



SUOMEN PALLOLIITTO

JALKAPALLOLAJIEN SUOSIO SUOMESSA



***TIETOTARVESELVITYS
KEVÄT 2022***

**M. SZEROVAY, H. KORPIMÄKI, T. SOPANEN,
M. VÄRIS & A. HÄRKÖNEN**



Copyright © Suomen Palloliitto 2022

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

Helsinki 2022





YHTEENVETO

Tässä raportissa tutkimme jalkapallolajien suosiota, jotta ymmärrys jalkapallolajien tilasta Suomessa lisääntyisi. Tavoitteena on myös luoda lisää ymmärrystä siitä, mitä suosiolla tarkoitetaan, miten suosiota voidaan jäsentää jalkapallon kontekstissa, sekä mitkä tekijät ovat yhteydessä suosioon. Lisäksi tavoitteena on selvittää, miten suosiota voitaisiin mitata.

Tätä varten työryhmämme asetti seuraavia kysymyksiä: **Mistä osa-alueista suosio koostuu? Miten suosion eri osa-alueet sijoittuvat keskenään? Mitä voimme suosioon liittyen käytännössä mitata?** Suosio käsitteenä on varsin laaja, joten työryhmämme jakoi tehtävänannon vaiheisiin. Tämän selvityksen (*vaihe 1*) jälkeen on tarkoitus luoda työkalu (*vaihe 2*), jolla on mahdollista mitata lajin suosiota ja seurata sen kehitystä.

Suosion käsitteen jäsentelyn ja määrittelyn toteutimme akateemisen kirjallisuuden ja Palloliiton olemassa olevan datan ja teemojen pohjalta. Suosion jäsensimme kolmeen osa-alueeseen mittareineen, jotka muodostavat niin sanotun *sisäkehän*. Nämä osa-alueet ovat **yhteisö**, **arvo** ja **lajin mielikuva**. *Yhteisö* ja sen toiminta muodostavat lajin ytimen ja ilmentävät *suosiota kentällä ja kentän ympärillä*. Toiseksi yhteisöön kuuluvat *yleisö ja lajin näkyvyys*, jotka edustavat *suosiota kentän ulkopuolella*. Toiseksi osa-alueeksi valitsimme *Jalkapallon arvon*. Jaottelimme osa-alueen kaupalliseen arvoon ja yhteiskunnalliseen vaikutukseen. Kolmanneksi osa-alueeksi valitsimme *lajin mielikuvan*, jota tarkastellaan kiinnostuksen ja arvostuksen näkökulmasta suhteessa muihin urheilulajeihin Suomessa.

Sisäkehän osalta data ja mittarit ovat pääosin saatavilla Palloliitolta. On pantava merkille, että mittarit vastaavat ensisijaisesti kysymyksiin ”Mitä?” ja ”Kuinka monta?”. Saadaksemme suosiosta syvällisemmän kuvan, hahmottelimme jäsentelyn *ulkokehäksi* suosion kanssa yhteyksissä olevat ja siihen vaikuttavat seikat. Näiden seikkojen tarkastelu saattaa auttaa meitä vastaamaan myös kysymyksiin ”Miten?” ja ”Miksi?”. Ulkokehä hahmoteltiin yleisluonteisesti, koska siihen kuuluu runsaasti eri näkökulmia, mm. *lajin saavutettavuus* (esim. olosuhteet, hinnat), *osallistujien ja seuraajien motiivit* (esim. käsitys osaamisesta, hauskuus) sekä *jalkapallotuotteen laatu* (esim. yleisön kokemus, sidosryhmien kiinnostus). Jalkapallotuotteen laatu puolestaan tarjoaa eväitä suosion ymmärtämiseen kaupallisesta näkökulmasta. Lisäksi ulkokehään kuuluvat yhteiskunnan ilmiöt, jotka voivat olla niin *riskejä* (esim. yhteiskunnan lieveilmiöt) kuin *mahdollisuuksia* (esim. vastuullisuus, yhdenvertaisuus). Ulkokehän teemat siis vaativat ja tarjoavat lukuisia teemoja selvityksille ja tutkimuksille.

Raportti saattaa tukea meitä pohdinnassamme siitä, mihin asioihin meidän kannattaa keskittyä, kun kehitämme jalkapallolajeja 2020-luvulla. Lisäksi tässä raportissa hahmoteltujen sisä- ja ulkokehien ohjaamana voimme pureutua syvällisemmin rajattuihin aihealueisiin sekä laadullisen että määrällisen tutkimuksen keinoin. Työryhmämme ehdottamista toimenpiteistä tärkein koskee *vaihetta 2*, jonka myötä Palloliiton data-asiantuntijoiden on tarkoitus luoda työkalu, jonka avulla on mahdollista mitata lajien suosiota ja seurata suosion kehitystä. Samalla olisi hyödyllistä luoda laskentatapa, jonka avulla eri mittareiden mukaiseen yleiseen trendiin jalkapallolajien suosion muutoksissa päästäisiin kiinni yhdellä ns. indeksiluvulla.





TAUSTA JA MERKITYKSET

Useiden tutkimusten mukaan jalkapallon ja futsalin suosio ja kiinnostavuus ovat olleet vahvassa nousussa viimeisten vuosien aikana (Taloustutkimus, 2020; Sponsor Insight, 2022; UEFA, 2022). Naisten maajoukkueen menestys niin kentällä kuin sen ulkopuolella on nostanut jalkapallon kiinnostusta laajassa kohderyhmässä. Miesten jalkapallo- ja futsalmaajoukkueiden kauan odotetut EM-kisapaikat lisäsivät jalkapallolajien näkyvyyttä yhteiskunnassa entisestään. Menestys on myös näkynyt kentän ulkopuolella, esimerkiksi Palloliiton sosiaalisten medioiden seuraajamäärissä ja verkkokaupan myynnin merkittävässä kasvussa.

Tämän selvityksen tehtävänantona oli *”Laji(e)n suosion ja sen muutoksen ymmärtäminen”*. Tavoitteena on luoda lisäymmärrystä siitä, mitä suosiolla tarkoitetaan, miten suosiota voidaan jäsentää jalkapallon kontekstissa, sekä mitkä tekijät ovat yhteydessä suosioon. Lisäksi tavoitteena on selvittää, miten suosiota voitaisiin mitata. Tietotarve valikoitui selvitykseen Suomen Palloliiton *tietotarve- ja -tuotantomallin* kautta, jonka *Tiedolla johtamisen palvelutiimi* (jatkossa TJP) kehitti vuonna 2021.¹ Organisaation johtoryhmä hyväksyi mallin ja valitsi selvitettävän tietotarpeen kevään 2022 kierroksella. Aihe linkittyy vahvasti Palloliiton strategiseen tunnuslukuun *Lajin suosio kentän ulkopuolella*², johon tämän prosessin toivottiin tuovan selkeyttä.

TJP:n nimittämä ja selvityksen toteuttava työryhmämme tunnisti useampia teemoja, joiden ymmärtämiseen uusi tieto saattaa tuottaa lisäarvoa. Suosion käsitteen avaamisen ja seuraamisen avulla ymmärrämme lisää jalkapallolajien kehityksen suunnasta sekä asemasta Suomen urheilukulttuurissa verrattuna muihin lajeihin. Selvityksellä on annettavaa myös kaupallisen potentiaalin laaja-alaiseen arviointiin, minkä seurauksena Palloliiton tavoiteasetanta voi tulevaisuudessa parantua entisestään. Selvityksen pohjalta tarjoamme luonnollisesti kaikille jalkapallolajien parissa toimiville ja niiden eri sidosryhmille uutta tietoa siitä todellisuudesta, ”missä mennään”.

SELVITYKSEN TAVOITTEET

Suosio käsitteenä on varsin laaja, joten työryhmämme jakoi tehtävänannon vaiheisiin, jotta voimme tutkia sen kysymystä perusteellisesti tietotarveselvityssyklin puitteissa. Tässä selvityksessä (*vaihe 1*) keskitymme jalkapallon lajien suosion määrittelyyn ja jäsentelyyn sekä ehdotamme mittareita, joilla suosiota olisi mielekästä seurata. Asetimme siis seuraavia kysymyksiä: **Mistä osa-alueista suosio koostuu? Miten suosion eri osa-alueet sijoittuvat keskenään? Mitä voimme suosioon liittyen käytännössä mitata?**

Jalkapallon suosion määrittely edellytti suosion käsitteen purkamista. Olemme tutustuneet akateemiseen kirjallisuuteen ja vahvasti hyödyntäneet Arttu Härkösen tekemää kirjallisuuskatsausta.³ Katsauksessa

¹ Lisätietoja tiedolla johtamisesta Palloliitossa löytyy [täältä](#).

² Lisätietoja strategisista mittareista ja tunnusluvuista löytyy Palloliiton tietotilipäätöksestä [täältä](#).

³ Kirjallisuuskatsaus löytyy [täältä](#).





Härkönen tarkasteli suosion jäsentelyä ja määrittelyä eri tieteenaloilla ja elämäntilanteilla. Toisaalta halusimme pitää selvityksen käytännönläheisenä, joten kartoitimme, millaista suosioon liittyvää dataa ja millaisia mahdollisia suosioon liittyviä mittareita tai tunnuslukuja Palloliitolla on jo saatavilla tai käytössä. Olemme myös tunnistanee ajankohtaiset teemat ja keskeiset toimijat jalkapalloyhteisössä. Työryhmämme päätti ottaa ilmiön tarkasteluun laajan näkökulman, joka kattaa suosion **kentällä, kentän ympärillä, ja kentän ulkopuolella**. Lisäksi näimme itsestään selvänä, että jalkapallon suosiota tarkastellessa tulisi huomioida myös futsal, e-jalkapallo ja soveltavan jalkapallon lajit.⁴ Suosion mittaamiseen valitut tunnusluvut sisältävätkin kaikki lajit aina, kun se on mahdollista. Suurimmassa osassa mittareita kaikki jalkapallolajit ovatkin mukana, mutta on huomioitava, että lajimielikuvaa mittaavissa ulkopuolisissa tutkimuksissa futsal, e-jalkapallo ja soveltavan jalkapallon lajit eivät ole olleet mukana tai niiden osalta tulokset eivät ole eriteltävissä luotettavasti.

Työryhmämme korosti, että prosessin tuotoksen tulisi tarjota arvokkaiden käsitteellisten pohdintojen ja määrittelyjen lisäksi myös tulosten käytettävyyttä ja selkeitä käytännön hyötyjä. Näin ollen tämän selvityksen (*vaihe 1*) jälkeen on tarkoitus luoda työkalu, joilla on mahdollista mitata lajien suosiota ja seurata suosion kehitystä (*vaihe 2*). Näin voidaan vastata tehtävänannon toiseen osaan lajien suosion *muutoksen* ymmärtämisestä. Työkalun kehitykseen meillä on saatavilla apua Palloliiton data-asiantuntijoilta. Olemme sitä mieltä, että ensimmäisen vaiheen jälkeen on olennaista saada palautetta organisaation johtoryhmältä ja TJP:ltä ja tehdä sen pohjalta tarvittavaa hienosäätöä ennen toista vaihetta, jonka myötä alamme rakentaa työkalua.

Selvitysprosessi kuvataan tarkemmin *Näin tutkittiin* -osiossa raportin lopussa.

Lajin suosion määrittely, jäsentely ja mittaaminen.

Vaihe 1 (Kevät 2022)

Työkalun luominen, jolla voi mitata suosiota ja seurata sen kehitystä.

Vaihe 2

Kuva 1. Jalkapallolajien suosio -selvityksen vaiheet

⁴ Soveltava jalkapallo jaetaan Palloliiton mukaan viiteen eri lajiin. Niitä ovat erityisryhmät, sähköpyörätuolijalkapallo, unified-jalkapallo, sokeiden jalkapallo ja CP-jalkapallo. Lisätietoja löytyy [täältä](#).





PÄÄLÖYDÖKSET

Suosion käsitteen moninaisuus

Suosiota voidaan lähestyä monesta eri näkökulmasta. Usein suosio mielletään yhteiskunnallisiksi ilmiöiksi, joihin voi liittyä laajaa ihailua, haluttavuutta, tunnettavuutta tai hyväksyntää. Näitä ilmiöitä voivat olla esimerkiksi ruoka, musiikki, muoti, tv-ohjelma, lomakohteet, teknologia tai henkilöt. Kaikkia näitä ilmiöitä voidaan lisäksi arvioida omalla asteikoilla tai indeksillä. (Ibbotson & Idzorek, 2014) Voidaan siis todeta, ettei ole yhtä oikeaa tapaa mitata suosiota.

Urheilussa suosiota on tutkittu kattavasti monista eri näkökulmista (UEFA, 2022). Usein ajatellaan, että ainoastaan menestys ruokkii kiinnostusta, mutta myös monet muut osa-alueet korostuvat lajien vertailussa ja valtasuhteissa. Esimerkiksi Suomessa jääkiekko on ollut kansainvälisellä menestyksellään useiden mittausten mukaan suosituin, mutta silti jalkapallo nauttii suurimmasta harrastajamäärästä. (Nevala, Isotalo & Itkonen, 2020; Taloustutkimus, 2020; Sponsor Insight, 2022)

Kirjallisuudesta löytyykin useita kymmeniä tutkimuksia, jotka viittasivat urheilulajin suosioon eri näkökulmista tarkasteltuna. Näiden pohjalta syntyi jaottelu kuuteen osa-alueeseen: *talous*, *osallistuminen*, *olosuhteet*, *näkyvyys*, *mielipide* sekä *tasa-arvo*. Akateemiseen kirjallisuuteen lukija voi tutustua em. Arttu Härkösen kirjallisuuskatsauksesta, joka syntyi selvitysprosessin aikana. Suosion käsitteen jäsentelyn ja määrittelyn toteutimme akateemisen kirjallisuuden ja Palloliiton olemassa olevan datan ja teemojen pohjalta.

Jalkapallolajien suosion jäsentely

Suosion jäsenämme kolmeen osa-alueeseen mittareineen. Osa-alueet, eli lajien **yhteisö**, **arvo** ja **mielikuva**, muodostavat niin sanotun sisäkehän. Jäsentely esitellään kuvassa 2.





I. Yhteisö

- I / A. Osallistujat & mahdollistajat (Suosio kentällä ja sen ulkopuolella)
- I / B. Yleisö & näkyvyys (Suosio kentän ulkopuolella)



II. Arvo

- II / A. Kaupallinen (Myyntituotot)
- II / B. Jalkapallon yhteiskunnallinen vaikutus (SROI)



III. Mielikuva

Kuva 2. Jalkapallolajien suosion jäsentely (sisäkehä)

Yhteisö ja sen toiminta muodostavat lajin ytimen. Ensinnäkin yhteisöön kuuluvat lukuisat jalkapallotoimijat, kuten *seurat* sekä *osallistujat* ja *mahdollistajat*, jotka ilmentävät *suosiota kentällä ja kentän ympärillä*. Tämän alueen mittarit listataan taulukossa 1. Seuraamme yhteisöä tarkastelemalla jalkapallotoimijoiden määrää ja pysyvyyttä sekä seurojen määrää. Toimintaan pääsemme kiinni seuraamalla pelattujen pelien määrää. Jatkossa olisi tarkoituksenmukaista pystyä seuraamaan myös ei-rekisteröityjen pelaajien määrää, josta tällä hetkellä ei ole saatavilla ajantasaista tietoa.

Taulukko 1. Mittarit: Yhteisö - suosio kentällä ja kentän ympärillä

I.	YHTEISÖ
I/A	Osallistujat ja mahdollistajat (suosio kentällä ja kentän ympärillä)
	<i>Jalkapallotoimijat</i>
1	Pelaajamäärä / pelipassilaisten määrä
2	Valmentajien määrä
3	Joukkue- ja seuratoimijoiden määrä
4	Erotuomareiden määrä
5	Vapaaehtoisten määrä
6	Päätoimisten työntekijöiden määrä
7	Erotuomareiden pelaajien valmentajien pysyvyys
	<i>Seurat</i>
8	Palloliiton jäsen- ja harrasteseurojen määrä
9	Palloliiton jäsenseurojen joukkueiden määrä
	<i>Pelit</i>
10	Pelattujen otteluiden määrä (Palloliiton alaisuudessa)





Toiseksi yhteisöön kuuluvat *yleisö* ja *lajin näkyvyys*, jotka edustavat *suosiota kentän ulkopuolella*. Jalkapallolajien yleisöstä saamme tarkemman kuvan mittaamalla Palloliiton digitaalisen yleisön kokoa tarkastelemalla esimerkiksi sosiaalisen median kanavien seuraajamääriä, verkkosivustovierailuja ja sähköpostilistan kokoa sekä maaotteluiden ja eri sarjojen paikalla olevan yleisön ja TV-katsojien määrää. Lajin näkyvyyden kehitystä pyrimme ymmärtämään jalkapallon digitaalisen medianäkyvyyden kautta seuraamalla digitaalisen median artikkelien ja sosiaalisen median julkaisujen lukumäärää ja potentiaalista tavoitavuutta neljän teeman osalta: "Palloliitto", "Huuhkajat", "Helmarit" sekä "jalkapallo ja yhteiskunta". Pohdimme myös, onko medianäkyvyyttä mielekästä sisällyttää tähän jäsentelyyn, joka käsittelee *suosiota* – eli oletettavasti myönteisiä asioita. Päädyimme kuitenkin sisällyttämään medianäkyvyyden mukaan jäsentelyyn. Vaikka näkyvyyden taustalla saattaa olla vaikkapa negatiivinen uutinen jalkapallosta, aiheen käsittely mediassa viittaa siihen, että laji kiinnostaa ja se on tärkeä ilmiö yhteiskunnassa.

Taulukko 2. Mittarit: Yhteisö – suosio kentän ulkopuolella

I. YHTEISÖ	
I/B	Yleisö ja näkyvyys (suosio kentän ulkopuolella)
11	Sosiaalisen median kanavien seuraajamäärä
12	Verkkosivustovierailut
13	Sähköpostilistan koko
14	TV-katsojat
15	Digitaalinen medianäkyvyys
16	Yleisömäärät

Tulevaisuudessa mittareita tulisi kehittää, jotta ne tarjoaisivat merkittävämpää tietoa. Verkkosivustovierailujen ja sosiaalisen median seuraajien osalta olisi mielekästä seurata esimerkiksi sivustolla tai sisällön parissa käytettyä aikaa sekä sitoutuneisuusastetta. Sähköpostilistan koon muutoksiin vaikuttaa voimakkaasti kausivaihtelu sekä erilaiset datan laadun parantamiseen liittyvät toimenpiteet. Pelkkä postituslistan koon seuraaminen ei olekaan tarkoituksenmukainen mittari, sillä postituslistan kasvattamisen ohella panostetaan määrän sijaan datan laatuun ja listan aktiivisuuteen. Organisaatiomme data-asiantuntijoiden avustuksella kehitämme parasta aikaa raportointia TV-katsojien määrän järjestelmällisempään seuraamiseen. Jatkossa voisimme myös vielä laajemmin tarkastella jalkapallon suosiota kentän ulkopuolella ja yhteiskunnassa, esimerkiksi mittaamalla jalkapalloa korkeakoulussa opiskelevien tai jalkapallosta julkaistujen kirjojen ja tutkimusten määrää.

Toiseksi osa-alueeksi valitsimme *jalkapallon arvon*. Jaottelimme osa-alueen *kaupalliseen arvoon* ja *yhteiskunnalliseen vaikutukseen* (taulukko 3). Kaupalliseen arvoon kuuluvat Palloliiton myyntituotot (sisältävät yhteistyökumppanisopimukset), hospitality-myynnit, lipunmyyntituotot, Fanimon tuotemyynti (esim. maajoukkueen verkkokauppa, ottelutapahtumat), mediaoikeussopimusten arvo ja





lisenssioikeusmyynnin arvo. Veikkausliigan osalta huomioimme yhteistyösopimusten arvon, mediatuotot ja dataoikeudet. Tätä osa-aluetta olisi mielekästä laajentaa tulevaisuudessa niin, että se sisältäisi kaikkien seurojen taloudellisen volyymin sekä sen osana seurojen markkinoilta saatuja tuloja. Esimerkkinä toimii Veikkausliigaseurojen fanituotteiden myynti. Näin saisimme kokonaisvaltaisemman kuvan suomalaisesta jalkapallosta kaupallisesta näkökulmasta.

Jalkapallolajien yhteiskunnallisen vaikutuksen seuraamiseen on kätevä käyttää UEFA SROI -mallinnusta, jolla mitataan jalkapalloon sijoitetun pääoman sosiaalista tuottoa.⁵ Vaikutuksen ja vaikuttavuuden syvempään ymmärtämiseen on tarpeen tuottaa myös arviointoja, jotka pureutuvat tiettyyn teemaan yksityiskohtaisemmin. Esimerkkinä toimii parasta aikaa käynnissä oleva ulkoinen tietotarveselvitys, jossa tarkastellaan Palloliiton jakamien seuratuksien vaikutusta pelaajakehitykseen.

Taulukko 3. Mittarit: Jalkapallolajien arvo

II	ARVO
II/A	Kaupallinen: Myyntituotot (Palloliitto / maajoukkueet / Veikkausliiga)
17	Palloliiton myyntituotot
18	Veikkausliiga
II/B	Yhteiskunnallinen vaikutus / arvo
19	Seurojen yhteiskunnallinen vaikuttavuus (SROI -mallinnus)

Kolmanneksi osa-alueeksi valitsimme *lajin mielikuvan*. Tarkastelimme lajin mielikuvaa ja sen kehitystä kiinnostuksen ja arvostuksen näkökulmasta suhteessa muihin urheilulajeihin Suomessa. Ymmärrystä lajin kiinnostavuudesta ja sen kehityksestä saamme kahdesta säännöllisesti toteutettavasta tutkimuksesta. Sponsor Insightin vuosittain julkaisema *Sponsor Navigator* -tutkimus listaa suomalaisia eniten kiinnostavat urheilulajit. Kantarin joka toinen vuosi toteuttama *UEFA GROW Image Research* -kyselytutkimus puolestaan kartoittaa suomalaisten kiinnostusta ja osallistumista eri urheilulajeihin sekä jalkapallokilpailuihin, jalkapallon maajoukkueisiin ja Palloliittoon liitettyjä yleisimpiä mielikuvia. Tietoa lajin arvostuksesta saamme Taloustutkimuksen *Suomi Tänään Mielikuvat urheilulajeista* -tutkimuksesta, joka toteutettiin viimeksi vuonna 2020. Tutkimus listaa Suomessa eniten arvostetut urheilulajit sekä lajit, joiden yleisen arvostuksen suomalaiset uskovat eniten kasvavan.

Sisäkehän osalta data ja mittarit ovat pääosin saatavilla, ja niihin ehdotamme vuosittaista seurantaa. Suosion mittareiden tarkka määrittely ja kuvaus löytyy liitteestä 1 erillisinä Excel-tiedostoina.⁶ On pantava merille, että nämä mittarit vastaavat ensisijaisesti kysymyksiin ”Mitä?” ja ”Kuinka monta?” – toisin sanoen, ne kuvailevat ilmiötä. Saadaksemme syvällisemmän kuvan suosiosta, hahmottelimme suosion kanssa yhteyksissä olevat ja siihen vaikuttavat seikat jäsentelyn ulkokehäksi. Näiden seikkojen tarkastelu saattaa

⁵ SROI -mallinnuksesta lisätietoja löytyy [täältä](#).

⁶ Dokumentti on saatavana pyydettäessä osoitteesta mihaly.szerovay[at]palloliitto.fi.





auttaa meitä vastaamaan myös kysymyksiin ”Miten?” ja ”Miksi?”. Haluamme korostaa, että sisä- ja ulkokehä eivät merkitse ”elementtien” jäykkää ja hierakista asettumista, vaan käytämme tällaista esittelytapaa mielekkyyden vuoksi. Tiedostamme, että suosio ja siihen yhteydessä olevat asiat ovat monimutkainen kokonaisuus, joten todellisuuteen on mahdotonta päästä täydellisesti kiinni. Ulkokehä hahmotellaan tässä yleisluonteisesti, koska siihen kuuluu runsaasti osittain päällekkäisiä eri aiheita ja näkökulmia (kuva 3), mm. *lajin saavutettavuus* (esim. olosuhteet, hinnat), *osallistujien ja seuraajien motiivit* (esim. käsitys osaamisesta, hauskuus) sekä *jalkapallotuotteen laatu* (esim. yleisön kokemus, sidosryhmien kiinnostus), mikä puolestaan tarjoaa eväitä jalkapallon suosion ymmärtämiseen kaupallisesta näkökulmasta. Osasta ulkokehän näkökulmista löytyy jo olemassa olevaa dataa (esim. olosuhteet tai harrastamisen ajalliset seikat), joiden huomioimista ja hyödyntämistä jatkossa on pohdittava.



Kuva 3. Suosion kanssa yhteyksissä olevat ja siihen vaikuttavat seikat (ulkokehä)

Näiden lisäksi ulkokehään kuuluvat yhteiskunnan ilmiöt (kuva 4), jotka voivat olla niin riskejä (esim. yhteiskunnan lieveilmiöt) kuin mahdollisuuksia (vastuullisuus, yhdenvertaisuus). Ulkokehän teemat vaativat ja tarjoavat lukuisia teemoja selvityksille ja tutkimuksille.





Kuva 4. Jalkapallolajien suosioon liittyvät riskit ja mahdollistavat tekijät (ulkokehä)

POHDINTA JA JATKOTOIMENPITEET

Tässä raportissa tutkimme jalkapallolajien suosiota, jotta ymmärrys jalkapallon, futsalin ja e-jalkapallon tilasta Suomessa lisääntyisi. Tavoitteenamme oli myös tukea tiedolla johtamista. Pyrimme selvittämään, miten suosiota voidaan määritellä ja jäsentää jalkapallon kontekstissa sekä mitkä tekijät ovat yhteydessä suosioon. Löydösten perustella työryhmämme teki seuraavia johtopäätöksiä ja suosittelee seuraavia toimenpiteitä:

1. Selvityksen toivotaan **vaikuttavan keskusteluun jalkapallon ympärillä**. Ymmärrämme jalkapalloa laajasti yhteiskunnallisena ilmiönä. Raportti tukee meitä pohdinnassamme, mihin suuntaan meidän kannattaa keskittyä, kun kehitämme jalkapallolajeja 2020-luvulla. Esimerkkinä toimivat keskeiset tulevaisuuden teemat, kuten tasa-arvo, saavutettavuus ja e-urheilu/e-jalkapallo, jotka nousivat myös akateemisesta kirjallisuudesta.
2. Selvityksestä saadun palautteen jälkeen on tarkoitus **luoda** Palloliiton data-asiantuntijoiden toimesta **työkalu**, (vaihe 2), **jolla on mahdollista mitata lajien suosiota ja seurata sen kehitystä**. Vaiheen 2 yhteydessä olisi mielekästä tuottaa laskentatapa, jossa eri mittareiden mukaiseen yleiseen trendiin lajien suosion muutoksista päästäisiin kiinni yhdellä ns. indeksiluvulla.
3. Tarvitaan selvityksiä, joiden avulla voimme **pureutua syvällisemmin rajattuihin aihealueisiin** sekä laadullisen että määrällisen tutkimuksen keinoin tässä raportissa hahmotellun sisä- ja ulkokehän ohjaamana. Tieteellistä yhteistyötä ja tutkimusta tulisi hyödyntää entistä enemmän esimerkiksi kirjallisuuskatsausten ja käsitelmäärittelyn muodossa sekä edistyneiden menetelmien käyttäen.





4. Yleisenä havaintona voidaan todeta, että **suosion käsitteen määrittäminen oli paljon lähtöoletusta monimutkaisempi ja laaja-alaisempi tehtävä**. Selvityksen kautta on pyritty tunnistamaan ja kuvamaan ilmiötä moniulotteisesti, mikä näkyy myös mittareiden lukumäärässä. Tunnustamme, että mittareiden määrä on iso ja jatkossa tulee pohtia, että tulisiko niiden määrää vähentää.

NÄIN TUTKITTIIN

Selvityksen toteutti Suomen Palloliiton Tiedolla johtamisen palvelutiimin nimittämä asiantuntijatyöryhmä (**Mihaly Szerovay, Hanna Korpimäki, Taneli Sopanen ja Mikko Varis**) vuonna 2022. Lisäksi LitM **Arttu Härkönen** tuotti perusteellisen kirjallisuuskatsauksen, jolla oli iso merkitys kokonaiskuvan muodostamisessa. Työryhmä kokoontui kuusi kertaa ja raportoi TJP:lle prosessin aikana viisi kertaa. Selvitys toimi Palloliiton tietotarve- ja -tuotantomallin mukaisesti, jonka tavoitteena on luoda systemaattinen ja säännöllinen prosessi jalkapalloyhteisön tietotarpeiden kartoittamiseen ja niihin vastaamiseen. Työryhmä kiittää Liikuntatieteellisen tiedekunnan **Ilkka Virmasaloa** ja **Outi Aarresolaa** sekä Palloliiton **Taru Nyholmia**, jotka sparrasivat työryhmää ja toivat lisäarvoa työryhmän käsitteellisiin pohdintoihin asiantuntijuudellaan. Lisäksi kiitos Palloliiton **Niko Tykkyläiselle** raportin kieliasun ja kuvioiden työstämisestä.

SELITTEET

Tiedolla johtamisen palvelutiimi on Palloliiton läpileikkaava elin, jonka tavoitteena on edistää organisaation strategista vaikuttavuutta, tietotarpeiden tunnistamista ja selvitystä, ja tiedon välittämistä jalkapallon ja futsalin sidosryhmille. TJP perustettiin 2021 alussa osana tutkimus- ja kehitystoiminnan edistämistä.

TASO on Palloliiton kilpailujärjestelmä, johon kirjataan joukkueen kokoonpanot ja pöytäkirjat sekä erotuomariasettelut ja palkkiot.

Pelipaikka on Palloliiton henkilörekisteri, jonka kautta käsitellään kaikki henkilörekisteröinnit, kuten pelaaja- tai erotuomarirekisteröinnit.





LÄHTEET

Ibbotson, R. G. & Idzorek, T. M. (2014). Dimensions of popularity. *The Journal of Portfolio Management*, 40(5), 68–74.

Nevala, A., Isotalo, K. & Itkonen, H. (2020). Miksi Suomesta tuli vuosikymmeniksi jääkiekko- mutta ei jalkapallomaa? *Ennen ja Nyt: Historian Tietosanomat*, 20(3), 2–23.

Sponsor Insight (2022). *Sponsor Navigator 2022: Jääkiekko, yleisurheilu, hiihto ja jalkapallo suomalaisten suosikkilajit*. <https://www.sponsorinsight.fi/post/sponsor-navigator-2022-jaakiekkoyleisurheilu-hiihto-ja-jalkapallo-suomalaisten-suosikkilajit>

Taloustutkimus (2020). *Jääkiekko yhä arvostetuin urheilulaji – jalkapallo kirinyt toiseksi*. <https://www.taloustutkimus.fi/ajankohtaista/uutisia/jaakiekkoon-ya-arvostetuin-urheilulaji-jalkapallo-kirinyt-toiseksi.html>

UEFA (2022). *UEFA GROW Image Research*.

