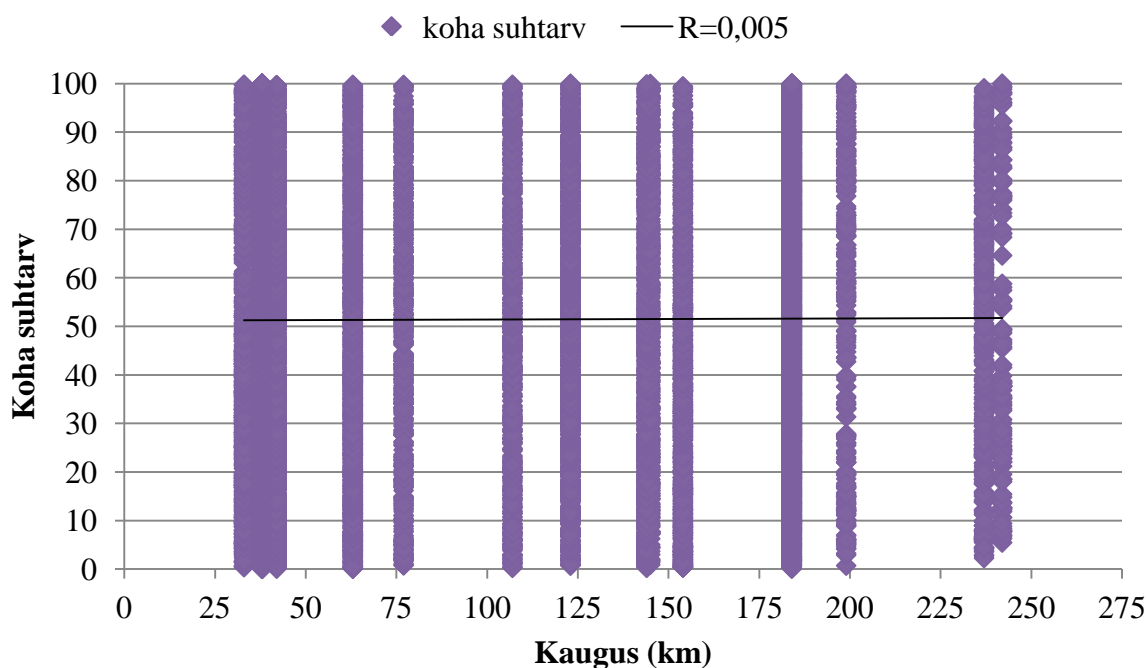
4.1 Sisekülastajad

4.1.1 Tulemuslikkuse ja külastuskauguse seos

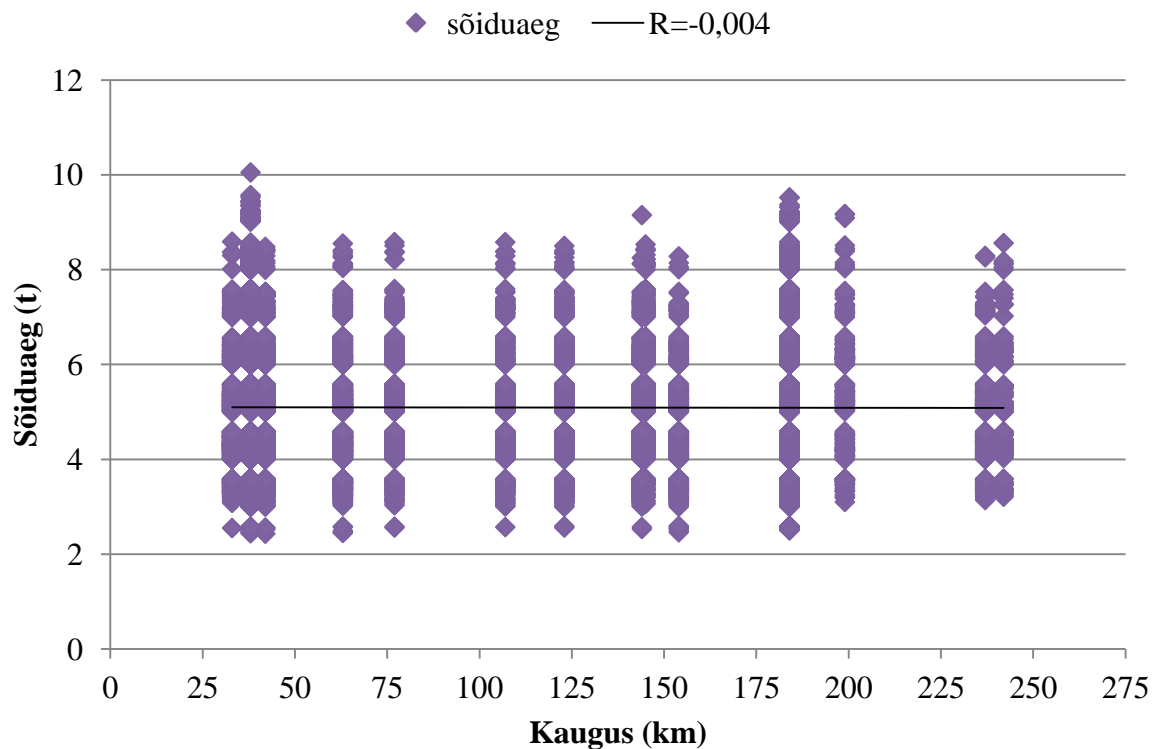
Teostatud korrelatsioonianalüüsi tulemusena selgub, et sisekülastajate külastuskaugus ja tulemuslikkus ei ole omavahel seotud. Seos puudub mõlema tulemust iseloomustava tunnuse põhjal (sõiduaeg $R=-0,004$, koha suhtarv $R=0,005$) (tabel 3). Peamiseks põhjuseks on kohalike suusatajate tulemuste suur varieeruvus olenemata külastuskaugusest ning valmisolek tulema maratonile nii lähemalt kui kaugemalt (joonis 13, joonis 14).

Tabel 3. Sisekülastajate külastuskauguse ja tulemuslikkuse seose korrelatsioonianalüüsi tulemusena leitud Pearsoni korrelatsikordaja (R) ja selle olulisus (Sig.) koha suhtarvu ja sõiduaaja lõikes.

	Külastuskaugus	
	R	Sig.
Koha suhtarv	0,005	0,409
Sõiduaeg	-0,004	0,467



Joonis 13. Sisekülastajate külastuskauguse ja koha suhtarvu hajuvusdiagramm aastatel 2001-2013.



Joonis 14. Sisekülastajate külastuskauguse ja sõiduaja hajuvusdiagramm aastatel 2001-2013.

4.1.2 Tulemuslikkuse ja külastuskauguse seos soo ja vanuse lõikes

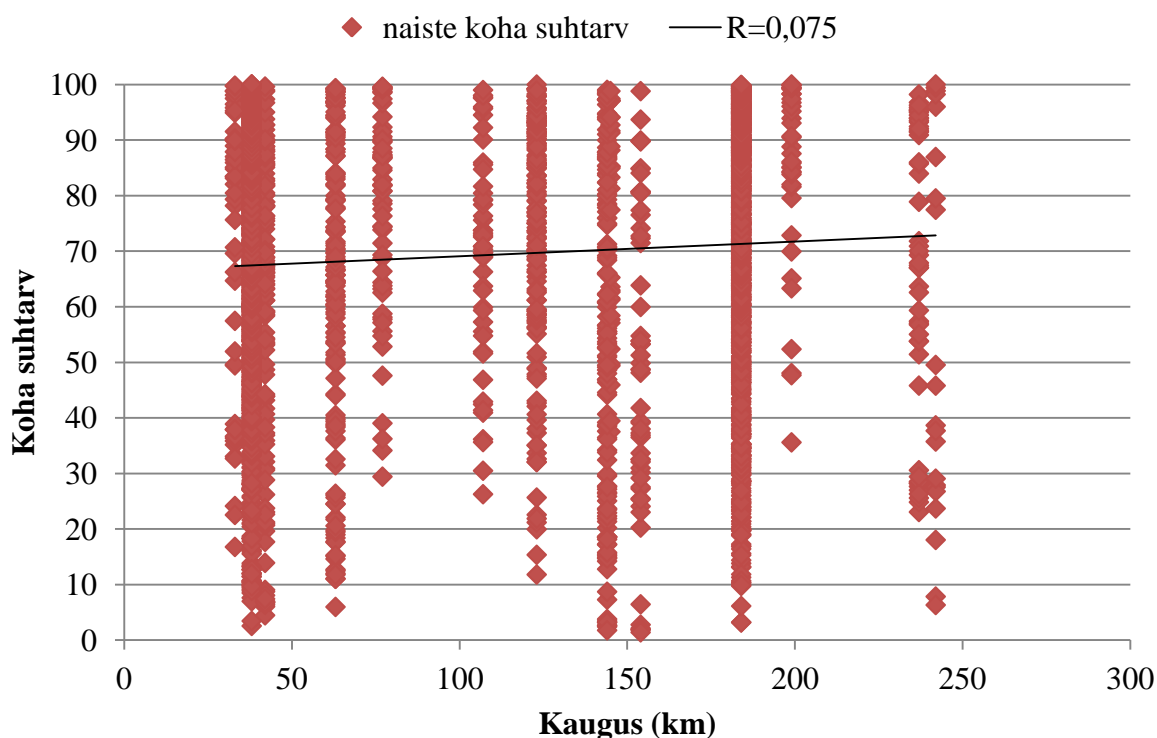
Soo alusel võib nentida, et meeste lõikes seos puudub, kuid kohaliku päritoluga naised, kes tulevad üritusele kaugema vahemaa tagant saavutavad tõenäoliselt maratonil halvema tulemuse kui lähemalt tulijad (sõiduaeg $R=0,067$ ja koha suhtarv $R=0,075$) (tabel 4). Antud seos ilmneb kõige paremini umbes 120 ja 200 km kaugusel maratoni toimumiskohast (joonis 15).

Vanuserühmade alusel esineb statistiliselt oluline seos koha suhtarvu järgi 15-21 aastastel ($R=0,027$) (tabel 4). Vaatamata sellele ei ole võimalik hajuvusdiagrammi (joonis 16) põhjal välja tuua, mis kaugusel seos täpsemalt avaldub ning tänu seose väga nõrgale tugevusele teha kindlaid üldistusi kõikide 15-21aastaste suusatajate lõikes. Seega sõltumata vanusest saavutatakse maratonil erinevatel külastuskaugustel nii paremaid kui ka kehvemaid tulemusi.

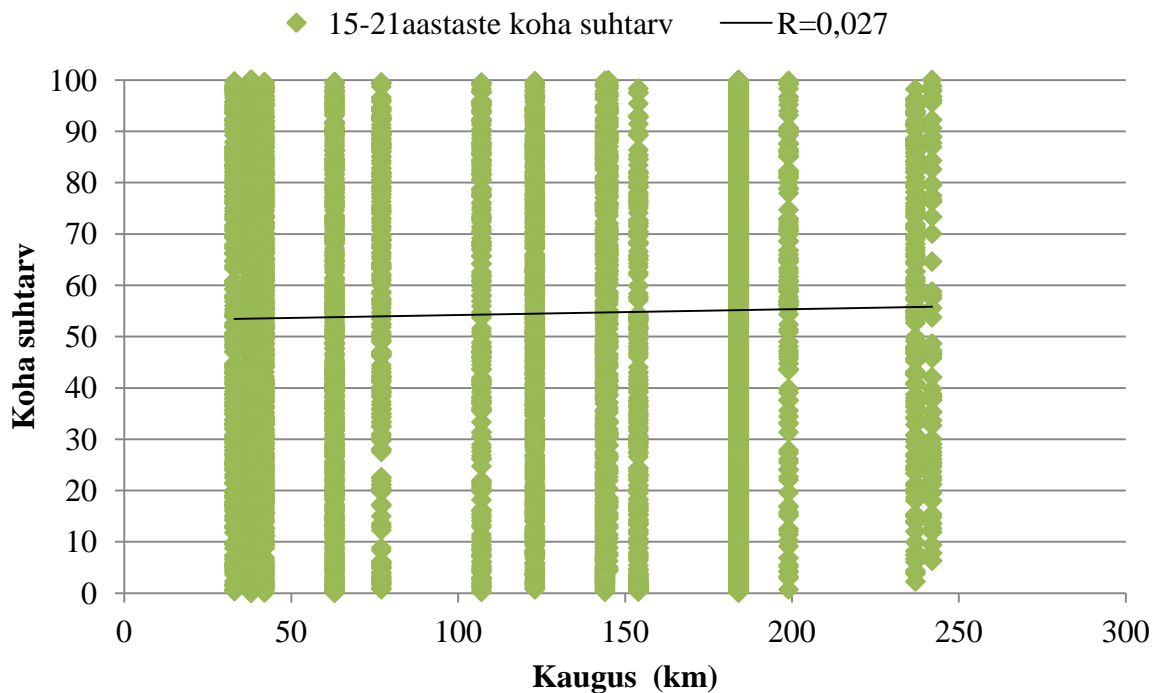
Tabel 4. Sisekülastajate külastuskauguse ja tulemuslikkuse seose korrelatsioonianalüüsi tulemusena leitud Pearsoni korrelatsikordaja (R) ja selle olulisus (Sig.) soo ja vanuse lõikes vastavalt koha suhtarvule ja sõiduaajale.

		Külastuskaugus	
		R	Sig.
Koha suhtarv	<i>Sugu</i>	Mehed	0,006
		Naised	0,075**
Vanus	<i>Vanus</i>	15-21	0,027**
		22-45	-0,003
		46-60	-0,021
		61-80	-0,020
Sõiduaeg	<i>Sugu</i>	Mehed	0,004
		Naised	0,067**
Vanus	<i>Vanus</i>	15-21	0,016
		22-45	-0,014
		46-60	-0,011
		61-80	-0,035

Olulisuse skaalal **0,01 ja *0,05



Joonis 15. Sisekülastajatest naiste külastuskauguse ja koha suhtarvu hajuvusdiagramm aastatel 2001-2013.



Joonis 15. Sisekülastajatest 15-21aastaste külastuskauguse ja sõiduaja hajuvusdiagramm aastatel 2001-2013.

4.1.3 Tulemuslikkuse ja külastuskauguse seos harrastustaseme lõikes

Kõige tugevam seos harrastustaseme alusel on tiptaseme suusatajatel ($R=0,059$), kuid seos ei ole koha suhtarvu ega sõiduaja alusel statistiliselt oluline (tabel 5). Seega võib väita, et harrastustasemete lõikes kohalike suusatajate tulemuslikkus ei olene reisikaugusest.

Tabel 5. Sisekülastajate külastuskauguse ja tulemuslikkuse seose korrelatsioonianalüüsi tulemusena leitud Pearsoni korrelatsikordaja (R) ja selle olulisus ($Sig.$) harrastustaseme lõikes vastavalt koha suhtarvule ja sõiduajale.

		Külastuskaugus	
		R	Sig.
Koha suhtarv	<i>Tase</i>		
	Tippsportlane	0,059	0,060
	Tõsine osaleja	0,008	0,366
	Harrastaja	0,005	0,470
Sõiduaeg	<i>Tase</i>		
	Tippsportlane	0,027	0,383
	Tõsine osaleja	-0,003	0,779
	Harrastaja	-0,012	0,104

Olulisuse skaalal **0,01 ja *0,05

4.2 Väliskülastajad

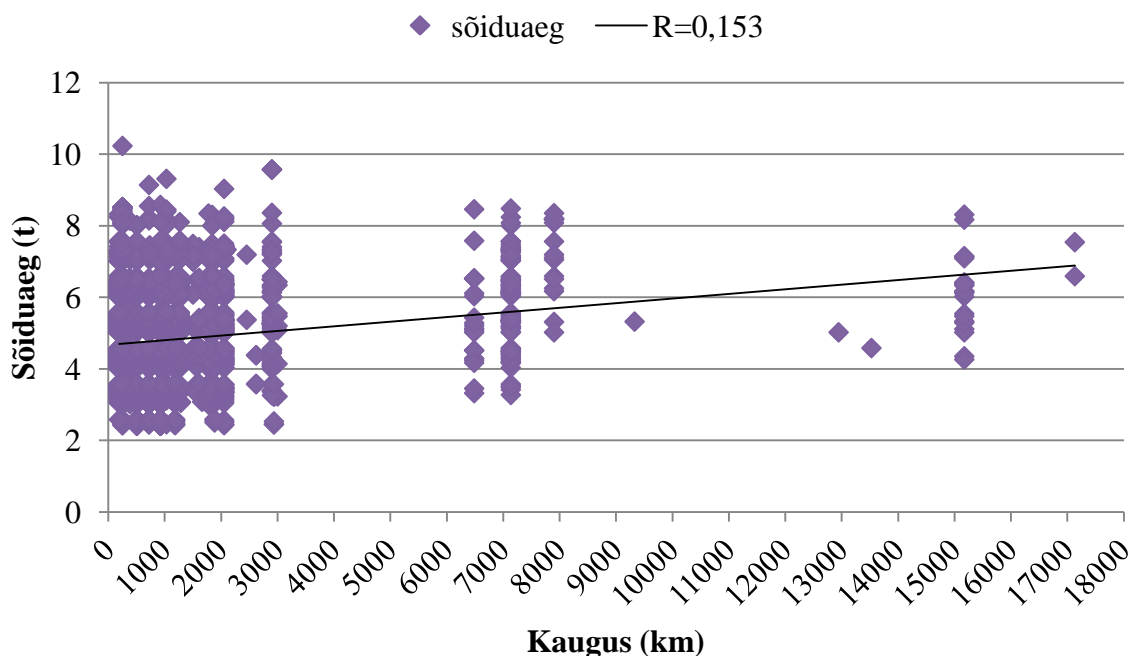
4.2.1 Tulemuslikkuse ja külastuskauguse seos

Väliskülastajate lõikes võib täheldada, et kaugemalt pärit suusatajad sõidavad üldiselt aeglasemalt ($R=0,153$) ning paiknevad kohtade pingereas tagapool ($R=0,144$) (tabel 6). Seda kinnitab ka hajuvusdiagramm (joonis 17), millest lähtuvalt kaugemalt kui 8 000 km tulevate võistlejate sõiduaeg on üle 4 tunni. Teisalt võib täheldada, et kuni 3 000 km tagant tulnud osalejate lõppaeg varieerub 2 ja 10 tunni vahel, mis omakorda viitab reisimiskauguse ja tulemuse vahelise tugeva seose puudumisele.

Tabel 6. Väliskülastajate külastuskauguse ja tulemuslikkuse seose korrelatsioonianalüüsi tulemusena leitud Pearsoni korrelatsikordaja (R) ja selle olulisus ($Sig.$) koha suhtarvu ja sõiduaja lõikes.

	Külastuskaugus	
	R	$Sig.$
Koha suhtarv	0,144**	0,000
Sõiduaeg	0,153**	0,000

Olulisuse skaalal **0,01 ja *0,05



Joonis 17. Väliskülastajate külastuskauguse ja sõiduaja hajuvusdiagramm aastatel 2001-2013.

4.1.1 Tulemuslikkuse ja külustuskauguse seos soo ja vanuse lõikes

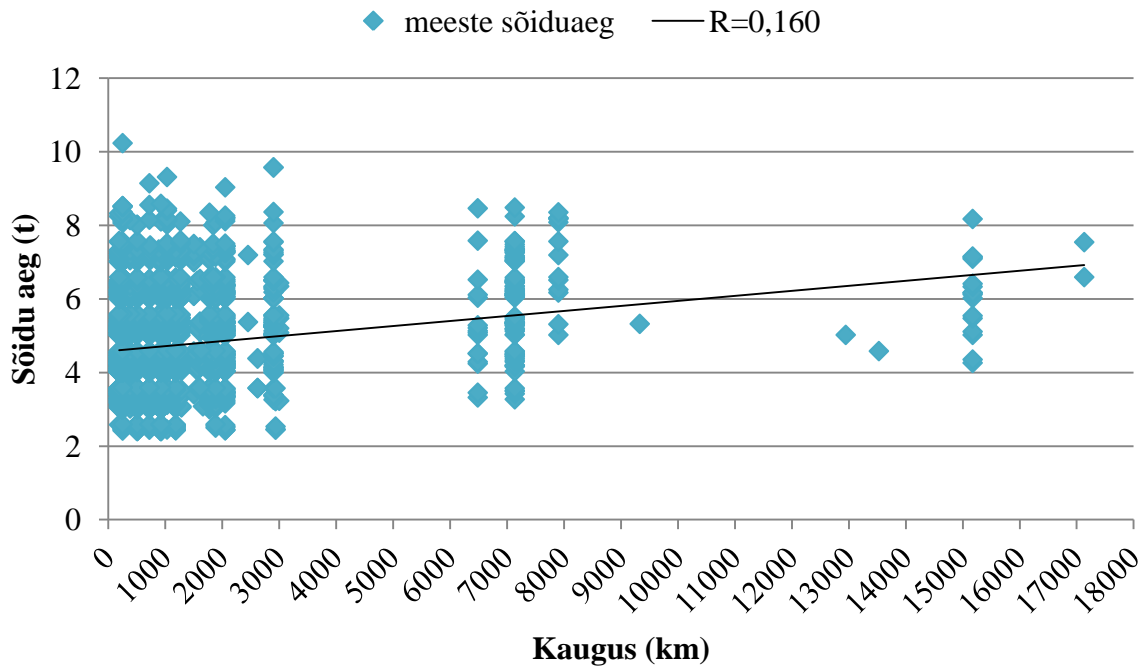
Soo lõikes on lähemalt tulevatel välismaa meestel tugevam seos külustuskaugusega ($R=0,160$) (tabel 7), millest lähtuvalt üritusest kaugemal elavad meessuusatajad läbivad maratoni aeglasemalt kui ligemal elavad sookaaslased. Seos avaldub peamiselt umbes 8 000 km kauguselt ja kaugemalt kui 15 000 km tulnute puhul (joonis 18). Naiste puhul kehtib sarnane seos, et kaugemalt pärit suusatajad sõidavad kehvemini kui lähemalt tulijad ($R=0,099$) (tabel 7). Seos ilmneb eriti naiste puhul külustuskaugusel 7 000 ja 15 500 km (joonis 19).

Vanuseklasside alusel on seos täheldatav kõigi analüüsi kaasatud rühmade lõikes. Noorima vanuserühma puhul esineb negatiivne seos, mis on tugevam jällegi sõiduaja suhtes ($R=-0,116$) (tabel 7), mis tähendab, et 15-21aastased, kelle elukoht on üritusest kaugemal saavutavad tõenäolisemalt parema tulemise (joonis 20) kui teiste vanuseklasside puhul külustuskauguse kasvades tulemus hoopis halveneb. Nii näiteks sõidavad kehvema tulemise 61-80aastased külustuskauguse suurenedes (joonis 21). Tänu seoste nõrgale tugevusele, siiski kindlaid üldistusi, mis kehtiks kõikide naiste, meeste ning erinevate vanuserühmade lõikes teha ei saa.

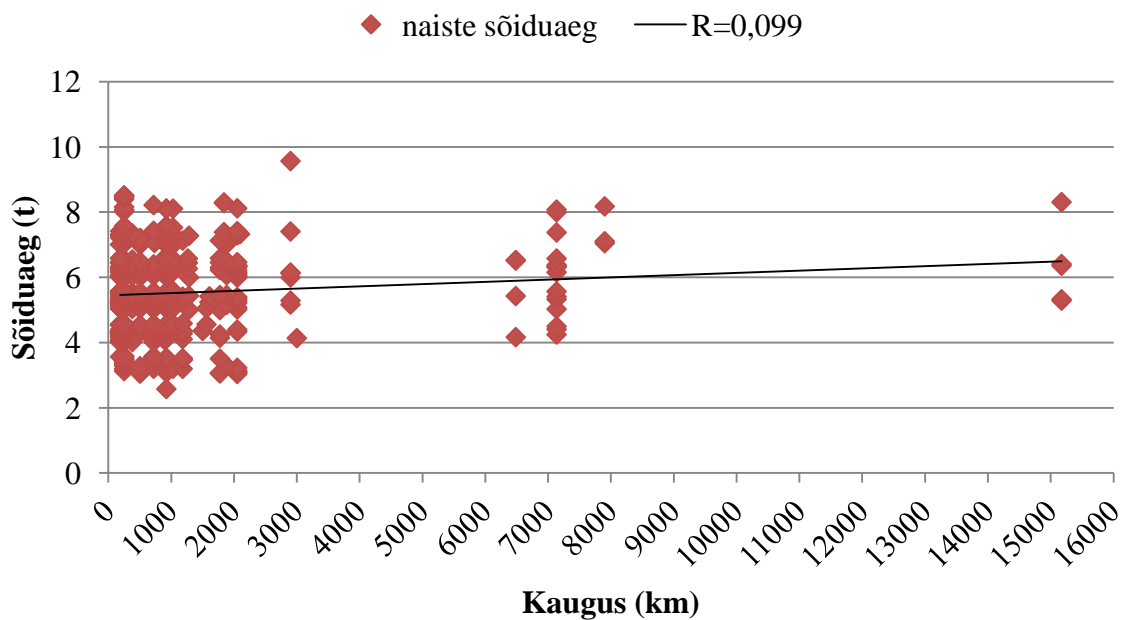
Tabel 7. Väliskülustajate külustuskauguse ja tulemuslikkuse seose korrelatsioonianalüüsi tulemusena leitud Pearsoni korrelatsikordaja (R) ja selle olulisus ($Sig.$) soo ja vanuse lõikes vastavalt koha suhtarvule ja sõiduajale.

	Külustuskaugus		
	R	$Sig.$	
Koha suhtarv			
<i>Sugu</i>	Mehed	0,151**	0,000
	Naised	0,088*	0,023
<i>Vanus</i>	15-21	-0,102**	0,002
	22-45	0,096**	0,000
	46-60	0,174**	0,000
	61-80	0,226**	0,000
Sõiduaeg			
<i>Sugu</i>	Mehed	0,160**	0,000
	Naised	0,099*	0,011
<i>Vanus</i>	15-21	-0,116**	0,000
	22-45	0,100**	0,000
	46-60	0,193**	0,000
	61-80	0,235**	0,000

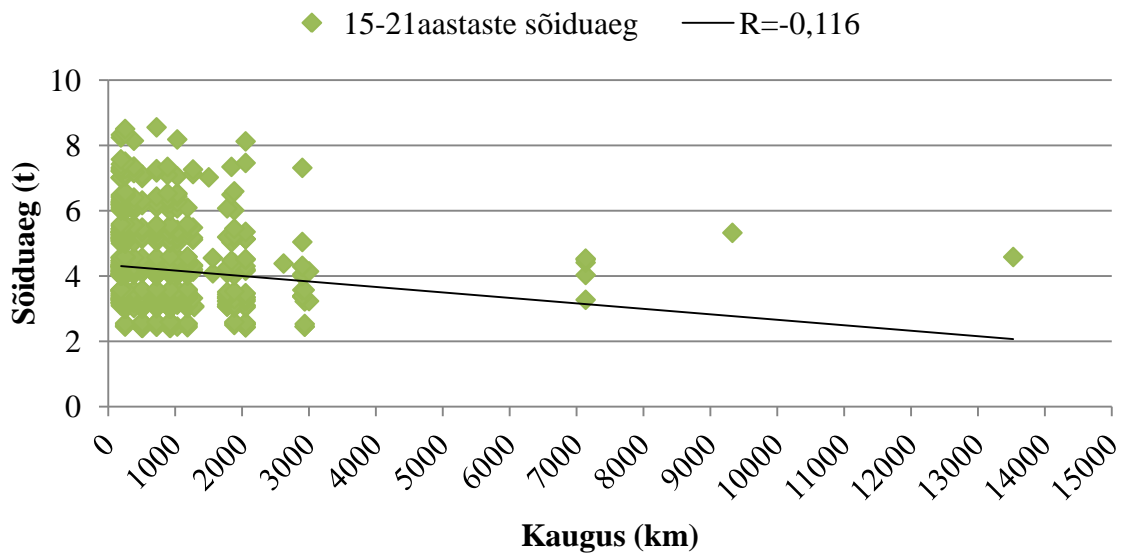
Olulisuse skaalal **0,01 ja *0,05



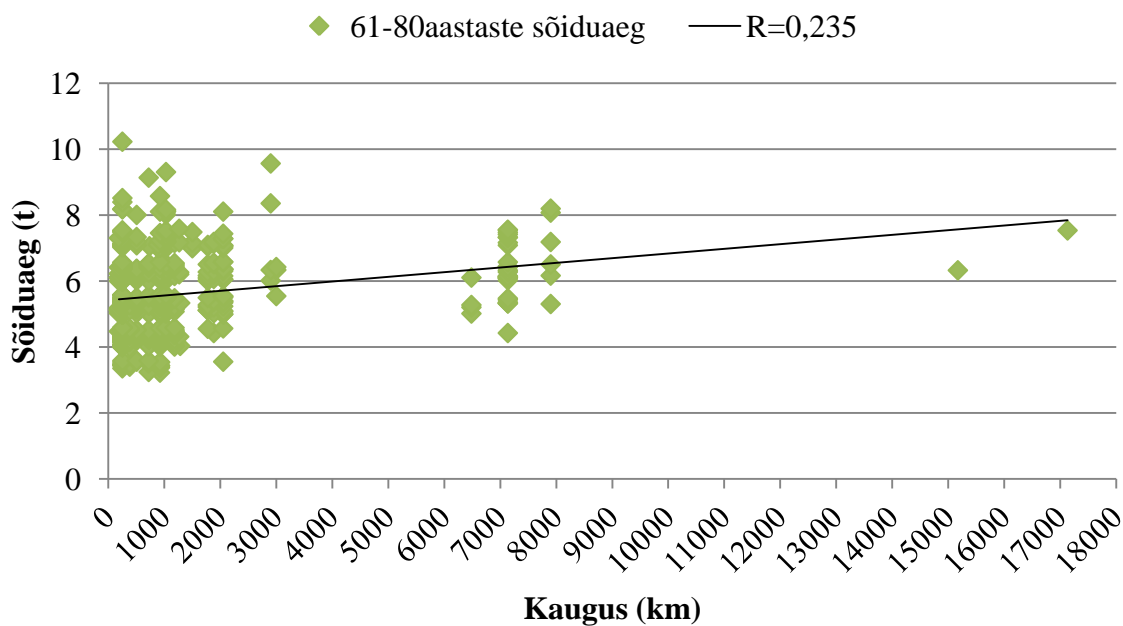
Joonis 18. Väliskülastajatest meeste külastuskauguse ja sõiduaja hajuvusdiagramm aastatel 2001-2013.



Joonis 19. Väliskülastajatest naiste külastuskauguse ja sõiduaja hajuvusdiagramm aastatel 2001-2013.



Joonis 20. Välisküllastajatest 15-21aastaste külastuskauguse ja sõiduaja hajuvusdiagramm aastatel 2001-2013.



Joonis 21. Välisküllastajatest 61-80aastaste külastuskauguse ja sõiduaja hajuvusdiagramm aastatel 2001-2013.

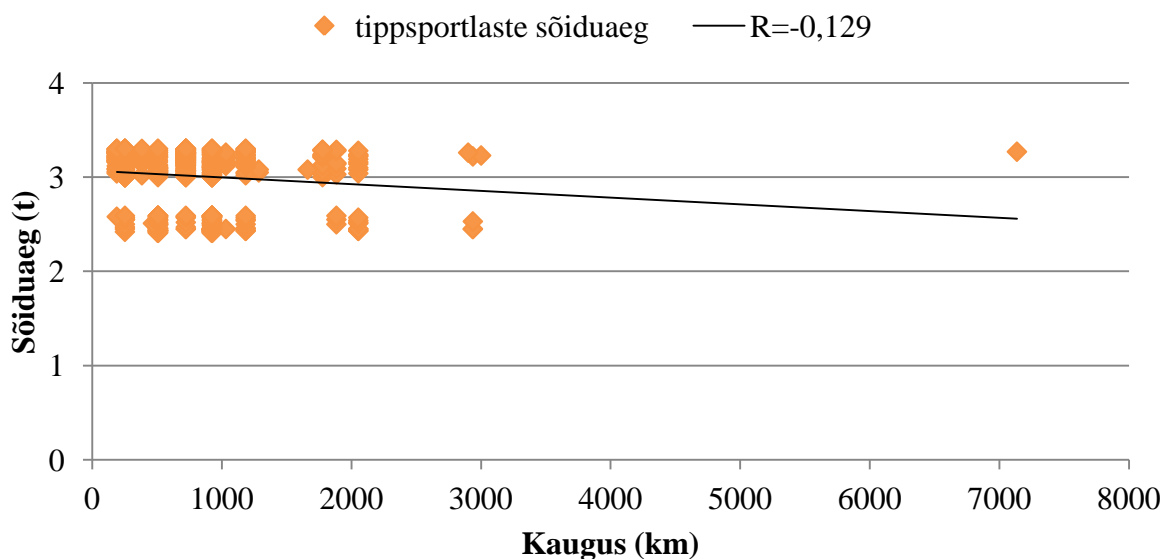
4.1.1 Tulemuslikkuse ja külustuskauguse seos harrastustaseme lõikes

Kui võrrelda osalejate harrastustasemeid omavahel, siis kaugemalt pärit harrastajad sõidavad välja üldiselt kehvema tulemuse ($R=0,149$) (tabel 8). Teisest küljest saadud tulemuste põhjal võib järeldada, et kaugemalt tulnud tippsportlased on võimelised läbima maratoni kiiremini ($R=-0,129$) kui lähemalt pärit teised osalejad (tabel 8). Seoste väga nõrkade tugevuste tõttu ei ole võimalik teha üldistusi kõikidele tipp- ja harrastustaseme sportlastele. Mida kinnitavad ka hajuvusdiagrammid (joonis 22, joonis 23).

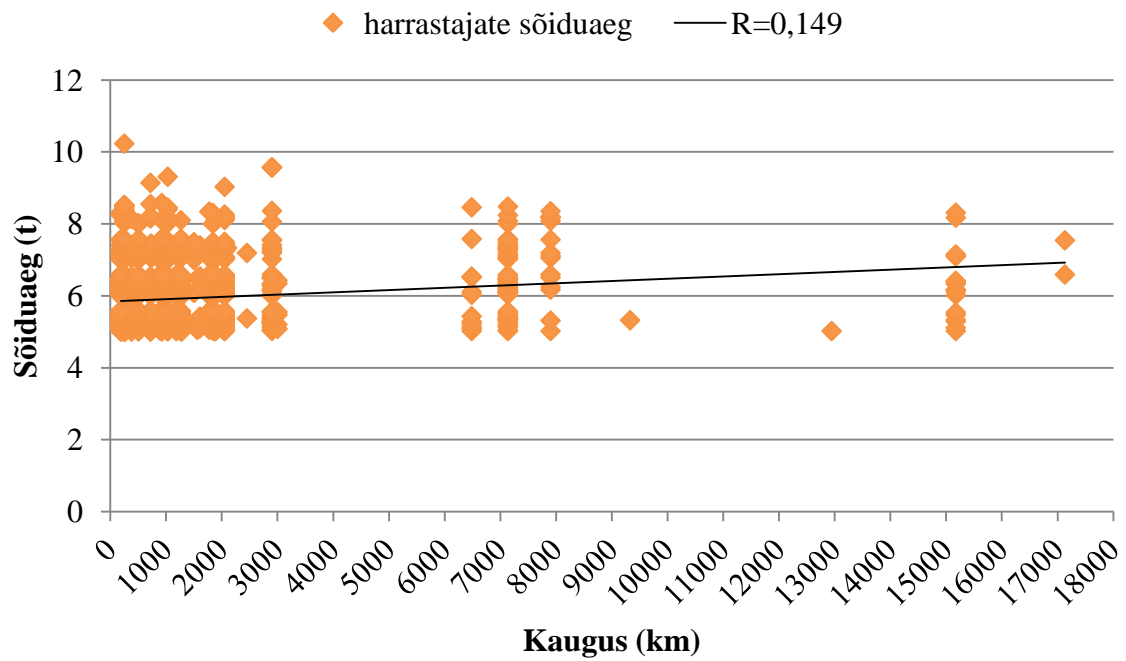
Tabel 8. Väliskülastajate külustuskauguse ja tulemuslikkuse seose korrelatsioonianalüüsi tulemusena leitud Pearsoni korrelatsikordaja (R) ja selle olulisus (Sig.) harrastustaseme lõikes vastavalt koha suhtarvule ja sõiduajale.

		Külustuskaugus	
		R	Sig.
Koha suhtarv			
	<i>Tase</i>		
	Tippsportlane	-0,082	0,300
	Tõsine osaleja	0,010	0,559
	Harrastaja	0,073**	0,000
Sõiduaeg			
	<i>Tase</i>		
	Tippsportlane	-0,129**	0,001
	Tõsine osaleja	0,022	0,236
	Harrastaja	0,149**	0,000

Olulisuse skaalal **0,01 ja *0,05



Joonis 22. Väliskülastajatest tippsportlase külustuskauguse ja sõiduaja hajuvusdiagramm aastatel 2001-2013.



Joonis 23. Väliskülastajatest harrastajate külastuskauguse ja sõiduaja hajuvusdiagramm aastatel 2001-2013.

5. ARUTELU

Vaieldamatult kuulub Tartu suusamaraton keskmise suuruse esindusüritusena (Kaplanidou 2006, Getz 2008) nii spordi- kui ka üritusturismi valdkonda, mis meelstab kohale nii sise- kui väliskülastajaid. Getzi (2008) järgi on antud spordiürituse puhul tegemist nii võistluslikkusele kui ka rekreatsioonile suunatud üritusega, mis omakorda tingib osalejate jagamise vajaduse erisuste väljaselgitamisel (Hall 1992, Hinch & Higham 2010, Maieri & Weber 1993) ning erinevate motiivide ja eesmärkide määratlemisel. Analüüs keskendus aktiivsete osalejate uurimisele, millest lähtuvalt oli käesoleva uurimistöö eesmärgiks välja selgitada külastuskauguse seos Tartu suusamaratoni lõpetajate tulemuslikkusega, leida kas antud seos erineb soo, vanuse ja harrastustaseme ning samuti sise- ja väliskülastajate lõikes.

Analüüsist selgub, et sisekülastajate puhul üldine seos tulemuslikkuse ja külastuskauguse vahel puudub, olles tingitud asjaolust, et Eesti siseselt võtavad maratonidest osa peamiselt Harju- või Tartumaalt pärit väga erineva taseme ja võimekusega suusatajad. Millest omakorda võib järeldada, et Eesti siseselt jaksab igasugune huviline maratonile osalema tulla ning külastuskaugus ei ole piiravaks teguriks. Vastupidiselt sisekülastajatega ilmneb aga väliskülastajate seas nõrk seos reisikauguse ja tulemuslikkuse vahel, mis viitab, et kaugemalt pärit suusatajad on pingereas tõenäolisemalt viimaste hulgas. See omakorda kinnitab, et kaugemalt tulijate peamiseks motivatsiooniks ei pruugi olla kõrge tulemus, vaid hoopis teised motiivid. Nii on näiteks mitmed autorid on tõestanud, et tervise edendamine, iseenda proovilepanek (Getz, McConneli 2011), rahulolutunne (Kaplanidou, Vogt 2005; Kaplanidou, Gibson 2010), unikaalsete kogemuste hankimine (Hallmann *et al.* 2012) või üritus ja selle positiivne maine (Green, Jones 2005; Grigorjeva 2012) võib olla seotud sihtkohavaliku, korduvkülastuse või üritusele tulemise motivatsiooniga.

Võrreldes sisekülastajatega on välismaalaste puhul võimalik täheldada küll statistiliselt olulisi kuid väga nõrku korrelatsioone nii soo kui erinevate vanuserühmade lõikes. Sarnane tendents esineb nii sise- kui väliskülastajatest naistel – need, kes tulevad võistlusele lähemalt sõidavad parema tulemuse või saavad kõrgema koha. Vastupidiselt eestlastega sõidavad aga 15-21aastased välismaalased parema tulemuse kui nende külastuskaugus on suurem. Vaatamata seoste olemasolule, siiski tänu nõrgale iseloomule kindlaid üldistusi, mis kehtiks kõikide naiste, meeste ning erinevate vanuserühmade lõikes teha ei saa. Seega võib kokkuvõtlikult saadud tulemuste põhjal järeldada, et eestlased ja välismaalased on üldiselt nõus maratonidel osalema vaatamata soolisest ja vanuselisest kuuluvusest ning kaugusel

elukohast puudub oluline mõju maratoni tulemusele. Sarnaselt on Nilbe (2011) leidnud, et külastajate sugu ja vanus spordiüritustele tuleku kauguse kujunemisel tähtsat rolli ei mängi.

Sportlase võistlustaseme järgi on välismaalastest tippsuusatajatel võrreldes eesti eliitsportlastega vastupidine seos – nimelt kaugemalt pärit suusatajad saavutavad parema koha. Saadud tulemus lükkab ümber Bale (1989 cit. Higham & Hinch 2006) seisukoha, millest lähtuvalt esineb profispordis kindel muster, mille kohaselt tõenäosus võita võõrsil väheneb kauguse kasvades ja elukohast kaugemal toimuvatel võistlustel saadakse kehvem tulemus. Samas peab silmas pidama, et tulenevalt seose nõrkusest ei kehti leitud seos kõigi tippsuusatajate puhul ning pigem on tegemist erandiga. Teisalt võib oletada, et väljastpoolt Eestist pärit tippsportlaste peamiseks eesmärgiks on kõrge kohaga saadavad punktid, kuna Tartu maraton kuulub rahvusvahelisi suusamaratone ühendavasse Worldloppet'i sarja. Sarnaselt on empiirilisel tõestatud, et spordituristide üheks motivatsiooniks võib olla kõrge tulemuse saavutamine või esikohtade kogumine. Kuigi Wicker jt (2012) ning Shippway ja Jones (2007) ei ole käsitlenud oma töödes tulemuse ja kauguse omavahelisi seoseid on nad leidnud, et spordituristide üheks peamiseks motiiviks, miks võistlustel osaletakse on kõrge tulemus või koht, mis eriti kehtib saavutusspordis.

Kindlamate järeltuste tegemiseks külastuskauguse ja tulemuslikkuse vahelise seose esinemise kohta tuleks rohkem analüüsida erineva spordiala ja tasemega võistlusi. Lisaks oleks mõistlik uurida erineva mastaabiga spordiüritusi, mis aitaks leida uusi või kinnitada vanu seaduspärasusi lähtuvalt ürituse suuruselt.

Käesolevas töös hinnati ka külastuskauguse mõju osalejate arvu suurusele ja tagamaa ulatusele. Analüüsist selgub, et Tartu maratoni külastuskauguse ulatus on väga varieeruv, leidis neid, kes tulid 50 aga ka neid, kes tulid 15 000 km tagant. Näiteks Nilbe (2011) on oma töös välja toonud, et lähtuvalt ürituse tüübist ollakse nõus keskmiselt kõige kaugemale reisima just spordiüritustele. Kindlasti on nii kaugemate kui lähemate külastajate tulemise põhjuseks eelkõige Tartu maratoni populaarsus ja tunnus, mis on tingitud pikast toimumistraditsioonist (tänapäevaks on toimunud 42 maratoni alates 1960. aastast) ning kuulumisest mainekate Worldloppet'i ja Estoloppeti sarjade nimistusse. Koos traditsioonide pikkuse kasvu ja meeldivate kogemustega saamisega suureneb ka külastaja valmisolek kaugemalt kohale sõita.

Kõigi osalejate lõikes võib kinnitada vahemaa summutava toime olemasolu, millest lähtuvalt turistide arv väheneb kauguse suurenedes ürituste toimumiskohast. Turistide voo vähenemist külastuskauguse lõikes on kinnitanud Olsson (1970), Bohlin (2000) ning Boniface ja Cooper (2009). Samuti on Shojj jt (2009), leidnud, et avaliku spordikeskuse kasutajate hulk

on seotud kaugusega nende kodukohast ehk need, kes elavad lähemal külastavad spordikeskust sagedamini kui need, kes elavad kaugemal. Samuti on Altin (2012) oma uurimuses tõdenud, et ligikaudu 70% saabuvatest külastajatest on pärit lähemalt kui 750 km.

Sisekülastajate lõikes ilmneb vastavus Lee jt (2012) poolt modelleeritud kahetipulise kaugusjaotus kõveraga, kus esimene nõudlustipp on seotud ürituse toimumiskohale lähedal paikneva Tartumaa ja teine Harjumaa suurte nõudlusosakaaludega. Väliskülastajate puhul vastab osalejate jagunemine kauguse järgi klassikalise kaugusjaotus kõverale (McKercher *et al.* 2008), mille kohaselt on suurema osakaaluga lähemad riigid antud juhul naaberriigid, kus suurim osakaal on Soomel (34,5 %) ja Venemaal (12,5%). Võrreldes Euroopa riike on suurem osatähtsus Kesk-Euroopa riikidel nagu Saksamaa, Tšehhi, Itaalia ja Šveits. Suurem osalejate arvu põhjuseks antud riikide puhul võib olla see, et tegemist on tuntud suusamaadega

Hinnates Tartu maratoni lõpetajate profiili võib tõdeda, et spordituristid on peamiselt meessoost (maratonil moodustasid mehed 90%), mida leiavad ka teised autorid (Gibson 1998; Yusof, Douvis 2001) ning vanuselt pigem noorema või varajases keskeas olevad (maratonil moodustasid kokku vanuseklasside lõikes mehed M21-40 60% ja naised N21-40 7,1 %) (Yusof, Douvis 2001). Samuti on leitud, et üritustel osalemisel või korduvkülastamisel on oluline roll inimeste sool ja vanusel (Nyaupane, Graefe 2008).

Käesoleva töö üheks nõrkuseks on kindlasti analüüsi kaasatud lõpetajate tulemusandmete piiratud tunnuste arv. Samas usub töö autor, et uurimuse tulemused andsid omapoolse panuse külastuskauguse ja tulemuslikkuse vahelise seose hindamisel teooriate täiendamisele. Teisalt on võimalik saadud tulemusi kasutada ürituste edasisel uurimisel kvalitatiiivsete meetoditega, nagu näiteks intervjuud või ankeetküsitlused selgitamaks osalejate reisikäitumist, motivatsioone, sihtkohavalikut ning teisi külastuskaugusega seotud faktoreid (raha- ja ajakulu). Samuti oleks võimalik tulevikus kaasata uurimisse teisi tunnuseid nagu näiteks sissetulek, haridus, rass vms, mis võimaldaks paremini määratleda spordituristide profiili ning lisada uusi nüansse külastuskauguse analüüsimisel ja hindamisel. Seega näeb autor antud töö edasiarendamise võimalikkust. Kolmandaks võib antud uuring olla aluseks spordiürituste edukamale läbiviimisele ning populariseerimisele – kuidas kaasata rohkem nii kaugemalt pärit sportlasi või naabermaakonna elanikke.

KOKKUVÕTE

Käesoleva uurimistöö eesmärgiks oli välja selgitada Tartu suusamaratoni osalejate külastuskauguse seos tulemuslikkusega. Selleks uuriti, kas Tartu suusamaratoni osalejate külastuskaugus ja tulemuste vahel esineb seos; kas külastuskauguse seos tulemuslikkusega erineb sõltuvalt Tartu suusamaratoni osalejate soost, vanusest ja harrastustasemest. Tulemused esitati sise- ja väliskülastajate lõikes eraldi. Uurimisküsimustele vastamiseks teostati korrelatsioonanalüüs, kasutades 2001-2013. aastal toimunud 63 km pikkuste maratonide tulemusandmeid.

Uurimistööst selgub, et üldine seos sisekülastajate külastuskauguse ja tulemuslikkuse vahel puudub, mis viitab, et erineva taseme ja motiividega sisekülastajad on nõus maratonile tulema sõltumata nende elukoha kaugusest võistluse toimumispaigast. Osalejate seas esineb kaks peamist tuleku trendi – lähemalt ehk Tartumaalt ning kaugemalt ehk Tallinnast ja Harjumaalt, mis esimesel juhul on tingitud ürituse lähedusest ja teisel juhul rahvastiku suurest üldarvust, mis käesolevat seost tugevasti mõjutab. Kitsamas mõistes võib väita, et kõrgema tulemuse saanud kohalikud naised tulevad enamasti lähemalt. Sarnane suundumus on täheldatav ka vanuse lõikes, kus 15-21aastaste suusatajate tulemused on paremad kui külastuskaugus on lühem. Siiski vaatamata statistiliselt oluliste aga nõrkade seoste olemasolule on üldistuste tegemine kõikide naiste ja noorima vanuserühma lõikes ebatäpne. Teisalt võib järeldada, et kaugemalt pärit naissuusatajate peamised motiivid ei ole seotud peamiselt tulemuslikkusega, vaid olulist rolli mängivad teised motiivid. Seevastu maratoni toimumiskohale lähemal elavad nooremapoolsed osalejad soovivad saada pigem head kohta kui spordielamust.

Vastupidiselt sisekülastajatega esineb üldiselt väliskülastajate tulemuslikkuse ja külastuskauguse vahel väga nõrk, kuid siiski täheldatav seos, millest võib järeldada, et kaugemalt pärit suusatajate tulemused on kehvemad ning nad kuuluvad pigem viimaste lõpetajate sekka. Sellest lähtuvalt võib väita, et kaugemalt tulevad välismaalased peavad oluliseks tervise edendamist, uute kogemuste ja elamuse saamist või hoopis teisi turismiaspekte. Soo ja vanuse lõikes võib analüüsi põhjal tõdeda, et nii mehed kui naised, kes tulevad lähemalt sõidavad parema tulemuse, sama seos esineb vanuseklasside puhul välja arvatud 15-21aastaste lõikes, kelle tulemus on parem kaugemalt tulnutel. Harrastustasemete põhjal võib nentida, et kaugemalt pärit harrastajad sõidavad kehvema tulemuse samas kui kaugemalt tulnud tippportlased läbivad maratoni üldjuhul kiiremini. Tänu seoste nõrgale

tugevusele siiski kindlaid üldistusi, mis kehtiks kõikide naiste, meeste ning erinevate vanuserühmade ja harrastustasemetega lõikes teha ei saa.

Analüüsitud seostele tuginedes saab öelda, et Tartu maratonil osalenud spordituristidel on kaks peamist motiivi: esiteks soov saada kõrge koht ja hea tulemus ning teiseks muud sotsiaalsed, füüsilised või kultuurilised motiivid, mida kahjuks käesolevate andmete põhjal väga täpselt määratleda pole võimalik.

Toetudes vahemaa summutava toime teooriale, siis selle kehtimist käesoleva töö raames tulemuslikkuse ja külustuskauguse vahel ei tõestatud. Küll aga leidis antud kontseptsioon kinnitust osalejate voogude analüüsimisel nii kõikide kui ka sise- ja väliskülustajate lõikes eraldi. Sisekülustajate näitel võib paralleele tõmmata kahetipulise kaugusjaotus kõveraga, kus esimene nõudlustipp markeerib Tartumaalt pärit ning teine Harjumaalt ja Tallinnast pärit osalejaid. Väliskülustajate puhul järgib saadud kõver klassikalise vahemaa summutava toime kõverat, mille kohaselt nõudlus tipneb toimumiskoha suhteliselt vahetus läheduses paiknevate riikidega (Soome, Venemaa, Läti ja Rootsi) ning väheneb kauguse suurenedes.

Käesoleva töö käigus saadud tulemusi on võimalik täiendada Tartu suusamaratoni osalejate edasisel uurimisel intervjuude või ankeetküsitlusega, et määratleda paremini spordituristide profiili, hinnata täpsemini nende motivatsioone ning lisada uusi nüansse külustuskauguse ja tulemuslikkuse analüüsimisele ja hindamisele.

TÄNUAVALDUSED

Täna oma juhendajaid Kati Nilbet ja Rein Ahast, kes suunasid mind teooria kirjutamisel ning jagasid soovitusi ja nõuandeid andmete analüüsimisel. Soovin tänada ka Siiri Silma, kes andis panuse töö valmimisse oma nõu ja toetusega.

SUMMARY

The Correlation between the Visitation Distance and Finishing Scores on Tartu Ski Marathon Participants

Kaiti Vasiljeva

The aim of this research was to determine the correlation between visitation distance and finishing scores on Tartu ski marathon participants. Two main questions were posed – Are finishing scores of the Tartu ski marathon participants related their visitation distance? Does the connection between the visitation distance and participants' finishing scores depends on their sex, age and athletic level? Results were presented separately by external and internal visitors.

In order to accomplish this aim, the correlation analysis in SPSS was performed using ten Tartu ski marathon final protocols data (place, time, sex, age class), athletic groups of skiers and the distance between venue and the participant residence at the period 2001-2013. The driving time and place in ratio number were used to determine the finishing scores.

Research shows that there are no general relationship between visit distance and performance on domestic visitors. This refers that visitors with different athletic level and motivations are willing to come to marathon regardless of their residence. Among the participants occur two main coming trends – first, closer from Tartu county and secondly, farther from Tallinn and Harju county. The first case is due to the proximity to the event and the second case due to the total number of population, which is heavily influencing this relation. Narrowly it can be argued that the better-rated local women mostly come closer. A similar trend is observed in the age groups, where 15-21 aged skiers' results are better when the visiting distance is shorter. However, despite of statistically significant relationships but weak links we can not make generalizations to all women and age groups. On the other hand it can be concluded that father coming women motivations are not mainly related to results but with other motives. In contrast, the younger participants who live closer to marathon, want to achieve higher place rather than the sport experience.

Contrary to domestic visitors there are very weak, but still observable relation between visit distance and performance on foreign visitors, which suggests that the farther coming skiers perform poorer. On this basis, it can be argued that they consider health promotion, new experiences or other tourism aspects more important than the race results. According to sex and age we can say that both men and women, who come closer distance achieve better

results, the same relation is between age classes expect in 15-21 age group. In athletic levels, it may be noted that amateurs, who come father skies poorer while top athletes skies faster. Due to the weak strength of the relationship, ceratin generalization what apply to all women, men, different age groups and athletic levels are not justified.

Based on the analysis we can say that sports tourists, who participated on the Tartu ski marathon had two main motivations: first, the desire to gain good result and secondly, other social, physical or cultural motives, which unfortunetly in this thesis can not be determine very precisely.

In this study the distance decay effect on the relation between visiting distance and finishing scores had not been proved. However, this concept was confirmed on participants flows. On domestic visitors occoured the decay curve with secondary peak, where the first demand peak illustrates visitors, who came form Tartu and Võru county and second one visitors, who came form Harju and Tallinn. On foregin visitors occoured the classical decay curve, according to that – the demand will be maximum in relatively close to the venue (like Finland, Russia, Latvia and Sweden) and decreases when distance increases.

The results of this work can be suplemented by futher investigation using interviews or questionnaires, to define more effectively the sports tourists´ profiles, and to asesst their motivations more accurately and add new nuances to visiting distance and performance analysis.

KASUTATUD KIRJANDUS

Ahas, R., Aasa, A., Roose, A., Mark, Ü., Silm, S. 2008. Evaluating passive mobile positioning data for tourism surveys: An Estonian case study. *Tourism Management*, 29, 469-486.

Ahas, R., Aasa, A., Mark, Ü., Pae, T., Kull, A. 2007. Seasonal tourism spaces in Estonia: Case study with mobile positioning data. *Tourism Management*, 28(3), 898-910.

Altin, L. 2012. Tartu lennujaama geograafilise mõjuala hindamine. Tartu Ülikool. Geograafia osakond. Magistritöö.

Bansal, H., Eiselt, H.A. 2004. Exploratory research of tourist motivations and planning. *Tourism Management* 25, 387–396.

Bohlin, M. 2000. Travelling to Events. Mossberg, L.L. ed. *Evaluation of Events: Scandinavian Experiences*. New York-Sydney-Tokyo: Cognizant Communication Corporation, 13-29.

Boniface, B.G., Cooper, C. 2009. *Worldwide destinations casebook: The geography of travel and tourism*, 2nd edition. Amsterdam: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., McDonnell, I. 2011. *Events Management*, 3rd edition. Great Britain: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Carmichael, B. 2002. Global competitiveness and special events in cultural tourism: The example of the Barnes Exhibit at the Art Gallery of Ontario. *The Canadian Geographer*, 46(4), 310-324.

Contreras, J.L., Corvalan, A. 2014. Olympics Games: No legacy for sports. *Economics Letters*, 122(2), 268-271.

Crompton, J.L. 1979. Motivations for Pleasure Vacation. *Annals of Tourism Research*, 6, 408-424.

De Blij, H.J., Murphy B.A., Foubert H.E. 2007. *Human geography: people, place, and culture*, 8th edition. New York: Wiley.

De Villiers, J.D. 2003. Presentation Summaries, Session I – Sport: New form of Tourism, Inter-relationship between sport and tourism. *Journal of Sport Tourism* 8(2), 94–115.

Deery, M., Jago, L., Fredline, E. 2004. Sport tourism or event tourism: Are they one and the same? *Journal of Sport Tourism*, 9(3), 235–246.

Deza, E., Deza, M.-M. 2006. *Dictionary of distances*. Amsterdam: Elsevier.

Emeno, K., Bennell, C. 2013. The effectiveness of calibrated versus default distance decay functions for geographic profiling: a preliminary examination of crime type. *Psychology, Crime & Law*, 19 (3), 215-232.

- Fourie, J., Santana-Gallego, M. 2011.** The impact of mega-sport events on tourist arrivals. *Tourism Management*, 32, 1364-1370.
- Funk, D.C., Bruun, T.J. 2007.** The role of socio-psychological and culture-education motives in marketing international sport tourism: A cross-cultural perspective. *Tourism Management*, 28(3), 806-819.
- Gammon, S., Robinson, T. 2003.** Sport and Tourism: A Conceptual Framework. *Journal of Sport & Tourism*, 8(1), 21-26.
- Getz, D., McConnell, A. 2011.** Serious Sport Tourism and Event Travel Careers. *Journal of Sport Management*, 25(4), 326-338.
- Getz, D., Anderson, T.D. 2010.** The Event-Tourist Career Trajectory: A Study of High Involvement Amateur Distance Runners. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 10(4), 468-491.
- Getz, D. 2005.** Event management and event tourism, 2nd edition. New York: Cognizant.
- Getz, D. 2008.** Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29(3), 403-428.
- Gibson, J.H. 1998.** Active sport tourism: who participates? *Leisure Studies*, 17(2), 155-170.
- Gibson, J.H. 2004.** Moving beyond the “what is and who” of sport tourism to understanding “why”, *Journal of Sport & Tourism*, 9(3), 247-265.
- Green, C., Jones, I. 2005.** Serious leisure, social identity and sport tourism. *Sport in Society*, 8, 164-181.
- Grigorjeva, I. 2012.** Spordiürituste mõju sihtkohalojaalsuse kujunemisele. Tartu Ülikool. Geograafia osakond. Magistritöö.
- Gursoy, D., Kim, K., Uysal, M. 2004.** Perceived Impacts of Festivals and Special Events by Organizers: An Extension and Validation. *Tourism Management*, 25, 171-181.
- Hagett, P., Arnold, E. 1969.** Locational Analysis in human geography. London: Arnold.
- Halas, M., Klapka, P. 2012.** Distance decay function and its application in the territory of the Czech Republic. *AUPO Geographica*, 43(1), 51-60.
- Hall, C. 1992.** Hallmark tourist events: Impacts, Management and Planning. London: Bellhaven Press.
- Hallmann, K., Feiler, S., Müller, S., Breuer, C. 2012.** The interrelationship between sport activities and the perceived winter sport experience. *Journal of Sport & Tourism*, 17(2), 145-163.
- Hanks, R.R. 2011.** Encyclopedia of Geography: Terms, Themes, and Concepts. California: ABC-CLIO, LLC.

- Higham, J.E.S., Hinch, T.D. 2002.** Tourism, sport and seasons: the challenges and potential of overcoming seasonality in the sport and tourism sectors. *Tourism Management*, 23, 175–185.
- Higham, J.E.S., Hinch, T.D. 2006.** Sport and Tourism Research: A Geographic Approach. *Journal of Sport & Tourism*, 11(1), 31-49.
- Higham, J.E.S., Hinch, T.D. 2010.** Sport and tourism: Globalization, Mobility and Identity, 2nd edition. Great Britain: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Hinch, T.D., Higham, J.E.S. 2001.** Sport Tourism: a Framework for Research. *International journal of tourism research*, 3, 45-58.
- Hinch, T.D., Higham, J.E.S. 2011.** Aspects of Tourism: Sport Tourism Development. Channel View Publications. Great Britain: Short Run Press Ltd.
- Holloway, C. 2004.** Marketing for Tourism, 4th edition, Harlow: Financial Times Prentice Hall.
- Hudson, S. 2003.** Sport and Adventure Tourism. New York: The Haworth Hospitality Press.
- Iso-Ahola, S. 1982.** Towards a Social Psychology Theory of Tourist Motivation. *Annals of Tourism Research*, 9, 256-261.
- Ispas, A., Hertanu, A. 2011.** Characteristics of event tourism marketing. Case study: the european youth olympic festival, Brasov 2013. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov*, 4 (53), 127-134.
- Jago, L., Shaw, R. 1998.** Special Events: A Conceptual and Differential Framework. *Festival Management & Event Tourism*, 5(1-2), p 21-32.
- Jakobson, J. 2003.** Turismi alused. Tallinn: EKK.
- Jauhiainen, J. S. 2005.** Linnageograafia: Linnad ja linnaurimus modernismist postmodernismini. Tallinn: Eesti Kunstiakadeemia.
- Kaplanidou, K., Gibson, H.J. 2010.** Predicting behavioral intentions of active event sport tourists: The case of a small-scale recurring sports event. *Journal of Sport & Tourism*, 15(2), 163–179.
- Kaplanidou, K., Vogt, C. 2007.** The interrelationship between sport event and destination image and sport tourists' behaviours. *Journal of Sport Tourism*, 12(3/4), 183–206.
- Kariel, H.G., Kariel, P.E. 1988.** Tourist Developments in the Kasnanaskis Valley Area, Alberta, Canada, and the Impact of the 1988 Winter Olympic Games. *Mountain Research and Development*, 8(1), 1-10.
- Kim, H.J., Gursoy, D., Lee, S.-B. 2006.** The impact of the 2002 World Cup on South Korea of pre- and post-games. *Tourism management*, 27(1), 86-96.

- Knox, P.L., Marston, S.A. 2004.** Places and regions in global context: human geography, 3rd edition. Upper Saddle River: Pearson/Prentice Hall.
- Kozak, M. 2002.** Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations. *Tourism Management*, 23(3), 221-232.
- Kurtzman, J., Zauhar, J. 1997.** A wave in time – the sports tourism Phenomena. *Journal of Sport & Tourism*, 4(2), 7-24.
- Kurtzman, J., Zauhar, J. 2005.** Sports tourism consumer motivation. *Journal of Sport Tourism*, 10(1), 21-31.
- Kurtzman, J. 2005.** Sports tourism categories. *Journal of Sport & Tourism*, 10(1), 15-20.
- Kuusik, A., Ahas, R., Tiru, M. 2009.** Analysing Repeat Visitation on County Level with Passive Mobile Positioning Method: An Estonian Case Study. XVII Scientific Conference on Economic Policy, Estonia 1–3.07.2009 in Tartu and Värskä.
- Lauk, M. 2013.** Rahvusvaheliste spordisündmuste arendamine Pärnu linnas. Tartu Ülikool, Pärnu kolledž. Turismiosakond. Bakalaureusetöö.
- Lee, H.A., Guillet, B.D., Law, R., Leung, R. 2012.** Robustness of Distance Decay for International Pleasure Travelers: A Longitudinal Approach. *International Journal of Tourism Research*, 14, 409-420.
- Mallen, C., Adamas, J.L. 2008.** Sport, Recreation and Tourism Event Management: Theoretical and Practical Dimensions. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Mayhew, S. 2004.** A dictionary of geography, 3rd edition Oxford: Oxford University Press.
- Mckercher, B., Lew, A.A. 2003.** Distance Decay and the Impact of Effective Tourism Exclusion Zones on International Travel Flows. *Journal of Travel Research*, 42, 159-165.
- McKercher, B. 2008.** The Implicit. Effect of Distance on Tourist Behavior: a Comparison of Short and Long Haul Pleasure Tourists to Hong Kong. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 25(3-4), 367-381.
- McKercher, B., Chan, A., Lam, C. 2008.** The Impact of Distance on International Tourist Movements. *Journal of Travel Research*, 47(2), 208-224.
- Mohan, L., Thomas, L. 2012.** The impact of distance on fans' intentions to attend team sporting events: a case study of fans of the Carolina Hurricanes of the United States National Hockey League. *Annals of Leisure Research*, 15(3), 296-309.
- Nekola, J.C., White, P.S. 1999.** The distance of similarity in biogeography and ecology. *Journal of Biogeography*, 26(4), 867-878.
- Nicolau, J.L., Más, F.J. 2006.** The influence of distance and prices on the choice of tourist destinations: The moderating role of motivations. *Tourism Management*, 27(5), 982-996.

- Nilbe, K. 2008.** Turismiürituste geograafilise tagamaa hindamine mobiilpositsioneerimise andmetega Põlva ökofestivali ja Hauka laada näitel. Tartu Ülikool. Geograafia osakond. Bakalaureusetöö.
- Nilbe, K. 2011.** Turismiürituste tagamaad ja nende ulatust mõjutavad tegurid Eesti turismiürituste näitel. Tartu Ülikool. Geograafia osakond. Magistritöö.
- Nishio, T. 2013.** The Impact of Sports Events on Inbound Tourism in New Zealand. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 18(8), 934-946.
- Nyaupane, P.G., Graefe, R.A. 2008.** Travel Distance: A Tool for Nature-Based Tourism Market Segmentation. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25 (3-4), 355-366.
- Olsson, G. 1970.** Explanation, Prediction and Meaning Variance: An Assessment of Distance Interaction Models, *Economic Geography*, 46, 223.
- Page, S.J. 2011.** *Tourism Management: An Introduction*, 4th edition. Amsterdam: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Pigeassou, C. 2004.** Contribution to the definition of sport tourism. *Journal of Sport & Tourism*, 9(3), 287-289.
- Pigeassou, C., Bui-Xuan, G., Gleyse, J. 2003.** Epistemological Issues on Sport Tourism: Challenge for a New Scientific Field. *Journal of Sport & Tourism*, 8(1), 27-34.
- Pragi, U. 2002.** Sissejuhatus inimgeograafiasse: loengud I õppeaasta geograafidele. Tartu: Tartu Ülikooli kirjastus.
- Priestley, G. 1995.** Sports tourism: the case of golf, in *Tourism and Spatial Transformations: Implications for Policy and Planning*, edited by Ashwoth, G.J & Dietvorst, A.G.J. Wallingford UK: CAB International, 205-223.
- Ritchie, J.R.B. 1984.** Assessing the Impact of Hallmark Events: Conceptual an Research Issues. *Journal of Travel Research*, 23(1), 2-11.
- Ritchie, J.R.B., Mosedale, L., King, J. 2002.** Profiling sport tourists: The case of Super 12 Rugby Union in the Australian Capital Territory, Australia. *Current Issues in Tourism*, 5(1), 33-44.
- Rojek, C. 2014.** Global Event Management: a critique. *Leisure Studies*, 33 (1), 32-47.
- Searle, G. 2012.** The long-term urban impacts of the Sydney Olympic Games. *Australian Planner*, 49(3), 195-202.
- Shipway, R., Jones, I. 2007.** Running away from home: Understanding visitor experience and behavior at sport tourism events. *International Journal of Tourism Research*, 9, 373–383.
- Shoji, H., Niina, K., Mano, Y., Nakamura, Y. 2009.** Geographic Distribution of Public Sports Center Users in the Distance Decay Model; Focusing on the Level of Use Frequency in the A Gymnasium. *Journal of Sport & Tourism* 19(2), 217-222.

- Shonk, D.J., Chelladurai, P. 2008.** Service quality, satisfaction, and intent to return in event sport tourism. *Journal of Sport Management*, 22(5), 587-602.
- Siimon, I. 1996.** *Turisminduse alused*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.
- Snelgrove, R., Taks, M., Chalip, L., Green, B.C. 2008.** How Visitors and Locals at a Sport Event Differ in Motives and Identity. *Journal of Sport & Tourism*, 13(3), 165-180.
- Stancu, M. 2011.** A Preliminary Study on Choosing Sports Tourism as a Leisure Time Option. *Journal of Social Sciences* 7(3), 364-368.
- Standeven, J., De Knop, P. 1999.** *Sport Tourism*. Leeds: Human Kinetics.
- Su, G.J., Jerrett, M., Beckerman, B., Wilhelm, M., Ghosh, J.K., Ritz, B. 2009.** Predicting traffic-related air pollution in Los Angeles using a distance decay regression selection strategy. *Environmental Research*, 109, 657-670.
- Zauhar, J. 2004.** Historical perspectives of sports tourism. *Journal of Sport & Tourism*, 9(1), 5-101.
- Tiru, M., Saluveer, E., Ahas, R., Aasa, A. 2010.** The Positium Barometer: A Web-Based Tool for Monitoring the Mobility of Tourists. *Journal of Urban Technology*, 17(1), 71-89.
- Tooman, H., Müristaja, H. 2008.** *Turismisihtkoha arendus ja turundus*. Tallinn: Argo.
- Tooman, H. 2010.** *Kuidas kasvab turismipuu?: Turismimajanduse alused*. Tallinn: Argo.
- Turco, M.D., Riley, R., Swart, K. 2002.** *Sport tourism*. Morgantown: Fitness Information Technology.
- Um, S., Crompton, J.L. 1992.** The roles of perceived inhibitors and facilitators in pleasure travel destination decisions. *Journal of Travel Research*, 30(3), 8–15.
- Weed, M., Bull, C. 2009.** *Sports tourism: participants, policy and providers*, 2nd edition. Great Britain: Butterworth-Heinemann Elsevier.
- Weed, M. 2005.** Sports Tourism Theory and Method – Concepts, Issues and Epistemologies, *European Sport Management Quarterly*, 5(3), 229-242.
- Weed, M. 2006.** Editorial: Understanding Sports Tourism Participation: Complexities and Diversity. *Journal of Sport & Tourism*, 11(3-4), 195-199.
- Weisburd, D., Bernasco, W., Bruinsma, J.N.G. 2009.** *Putting Crime in Its Place: Units of Analysis in Geographic Criminology*. New York: Springer.
- Wicker, P., Hallmann, K., Zhang, J.J. 2012.** What is influencing consumer expenditure and intention to revisit? An investigation of marathon events. *Journal of Sport & Tourism*, 17(3), 165-182.

Yusof, A., Douvis, J. 2001. An examination of sport tourist profiles, Journal of Sport & Tourism, 6(3), 4-10.

Internetiviited

Hammadou, H., Thomas, I., Van Hofstraeten, D., Verhetsel. 2003. Distance decay in activity chains analysis: A Belgian case study. ERSA Congress in Jyvaskyla, Finland.
<http://www-sre.wu-wien.ac.at/ersa/ersaconfs/ersa03/cdrom/papers/119.pdf> 16.10.2013.

Kaplanidou, K. 2006. Do sport tourism events have a brand image? Proceedings of the 2006 Northeastern Recreation Research Symposium.
<http://torc.linkbc.ca/torc/downs1/sport%20tourism.pdf> 05.11.2013

Klubi tartu maraton. 2014. Tartu maratoni kodulehekülg.
<http://www.tartumaraton.ee/> 07.01.2014

Malinowski, C.J. 2004. Everyday Distance Decay.
<http://highered.mcgraw-hill.com/sites/dl/free/0073051519/111600/distancedecay.pdf>
16.10.2013

Meimer, R. 2011. Sporditurism.
http://eope.ee/download/euni_repository/file/2247/R.Meimer%20Sporditurism%20%C3%B5ppematerjal.pdf 26.10.2013

United Nations World Tourism Organization (UNWTO). 1995. Technical Manual No 2, Collection of tourism expenditure.
<http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1034/1034-1.pdf> 26.10.2013

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, **Kaiti Vasiljeva** (sündinud 16.09.1987),

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose
„Tartu Maratonil osalejate külustuskauguse ja tulemuslikkuse analüüs“,

mille juhendajad on **Rein Ahas** ja **Kati Nilbe**,

1.1 reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;

1.2 üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.

2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.

3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Tartus, **19.05.2014**