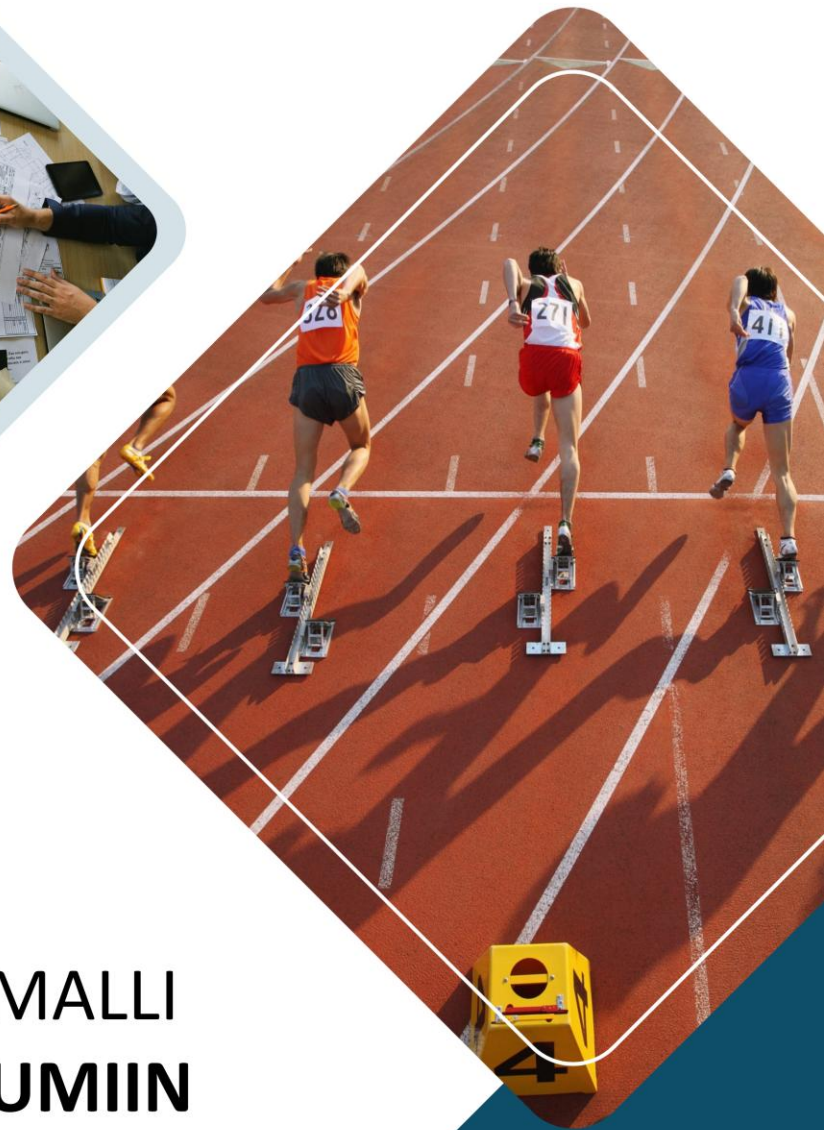




TKI-TOIMINNAN MALLI URHEILUTAPAHTUMIIN

2026

Toimintamalli, jonka avulla yritykset
ja tapahtumat voivat tehdä
tutkimus-, kehitys- ja
innovaatiotoimintaa urheilu- ja
liikuntatapahtumissa

TKI-TOIMINNAN MALLI URHEILUTAPAHTUMIIN

Tähän käsikirjaan on kuvattu toimintamalli, jota yritykset ja tapahtumajärjestäjät voivat hyödyntää yhteistyössään ja toteuttaa sen avulla tutkimus-, kehitys- ja innovaatiotoimintaa urheilu- ja liikuntatapahtumissa. Malli perustuu Urheilutapahtumat yritysten TKI-toiminnan alustana -projektin aikana tehtyihin kokeiluihin sekä yritysten, tapahtumajärjestäjien ja tutkimuslaitosten kokemuksiin ja yhteistyöhön. Käsikirjan tarkoituksena on avata urheilutapahtumissa piilevää TKI-kumppanuuspotentiaalia ja toimia yhteistyön syventämisen työkaluna käytännön esimerkkien sekä vaiheistetun mallipolun avulla.

Sisältö

URHEILUTAPAHTUMAT YRITYSTEN TKI-TOIMINNAN ALUSTANA	3
CASE-ESIMERKIT URHEILUTAPAHTUMISTA YRITYSTEN TKI-TOIMINNAN ALUSTANA	6
Case 1 – Nuuksio Backyard Ultra	6
Case 2 – Himos Winter Trail	9
Osallistujat suhtautuvat positiivisesti TKI-toimintaan.....	12
MIKSI TEHDÄ TKI-TOIMINTAA URHEILUTAPAHTUMISSA?	13
KUINKA TOTEUTTAA TKI-TOIMINTAA TAPAHTUMISSA?	14
Vaihe 1. TKI-tarpeen määrittäminen	15
Vaihe 2. TKI-toiminnan suunnittelu.....	16
Vaihe 3. TKI-toiminnan toteutus ja datan keruu	18
Vaihe 4. Datatietojen käsittely ja analyysi	19
Vaihe 5. Jatkokehitys	20
Työkaluja ja vinkkejä TKI-toiminnan tueksi	21
LOPPUSANAT	22
LIITTEET	23

KUVAT

Kuva 1. Esimerkki urheilutapahtuman arvoverkostosta	5
Kuva 2. Nuuksio Backyard Ultrat TKI-yhteistyökokeilussa mukana olleet tahot.....	8
Kuva 3. Himos Winter Trailiin osallistujia.....	11
Kuva 4. Osallistujien suhtautuminen TKI-toimintaan.....	12
Kuva 5. Tapahtumissa toteutettavan TKI-toiminnan hyödyt	13

TKI = tutkimusta, kehitystä ja innovaatioita

Tutkimus- ja kehittämistoiminta on systemaattista toimintaa tiedon lisäämiseksi ja tiedon käyttämistä uusien sovellusten löytämiseksi. Toiminnan tavoitteena on jotain oleellisesti uutta tai paranneltua (Tutkimus- ja kehittämistoiminta).

Innovaatiolla tarkoitetaan uutta tai parannettua tuotetta, palvelua tai liiketoimintaprosessia, joka eroaa merkittävästi aiemmista tuotteista tai prosesseista, ja joka on tuotu markkinoille tai otettu muutoin käyttöön (Innovaatio).

URHEILUTAPAHTUMAT YRITYSTEN TKI-TOIMINNAN ALUSTANA

Urheilutapahtumat toimivat potentiaalisina alustoina yritysten TKI-toiminnalle. Ne tarjoavat mahdollisuuden testata esimerkiksi uusia tuotteita, kerätä palautetta tai muuta tietoa yrityksen tuotteiden tai palveluiden kehittämiseen.

Urheilutapahtumien täyttä potentiaalia tutkimuksen, kehittämisen, innovoinnin ja testausten alustana ei olla vielä täysin tunnistettu. Tapahtumapaikka, -ajankohta, urheilulaji, osallistujakunta ja tapahtuman kesto sekä koko vaikuttavat paljon tapahtuman luonteeseen ja sitä kautta myös hyödynnettävyyteen yritysten kumppanina. Kaikilla tapahtumilla on kuitenkin potentiaalia yritysten TKI-alustaksi, ja useimmiten jo olemassa olevista yritysten ja seurojen välisestä yhteistyöstä olisikin mahdollista saada enemmän molempien puolista hyötyä ilman merkittäviä lisäpanostuksia. Hyvin usein yhteistyö rajoittuu kuitenkin pelkkään sponsorointiin ja näkyvyyteen. Yhteistyön tekeminen saattaa myös rajautua vain varsinaisen tapahtuman ajankohtaan, eli lyhyimmillään muutaman tunnin mittaiseen aikaikkunaan. Todellisuudessa tapahtumia kannattaisi tarkastella huomattavasti laajemman linssin läpi. Tämä TKI-toiminnan mallikäsikirja kokoaa yhteen esimerkkejä, huomioita, hyviä käytänteitä, ohjeita ja työkaluja yrityksille ja tapahtumajärjestäjille entistä resurssiviisaampaan ja tuottavampaan TKI-yhteistyöhön.

Urheilutapahtuma = alusta TKI-toiminnalle

Yksittäisen tapahtumapäivän tai viikonlopun sijaan moni tapahtuma muodostaa laajan ja monipuolisen tutkimus- ja kehityskentän, jonka avulla TKI-toimintaan tarvittavaa tietoa voidaan kerätä monella tapaa. **Alusta**, josta tässä käsikirjassa puhutaan, muodostuu muun muassa seuraavista urheilutapahtuman elementeistä:

Yleisö: tapahtumaan paikan päällä osallistuvasta yleisöstä, mahdollisesta yleisöstä, joka seuraa tapahtumaa etänä.

Osallistujat: tapahtumaan osallistuvista urheilijoista tai kilpailijoista ja heidän tiimeistään, sekä mahdollisista urheiluseuroistaan, lajiliitoistaan, sponsoreistaan ja muista tukijoista.

Sosiaalinen media: tapahtumajärjestäjän ja sen kaikkien aktiivisten yhteistyökumppaneiden sosiaalisen median seuraajista.

Kumppaniverkosto: Järjestävän tahon kumppaniyrityksistä ja -yhteisöistä, yhteistyökumppaneiden asiakkaita ja verkostosta.

Data ja lomakkeet: Tapahtumajärjestäjän keräämät ilmoittautumistiedot, asiakas-/jäsenrekisterit, osallistuja- ja katsojapalautteet sekä lomakkeet tms., joilla tieto kerätään.

Tapahtumia järjestävät urheiluseurat, yritykset, julkinen sektori sekä yhdistykset ja muut yhteisöt. Tapahtumaa ja siihen liittyviä oheispalveluita järjestävään verkostoon voi kuulua eri yhteisöjen ja yritysten henkilöstöä, mutta yleensä myös vapaaehtoisia talkoolaisia. Koko tämä verkosto voi toimia paitsi datan ja tiedon lähteenä, myös toisiaan tukevana resurssina esimerkiksi tiedon keruussa ja jalostamisessa.

Kun puhutaan urheilutapahtumasta yritysyhteistyön ja TKI-toiminnan alustana, onkin hyvä pysähtyä hetkeksi tarkastelemaan, millainen *alusta* urheilutapahtuma kokonaisuudessaan parhaimmillaan olisi, keitä siinä toimii ja millainen on tapahtuman **arvoverkosto**. Yritysten TKI-toiminnan näkökulmasta on mielenkiintoista, millaista tietoa verkostossa on ja syntyy, ja mitä uutta arvoa siitä voisi löytää. Esimerkiksi moni vuosittainen urheilutapahtuma rakentuu usein talkoovoimin. Tapahtumaan sitoutuneet vapaaehtoiset tuottavat merkittävää arvoa kaikille osallisille ja ymmärtävät tapahtumaa ja sen kohderyhmiä joskus lähes yhtä hyvin kuin järjestäjä parhaiten, mutta saattavat tehdä vähemmän yhteistyötä yrityskumppaneiden kanssa, eivätkä koskaan ole tapahtuman varsinaisessa valokeilassa. Mitä kaikkea tietoa, uudenlaisia ratkaisuja, palautetta, dataa ja resursseja he voisivatkaan tuottaa, kun yhteistyöstä vain alettaisiin keskustelemaan.



KORKEAKOULUT JA TUTKIMUSLAITOKSET > TKI-YHTEISTYÖ TAPAHTUMAJÄRJESTÄJÄN, YRITYSTEN JA MUIDEN SIDOSRYHMIEN KANSSA, OPISKELIJATOIMEKSIANTOJEN TOTEUTUS JA TUKE

Kuva 1. Esimerkki urheilutapahtuman arvoverkostosta

Entä urheilutapahtuman nykyiset, olemassa olevat kumppaniyritykset. Ovatko ne tietoisia tai kiinnostuneita toistensa panoksista kyseiseen tapahtumaan tai siitä, millaista hyötyä kukin saa. Ovatko panokset ja hyöty tasapainossa ja voisiko hyötyä kenties kasvattaa yhteistyötä tekemällä. Onko oman yrityksen tuotetta mahdollista yhdistää toisen yrityksen tuotteeseen ja saada uudenlaista, testattua tietoa omasta tuotteestaan. Samalla tuottaen osallistujille lisäarvoa ja esimerkiksi pilotoida tapahtumassa täysin uudenlaista palvelukonseptia.

Urheilutapahtuman arvo ei synny yksittäisestä toimijasta, vaan useista samanaikaisista virroista: rahasta, näkyvyydestä, datasta ja kokemuksesta. Menestyvä tapahtuma onnistuu maksimoimaan nämä virrat koko verkoston läpi. Urheilutapahtuma toimii alustana, joka kokoaa eri toimijat yhteen. Yhteistyön käynnistäminen vaatii aina ponnisteluja, yritysten kohdalla usein myös näyttöjä kannattavuudesta. Tärkeintä onkin, että syvempää yhteistyötä ja TKI-mahdollisuuksia lähdetään etsimään pienten kokeilujen kautta, joista kertyviä oppeja ja onnistumisia voidaan hyödyntää ja skaalata tulevaisuudessa tapahtumissa yhä järjestelmällisemmin.

Seuraavaksi esitellään kaksi erilaista urheilutapahtumaa, joissa Urheilutapahtumat yritysten TKI-toiminnan alustana -projektin avulla testattiin yhdessä tapahtumajärjestäjän ja yrityskumppaneiden kanssa erilaisia tapoja hyödyntää tapahtumaa entistä paremmin yritysten eduksi.

CASE-ESIMERKIT URHEILUTAPAHTUMISTA YRITYSTEN TKI-TOIMINNAN ALUSTANA

Case 1 – Nuuksio Backyard Ultra

Nuuksio Backyard Ultra on Espoon Nuuksiossa vuosittain kesällä järjestettävä ultrajuoksupahtuma, joka poikkeaa perinteisistä kilpailuista ilman ennalta määrättyä kokonaismatkaa tai aikarajaa. Se kuuluu kansainväliseen backyard ultra -konseptiin, jossa kilpailun kulku määräytyy juoksijoiden jaksamisen mukaan. Osallistujat juoksevat noin 6,7 kilometrin mittaisen kierroksen aina tasatunnein, ja jokainen kierros on suoritettava tunnin kuluessa, jotta kilpailija voi jatkaa seuraavalle kierrokselle.

Kilpailulla ei ole ennalta määriteltä päättymisaikaa, vaan se jatkuu tunti kerrallaan niin pitkään, kunnes juoksijoita on jäljellä enää yksi. Voittaja on se, joka pystyy juoksemaan yhden kierroksen enemmän kuin muut, mikä tekee kilpailusta erityislaatuisen kestäväyden ja henkisen vahvuuden koetuksen. Reitti kulkee vaihtelevassa maastossa Nuuksion luonnossa, ja sama kierros toistuu kerta toisensa jälkeen sekä päivällä että yöllä, kunnes

osallistujien rajat tulevat vastaan. Kovimmat suoriutujat ovat juosseet kisassa lähemmäs kaksi vuorokautta yhtä menoa, suomenennätyksen ollessa 47 tuntia, eli noin 315 kilometriä juoksua yhden kilpailun aikana.

Tapahtuma on osallistujamäärältään melko pieni, mutta tunnelmaltaan yhteisöllinen, sillä juoksijat ja huoltojoukot kokoontuvat lähtö- ja huoltoalueelle jokaisen kierroksen jälkeen. Nuksio Backyard Ultra korostaa sitkeyttä, itsensä ylittämistä ja poikkeuksellista kilpailumuotoa enemmän kuin perinteistä sijoituskilpailua.

TKI-toiminnan pilotointi Nuksio Backyard Ultran yhteydessä

Nuksio Backyard Ultran TKI-toiminnan kokeilu tehtiin varsinaisena kilpailuviikonloppuna Nuksiossa Huippu-urheilun instituutti KIHUn, Jyväskylän ammattikorkeakoulun ja Jyväskylän yliopiston tuella yhteistutkimuksena. Kokeiluun osallistui urheiluteknologiaan erikoistunut Polar Electro Oy, terveys- ja turvallisuusteknologiaratkaisuja kehittävä HTM Solutions Oy, puettavaa hyvinvointiteknologiaa valmistava Vire Health Oy sekä elintarvikkeisiin ja urheiluravitsemukseen erikoistunut, muun muassa Nosth-tuotemerkistä tunnettu Potentialfoods Oy.

Osallistuneiden yritysten kanssa tehtiin kilpailuviikonloppun aikana urheilusuoritukseen liittyviä mittauksia ja kyselyitä 15:lle tutkimukseen suostuneille kilpailijalle ennen ja jälkeen kilpasuoritusta sekä säännöllisesti aina juostujen kierrosten jälkeen ennen seuraavalle suorituskierrokselle lähtöä. Nuksion tapahtuman erityisluonteen ja mittausten laajuuden vuoksi mittaukset vaativat onnistuakseen melko paljon resursseja. Tutkimus sisälsi kehonkoostumukseen ja painoon sekä puettavaan teknologiaan liittyviä mittauksia, sylki- ja verinäytteitä, kognitiivisia testejä sekä palautumiseen liittyviä jälkikyselyitä. Lisäksi tutkittavat pitivät kilpasuorituksen jälkeen vielä kolme vuorokautta yllään puettavaa teknologiaa. Näillä menetelmillä tutkittiin käytännössä pitkän juoksuosuorituksen vaikutuksia kehon lämpötilaan, veren glukoosiin, urheilijan kognitioon, kuormitukseen ja palautumiseen.

Valmistelut ja yhteydenpito yritysten sekä tapahtumajärjestäjän välillä ennen tapahtumaa aloitettiin jo keväällä, jotta yritysten TKI-tarpeet, suunnitelmat niiden täyttämiseksi, ja käytettävissä olevat resurssit saatiin yhdistettyä toimivaksi kokonaisuudeksi tapahtuman muun kulun kanssa. Koska TKI-toiminta oli tutkimuksellista ja tutkittavilta kerättiin muun muassa veri- ja sylkinäytteitä, pyydettiin tutkimuksesta myös [ihmistieteiden eettisen toimikunnan ennakoarvio](#) ja lausunto. Tähän liittyen tutkimusorganisaatiot huolehtivat yhteistyössä muiden toimijoiden kanssa riittävän tarkan tutkimussuunnitelman laadinnasta sekä tutkittavien informoinnista ja suostumuksesta osallistua mittauksiin sekä luovuttaa niissä kerättyä dataa yritysten käyttöön.



Kuva 2. Nuksio Backyard Ultran TKI-yhteistyökokeilussa mukana olleet tahot

Kaikkiaan, jälkikyselyt huomioiden aineiston keruu jatkui vielä kaksi viikkoa tapahtuman jälkeen. Osaa aineistosta päästiin käsittelemään jo heti tapahtuman päätyttyä. Kerätyn aineiston perusteella tehdystä tutkimuksesta tullaan julkaisemaan tieteellisiä artikkeleita Jyväskylän yliopiston ja KIHUn toimesta. Yrityksille kokeilu tuotti tutkimustiedon lisäksi merkittävän määrän täysin uudenlaista dataa, jota ne voivat hyödyntää omissa tutkimuksissaan ja tuotekehityksessään. Tutkimukseen osallistuneet saivat antamansa datan perusteella itselleen tietoa omasta suorituskyvystään sekä palautumisestaan ja Huippu-urheilun instituutti KIHUn tekemän palautteen aineiston perusteella. Tapahtumajärjestäjä hyötyy TKI-toiminnasta muun muassa yritysyhteistyön syvenemisen sekä tapahtuman houkuttelevuuden ja uskottavuuden lisääntymisen kautta. Lisäksi yhteistyö koulutus- ja tutkimusorganisaatioiden kanssa lisää yleensä sekä yritysten että tapahtumajärjestäjien omaa TKI-osaamista ja tuo uusia näkökulmia oman toiminnan kehittämiseen.

Case 2 – Himos Winter Trail

Himos Winter Trail on vuosittain Jämsän Himoksella järjestettävä talvipolkujuoksutapahtuma, joka kokoaa kaksipäiväiseen kilpailuun noin tuhatpäisen osallistujajoukon. Osallistujakuntaan kuuluu sekä perusliikkuja että kovan tason urheilijoita, sillä kilpailun valikoimasta löytyy valittavaksi kilpailureittejä 6 kilometrin matkasta aina haasteellisimpaan 37 kilometrin kilpareittiin saakka. Tapahtuma on kesällä järjestettävän Himos Trail -polkujuoksutapahtuman tunnelmallinen talviversio.

Kilpailun reitit kulkevat Himoksen vaihtelevassa maastossa metsien, rinteiden ja korkeuserojen läpi. Lumi peittää juurakot ja tekee alustasta erilaisen kuin kesällä, ja erityisesti yöpolkujuoksu otsalamppujen valossa on muodostunut tapahtuman tunnusomaiseksi ja elämykselliseksi osaksi. Kokonaisuutena Himos Winter Trail on osallistujamäärältään suuri ja elämyksellinen talviurheilutapahtuma, jossa yhdistyvät polkujuoksu, luonto ja talviset olosuhteet: Monelle tärkeintä ei ole pelkkä kilpailu, vaan ainutlaatuinen kokemus lumisessa ympäristössä.

TKI-toiminnan pilotointi Himos Winter Trailin yhteydessä

Himos Winter Trail -tapahtumajärjestäjä lähettää jokaisen tapahtuman jälkeen kaikille osallistuneille juoksijoille palautekyselyn, jonka perusteella tapahtumaa ja osallistumiskokemusta voidaan parantaa. Vuoden 2026 talvitapahtumaa varten palautekyselyä kehitettiin yhteistyössä Jyväskylän ammattikorkeakoulun ja Huippu-urheilun instituutti KIHUn kanssa edelleen lisäämällä kyselyyn taustakysymyksiä vastaajista. Lisäksi kyselyä rikastettiin osallistujien majoittumiseen, oheispalveluiden käyttöön sekä tapahtumajärjestäjän yhteistyökumppaneihin liittyvillä kysymyksillä. Tavoitteena oli tuntea osallistujat paremmin ja luoda sitä kautta tapahtumasta kumppaneille entistä parempi alusta lisätä omaa näkyvyyttä ja mahdollisuuksia TKI-toimintaan, jotta kumppaneiden tapahtumaan liittyvä panos-hyöty-suhde paranisi.

Kyselyn vastausinnokkuutta pyrittiin lisäämään arvonnalla, jossa vastaajien kesken arvottiin vapaalippuja seuraavan vuoden tapahtumaan. Kysely lähetettiin heti tapahtumaviikonlopun jälkeen ja suurin osa vastauksista saatiin samalla viikolla. Vielä yhden muistutusviestin jälkeen vastauksia saatiin kaikkiaan 331, eli varsin kattava otos osallistuneista. Kyselyaineiston keruusta ja analysoinnista vastasi Jyväskylän ammattikorkeakoulu ja Huippu-urheilun instituutti KIHU yhdessä tapahtumajärjestäjän kanssa.

Aineistosta koostettiin raportti, jossa esitettiin kootusti vastanneiden osallistujien taustatiedot, osallistumiseen liittyvää dataa, tyytyväisyys tapahtumaan, majoitukseen ja oheispalveluiden käyttöön liittyvää tietoa sekä yhteistyökumppaneiden näkyvyydestä kerättyä

tietoa. Näiden perusteella nostettiin esiin myös mahdollisia kehittämisideoita tapahtumajärjestäjälle. Taustakysymysten avulla kilpailun osallistujista saatiin tietoa, jota aiemmin ei oltu koostettu. Tämä loi uutta, entistä hedelmällisempää maaperää tapahtumajärjestäjän ja nykyisten kumppaniyritysten palveluiden ja yhteistyön kehittämiseksi. Tieto, jota palautekyselystä saatiin, oli suoraan yrityksiä kiinnostavaa ja yhteistyöllä sitä olisi mahdollista hyödyntää tulevia tapahtumia suunnitellessa yritysten tuote- ja palvelukehityksessä, markkinoinnin sekä kaikkien toimijoiden keskinäisen yhteistyön kehittämisessä. Aineistosta tehty koontiraportti lähetettiin kaikille tapahtuman yhteistyökumppaneille samalla, kun heidät kutsuttiin tapahtumajärjestäjän toimesta yhteiseen tilaisuuteen kuulemaan tuloksista ja keskustelemaan jatkokehitysideoista.

Tilaisuuteen saapui pieni joukko tapahtuman kumppaniyritysten edustajia. Haasteena tapahtumajärjestäjän näkökulmasta on aina se, että yritysten arki on kiireistä ja ajan tai henkilöstön irrottaminen yhteistyötilaisuuksiin voi olla hankalaa, ellei osallistumisen arvoa voida selkeästi osoittaa ennalta. Kuitenkin, jos yritys toimii tapahtuman kumppanina, muutaman tunnin käyttäminen yhteistyön kehittämiseen luultavasti palautuu viimeistään seuraavan tapahtuman yhteydessä.

Parituntinen yhteinen kokoontuminen tuotti uusia ideoita ja ennen kaikkea lisäsi keskustelua ja yhteistä ymmärrystä tapahtuman kumppaneiden välille. Se loi mahdollisuuden tehdä kyselyaineiston avulla yhteinen katsaus siihen, mitä tapahtuman osallistujat ovat, mitä he arvostavat ja mitä he tuovat tapahtumaan, ja mitä sellaista vielä kaipaavat, jota tapahtuman toteuttajat eivät vielä ole osanneet tarjota.

Yhteistyötilaisuudessa tunnistettiin useita konkreettisia keinoja, joilla yritykset voivat hyödyntää tapahtumaa liiketoimintansa ja TKI-toimintansa alustana. Yhdessä ideoitiin muun muassa **lisämyynnin kasvattamista tapahtuman ennakkokohtauksista hyödyntäen**. Yritykset voivat tarjota osallistujille ennakoon ostettavia lisäpalveluita, kuten ruokailuita, palautumispalveluita sekä rakentaa tapahtumakohtaisia palvelu- ja tuotepaketteja. Lisäksi nousi esiin mahdollisuus kehittää tuotteiden ja palveluiden toimitusratkaisuja erityisesti mökkimajoittujille. Ajatus nousi suoraan palautekyselyn perusteella tehdystä havainnosta, jonka mukaan vielä harva Himoksella tapahtuman aikana majoittuva kilpailija hyödyntää Himoksen alueen muita palveluita tapahtumaan osallistumisensa lisäksi.

Tilaisuudessa tunnistettiin kyselyn taustakysymysten avulla **uusia asiakassegmenttejä**, erityisesti työ- ja yritysryhmät. Näille ryhdyttiin ideoimaan kohdennettuja palvelukokonaisuuksia, kuten tyhy-päiviä ja etätööhön yhdistyviä osallistumismalleja. Näin kilpailuun saapuvan viipymää voidaan pidentää ja lisätä palveluiden käyttöä.

Himos Winter Trailin osallistuja

"Haen elämyksiä ja hyvinvointia, mutta myös kilpailua."

- 46 vuotias, Jyväskylän seudulta, ylempi korkeakoulututkinto
- Osallistunut vähintään kolme kertaa aiemminkin talvitapahtumaan
- Osallistunut myös kesätapahtumaan vähintään kerran
- Osallistuu reitille Himos Night Enjoy (9 km)
- Osallistuu tapahtumaan kaveriporukalla
- Majoittuu Himoksella, mutta ei hyödynnä muita Himoksen palveluita
- Erittäin tyytyväinen tapahtumaan
- Suhtautuu hyvin positiivisesti testaukseen tapahtuman yhteydessä.



Kuva 3. Himos Winter Trailiin osallistuva on usein yli 40-vuotias, kaveri- tai harrasteporukalla tapahtumaan saapuva, korkeasti koulutettu henkilö, joka yöpyy Himoksen alueella.

Näkökulmana kaikessa ideoinnissa oli paitsi lisämyynti, myös erityisesti **tapahtuman hyödyntäminen tuotekehityksen ja testauksen alustana**. Yritykset voivat pilotoida tuotteitaan ja palveluitaan aidossa käyttöympäristössä, kerätä palautetta osallistujilta sekä hyödyntää ilmoittautumis- ja palautekyselyiden tuottamaa asiakasdataa. Testauksia voidaan toteuttaa esimerkiksi tapahtuman aikana, oheispalveluissa tai mökkiympäristössä sekä palautekyselyä ja tapahtumajärjestäjän osallistujarekisteriä hyödyntäen.

Lisäksi keskusteluissa nostettiin esiin **yhteismarkkinoinnin ja kohdennetun viestinnän kehittäminen**. Yritykset voivat hyödyntää tapahtuman kanavia, sosiaalista mediaa ja osallistujadataa kohdennettuun markkinointiin sekä tuottaa yhteistä sisältöä, kuten tapahtumavideoita. Tapahtuma-alueelle ja reiteille suunnitellut aktivoinnit tarjoavat konkreettisia näkyvyyspaikkoja.

Palautekyselyn avulla saatiin tietoa myös kumppaniyritysten näkyvyydestä tapahtumassa. Yrityksille myös tämän kaltainen tieto voi olla tärkeää, sillä aina tapahtumaan käytetään ainakin jotakin resursseja. Havaintojen ja niistä käytyjen keskustelujen avulla pyrittiin löytämään yhteyksiä toiminnan ja tunnettavuuden sekä näkyvyyden välillä. Näin pystyttiin löytämään konkreettisia kehitysehdotuksia seuraavan tapahtuman kumppaniyritysten toimintaa ajatellen. Esimerkiksi tuotemaistiaisen tarjoilun aikaa tai paikkaa vaihtamalla, tai siitä myöhemmin palautetta pyytämällä voidaan saada testaaja muistamaan tuote tai brändi paremmin.

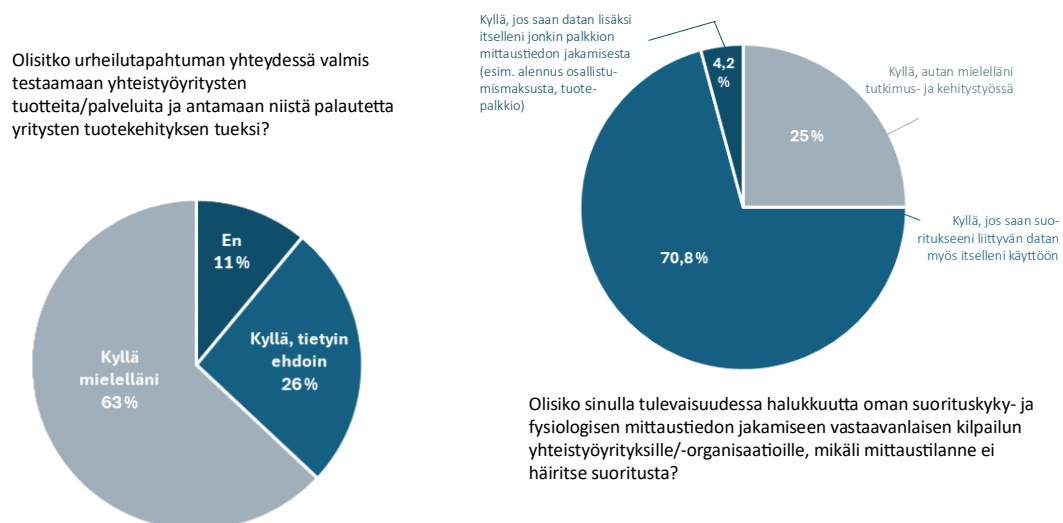
Himos Winter Trailin tapauksessa tunnistettiin mahdollisuuksia **yhteisten tuotepaketien, jakeluratkaisujen ja ristiinmyynnin kehittämiseen**. Majoituspalveluiden tarjoajan ja elintarviketuottajan tai ravintolatoimijan yhteistyössä voitaisiin kokeilla esimerkiksi

tuotepakettien toimittamista suoraan majoituksiin. Lisäksi korostui tarve systemaattiselle yhteistyölle ja tiedonvaihdolle, jotta tapahtumaa voidaan hyödyntää pitkäjänteisesti TKI-alustana. Jatkuvuuden ja suunnittelun työkaluksi tehtiin tilaisuuden jälkeen tapahtuman TKI-toiminnan vuosikello. Sen tarkoituksena on tuoda rakennetta tapahtuman ympärillä tapahtuvaan kumppanitoimintaan erityisesti TKI-toiminnan osalta ja tukea tapahtumajärjestäjää toimimaan suunnitelmallisesti yritysyhteistyön säännöllisenä koollekutsujana.

Osallistujat suhtautuvat positiivisesti TKI-toimintaan

Yleisesti uutta, etenkin tapahtumajärjestäjien ja yritysten kannalta mielenkiintoista näkemystä toi molemmissa esimerkkitapauksissa tutkimusorganisaatioiden kanssa yhdessä jalostettu palautekysely. Kokeilujen yhteydessä palautelomakkeisiin lisättiin kysymyksiä, joilla selvitettiin vastaajien suhtautumista yritysten TKI- ja testaustoimintaan tapahtumassa, sekä osallistujien halukkuutta luovuttaa omaan suorituskyykyynsä liittyvää dataa yritysten käyttöön. Nuuksion tapauksessa selvitettiin myös suorituskyykymittausten vaikutusta urheilutapahtuman houkuttelevuuteen. 84 % vastaajista koki omaan suorituskyykyyn liittyvän datan saamisen lisäävän joko merkittävästi tai jonkin verran mielenkiintoa osallistua kilpailuun. Yli 95 % vastaajista oli myös valmiita tulevaisuudessa luovuttamaan omaa suorituskyykyään koskevaa dataa yritysten käyttöön.

Osallistujien suhtautuminen TKI-toimintaan



Kuva 4. Osallistujien suhtautuminen TKI-toimintaan Himos Winter Trail ja Nuuksio Backyard Ultra -tapahtumissa.

Myös 89 % Himos Winter Trailin kyselyyn vastanneista kertoi olevansa valmiita testaamaan yhteistyöyritysten tuotteita ja palveluita sekä antamaan niistä palautetta yritysten tuotekehityksen tueksi ainakin tietyin ehdoin. Vastaajille merkityksellinen ehto oli erityisesti se, että testaus ei häiritse urheiluasuoritusta. Tuotetestaus koetaan kuitenkin yleisesti positiivisena ja jopa houkuttelevana.

MIKSI TEHDÄ TKI-TOIMINTAA URHEILUTAPAHTUMISSA?

Urheilutapahtumat tarjoavat ainutlaatuisen ympäristön tutkimus-, kehitys- ja innovaatiotoiminnalle, minkä lisäksi toiminta voi parhaimmillaan tuottaa hyötyä kaikille osapuolille sekä synnyttää uusia yhteistyö- ja kehittymismahdollisuuksia. Eri toimijoiden tapahtumissa toteutettavasta TKI-toiminnasta saamat hyödyt eriteltynä alla.



Kuva 5. Tapahtumissa toteutettavan TKI-toiminnan hyödyt

Hyödyt yrityksille:

- Kohderyhmän parempi tuntemus
- Pääsy dataan ja palautteeseen aidossa ympäristössä
- Mahdollisuus resurssitehokkaampaan testaukseen ja kehitystyöhön
- Lisänäkyvyys
- Lisää markkinaymmärrystä

- Yhteyksiä muihin yrityksiin, organisaatioihin ja tutkimuslaitoksiin
- Kohderyhmän laajentamisen mahdollisuus
- Uusia ideoita ja innovaatioita liiketoimintaan
- Oman brändin arvojen vahvistaminen ja esiintuominen tapahtumassa mukana olon kautta
- Lisäarvoa tuotteelle/palvelulle (brändiuskottavuus ja –luotettavuus, mielikuvan vahvistaminen kumppanuuden kautta)

Hyödyt tapahtumajärjestäjälle:

- Lisäarvoa osallistujille ja kumppaneille
- Resursseja tapahtuman järjestämiseen/kehittämiseen
- Etua markkinoinnissa
- Vahvemman profiilin innovaatioystävällisenä tapahtumana
- Dataa tapahtuman kehittämiseen
- Yhteyksiä yrityksiin, organisaatioihin ja tutkimuslaitoksiin
- Uusia ideoita ja innovaatioita toimintaan
- Positiivisen ja yhteistyömyönteisen ilmapiirin vahvistaminen

Hyödyt osallistujille:

- Parempia, monipuolisempia palveluita
- Uusia elämyksiä ja kokemuksia
- Mahdollisuudet päästä kokeilemaan uusia tuotteita tai palveluita
- Mahdollisuus vaikuttaa tapahtuman sekä tuotteiden kehitystyöhön
- Hyötyä tapahtuman sisällöistä (mittaukset, palautteet, etukoodit, analyysit jne.)
- Koettu arvo ja yhteisöllisyys: osallistuminen voi sitoa osallistujaa vielä paremmin osaksi tapahtumaa ja sen yhteisöä

KUINKA TOTEUTTAA TKI-TOIMINTAA TAPAHTUMISSA?

Tässä osiossa esitellään TKI-toiminnan polku, jonka avulla yritys ja/tai tapahtumajärjestäjä voi lähteä suunnittelemaan ja toteuttamaan TKI-toimintaa. Polussa on mm. nostettu esiin kysymyksiä, jotka auttavat juuri toteuttajalle sopivan TKI-toiminnanmallin luomisessa. Polun eri vaiheissa on myös nostettu esiin eri toimijoiden mahdollisia rooleja työnjaon helpottamiseksi. Luvun lopussa on myös listattu hyödyllisiä työkaluja, käytänteitä ja vinkkejä, joiden käyttöön ottaminen voi helpottaa TKI-toiminnan tekemistä. Yksi esimerkki tällaisesta käytänteestä on tapahtuman TKI-vastaavan nimeäminen (tapahtumajärjestäjän puolelta), mikä helpottaa yhteistyöyritysten kanssa tehtävää TKI-toimintaa niin tapahtuman kun yritysten näkökulmasta.

Vaihe 1. TKI-tarpeen määrittäminen

Tässä vaiheessa tunnistetaan yrityksen TKI-toiminnan tarve ja arvioidaan, millaisia mahdollisuuksia tapahtuma tarjoaa sen toteuttamiseen. Onnistuneen TKI-toiminnan lähtökohtana on selkeä ymmärrys siitä, mitä tietoa, kehitystä tai uusia ratkaisuja yrityksessä tavoitellaan sekä millaiset kohderyhmät, resurssit ja toimintaympäristöt tapahtuma tarjoaa tavoitteiden saavuttamiseksi. Toimivassa ja uudistumiseen panostavassa yrityksessä TKI-toiminta ja tarpeiden jatkuva kartoittaminen ovat itsestään selvä osa liiketoimintaa, mutta urheilutapahtuman, kuten minkä tahansa kumppanin liittäminen osaksi kehittämistä, vaatii pysähtymistä TKI-tarpeiden äärelle. Urheilutapahtuman osalta tarkastellaan, miten olemassa olevia yhteistyösuhteita voitaisiin syventää esimerkiksi perinteisestä sponsoroinnista kohti yhteistä tutkimus-, kehitys- ja innovaatiotoimintaa ja mitä mahdollisuuksia tapahtuman muu ekosysteemi ja arvoverkosto voisi tuoda mukanaan.

TKI-tarpeen tunnistaminen (yritys)

TKI-tarpeen tunnistaminen tarkoittaa prosessia, jossa yritys tunnistaa ja arvioi kehittämistarpeita sekä innovaatiomahdollisuuksia suhteessa strategiaan tavoitteisiinsa. Tämä perustuu sekä arjen havaintoihin että asiakkailta ja toimintaympäristöstä (kuten myös esimerkiksi kumppanuuksista) nouseviin signaaleihin.

1. *Tutkimus*: Mihin ilmiöön tai tuotteeseen liittyvää tietoa yrityksessä tai toimialalla tarvitaan?
2. *Kehitys*: Mitä yrityksen tuotteen tai palvelun ominaisuutta pitää testata tai parantaa?
3. *Innovaatio*: Miltä näyttää seuraava versio tuotteesta tai palvelusta? Millaisiin haasteisiin tai tarpeisiin nyt tai tulevaisuudessa tarvitaan toimivampia ratkaisuita? Millainen tuote tai palvelu tarvitaan? Millaisia uusia tuotteita ja/tai palveluita yhteistyö muiden yritysten kanssa voisi synnyttää? Miten palveluita voisi yhdistää, jotta asiakkaalle syntyy ennen kokemattomia lisäarvoja? Kuinka tuotteen tai palvelun voisi skaalata uusille markkinoille?

Tapahtuman analyysi (yritys ja tapahtumajärjestäjä yhdessä)

Tapahtuman analyysi auttaa yritystä saamaan kokonaiskuvan siitä, millaista aineistoa tapahtumaan liittyvästä yhteistyöstä on mahdollista saada omaan TKI-toimintaan. Samalla on mahdollista kartoittaa, millaisin resurssein tapahtumassa toimitaan ja onko olemassa olevia resursseja mahdollista yhdistää TKI-toiminnan tueksi.

- *Keitä kohdeyleisöön kuuluu?*
 - Osallistujat ja jäsenrekisteri
 - Katsojat – livenä ja/tai etänä
 - Tapahtumajärjestäjä
 - Tapahtumaseuraajat esim. sosiaalisessa mediassa
 - Tapahtumakumppanit
- *Millainen on tapahtuman luonne?*
 - Kilpailu vai kevyempi harrastetapahtuma
 - Tapahtuman kesto ja ajankohta
 - Tapahtuman sijainti
 - Tapahtuman toistuvuus
 - Tapahtuman koko
- *Millainen on tapahtuman TKI-alustapotentiaali?*
 - Millaista toimintaa on mahdollista ja realistista toteuttaa
 - Aiempi palaute ja/tai toiveet esim. osallistujilta tai katsojilta
 - Arvio resursseista
 - Tapahtuman ekosysteemi ja arvoverkosto
 - Tapahtuman fasilitetit

Vaihe 2. TKI-toiminnan suunnittelu

Kun TKI-tarve, johon tapahtumaa on mahdollista hyödyntää, on tunnistettu, siirrytään toiminnan käytännön suunnitteluun. Tässä vaiheessa määritellään tarkemmin, mitä tehdään, miten toiminta, kuten esimerkiksi testaus tai datan keruu toteutetaan ja ketkä siihen osallistuvat. Huolellinen suunnittelu auttaa kohdentamaan resurssit oikein, tunnistamaan yhteistyömahdollisuudet sekä varmistamaan, että TKI-toimintaa tehdään asianmukaisesti ja toiminta tuottaa tavoitteiden kannalta relevanttia tietoa ja hyötyä kaikille osapuolille. Suunnittelulla varmistetaan myös riittävä ja oikea-aikainen viestintä ja tiedottaminen oleellisille tahoille TKI-toiminnasta.

Mitä tehdään? (yritys ja tapahtumajärjestäjä sekä mahdollinen tutkimuslaitos yhdessä)

- *Mikä on toiminnan tavoite, millaista tietoa halutaan saada?*
- *Mitä tehdään tällä hetkellä ja/tai mitä voitaisiin hyödyntää tai tehdä resurssitehokkaammin?*

- *Mitä tulevassa tapahtumassa tehdään...*
 - tapahtumaa ennen
 - tapahtuman aikana
 - tapahtuman jälkeen?

Miten tehdään? (yritys, tapahtumajärjestäjä ja mahdollinen tutkimuslaitos yhdessä)

- *Mitä resursseja tarvitaan ja miten tutkimus, testaus tai muu tiedon keruu toteutetaan?*

1. Palautteen keruu

- Kerätään osallistujien, katsojien, henkilöstön tai muiden kohderyhmien kokemuksia, mielipiteitä ja kehitysehdotuksia
- Soveltuu esimerkiksi tapahtumakokemuksen, palveluiden, tuotteiden tai uusien konseptien arviointiin
- Menetelminä voivat olla kyselyt, haastattelut, keskustelut tai digitaaliset palautekanavat

2. Testaus ja validointi

- Testataan tuotetta, palvelua tai toimintamallia aidossa käyttöympäristössä tapahtuman yhteydessä
- Tavoitteena on arvioida ratkaisun toimivuutta, käytettävyyttä, kiinnostavuutta tai soveltuvuutta kohderyhmälle
- Testauksen yhteydessä voidaan kerätä sekä käyttäjäkokemuksia että mitattavaa dataa jatkokehityksen tueksi

3. Datan keruu

- Kerätään systemaattisesti tietoa osallistujista, suorituskyvystä, asiakaskokemuksesta, laitteen toiminnasta tai muista kehittämisen kannalta merkityksellisistä ilmiöistä
- Tavoitteena on tuottaa tietoa päätöksenteon, tutkimuksen tai tuote- ja palvelukehityksen tueksi
- Datan keruu voi perustua esimerkiksi kyselyihin, mittauksiin, havainnointiin, rekisteritietoihin tai digitaalisiin järjestelmiin

Huom! Muista vaadittavat tutkimusluvut sekä tietosuojaja suostumuslomakkeet. Kun kerätään ihmisiin liittyvää dataa (usein yhtä kuin henkilötietoja), on tehtävä ennalta suunnitelmat tutkimuksen toteutuksesta ja aineistohallinnasta, sekä mahdolliset sopimukset datan omistajuudesta, käsittelystä ja käytöstä – sekä ennen kaikkea tiedotettava tutkittavia näistä suunnitelmista ja huolehdittava heidän suostumuksestaan tutkimukseen ([Hyvä tieteellinen käytäntö \(HTK\), 2023](#)). Koulutus- ja tutkimusorganisaatioilla on

vahvaa osaamista liittyen tutkittavien informointiin ja asianmukaisiin tietosuoja- ja tutkimuskäytänteisiin. Yritykset ja tapahtumajärjestäjät voivatkin olla yhteydessä paikallisiin tutkimusorganisaatioihin kaivatessaan tukea TKI-toiminnan suunnitteluun.

Ketkä tekevät? (yritys, tapahtumajärjestäjä ja mahdollinen tutkimuslaitos yhdessä)

- *Yhteistyö- ja yhteiskehittämismahdollisuudet - Muut yritykset sekä tutkimuslaitokset*
 - Voiko useampi yritys kerätä dataa samassa pisteessä tai saman toiminnon kautta?
 - Onko mahdollista yhdistää tuotteita tai palveluja yhteiseksi pilotiksi?
 - Voidaanko dataa hyödyntää yhteisesti?
- *Vastuiden jako – kuka tekee ja mitä*
 - käytännön toteutus – yritys
 - datankeruu – yritys ja mahdollinen tutkimuslaitos
 - viestintä
 - osallistujille viestintä ennen ja jälkeen tapahtuman – tapahtumajärjestäjä
 - osallistujille viestintä tapahtuman aikana – yritys
 - tärkeää, että viestintä on yhteneväistä kaikkien eri viestijöiden kesken!
 - analysointi – yritys ja mahdollinen tutkimuslaitos

Vaihe 3. TKI-toiminnan toteutus ja datan keruu

Suunnittelun jälkeen TKI-toiminta viedään käytäntöön tapahtumassa tai esimerkiksi tapahtumaan liittyvässä muussa tilanteessa, jossa kohderyhmä on tavoitettavissa. Tämän vaiheen tavoitteena on toteuttaa suunnitellut toimenpiteet osallistujille selkeällä ja tapahtumakokonaisuuteen luontevasti istuvalla tavalla sekä kerätä tavoitteiden kannalta olennaista tietoa laadukkaasti ja vastuullisesti. Onnistunut toteutus perustuu laadukkaan suunnittelun jälkeen hyvään viestintään, osallistujien aktivointiin sekä datankeruuseen, joka tukee tapahtumakokemusta häiritsemättä sitä.

Viestintä ja osallistujien aktivointi (yritys ja tapahtumajärjestäjä)

- *Osallistujille viestitään selkeästi:*
 - mitä tehdään ja ketkä toimintaa toteuttavat ja ketkä siitä ovat vastuussa
 - mikä on toiminnan tavoite ja hyöty toteuttajalle ja osallistujalle
 - miten dataa kerätään ja käsitellään
 - tietosuoja ja suostumuslomakkeet

- *Osallistujien aktivointi*
 - Kohderyhmää voidaan motivoida osallistumaan kilpailuiden ja etujen avulla tai tarjoamalla palveluita, tuotteita tai esimerkiksi osallistujaa koskevaa mittausdataa.
 - Osallistumiskynnys pidetään matalana huolehtimalla, että testauksesta tai osallistumisesta ei aiheudu haittaa tapahtumakokemukselle tai kilpailusuoritukseen.

Toimiva ja tarkoituksenmukainen datankeruu (yritys ja mahdollinen tutkimuslaitos)

- *Aineistonkeruumenetelmien tulisi olla mahdollisimman osallistujaystävällisiä sekä tapahtumaan tai sen viestintään hyvin sulautuvia. Tietoa voidaan kerätä esimerkiksi osana tapahtumajärjestäjän viestintää tai muuta olemassa olevaa kontaktipistettä.*
- *Kerätään vain tavoitteiden kannalta olennaista dataa.*
- *Vältetään liian monimutkaisia toteutuksia tai liian montaa samanaikaista kokeilua.*
- *Toimitaan tietosuojaselosteen ja tutkimussuunnitelman mukaisesti.*

Vaihe 4. Datan käsittely ja analyysi

Kun tapahtumassa kerätty aineisto eli data on koottu, siirrytään sen systemaattiseen käsittelyyn ja analysointiin. Tässä vaiheessa varmistetaan aineiston laatu ja eheys, eli että tieto on mahdollisimman virheetöntä, kattavaa ja että se säilyy käsittelyn aikana johdonmukaisena. Lisäksi eri lähteistä kerätty aineisto yhdistetään tarkasteltavaksi kokonaisuutena ja siitä poistetaan epäolennaiset tai virheelliset havainnot. Tavoitteena on muodostaa selkeä ja luotettava kokonaiskuva toteutetusta TKI-toiminnasta. Analyysissa tarkastellaan tuloksia suhteessa asetettuihin tavoitteisiin, tunnistetaan keskeiset havainnot ja arvioidaan toiminnasta saadut opit eri näkökulmista.

Datan organisointi (yritys ja mahdollinen tutkimuslaitos)

- *Kootaan kaikki data tai kerätty aineisto yhteen paikkaan.*
- *Varmistetaan datan laatu ja eheys.*
- *Poistetaan epäolennaiset tai virheelliset havainnot.*
- *Kokonaiskuvan muodostus*

Tulosten analysointi (yritys ja mahdollinen tutkimuslaitos)

- *Onko tulos luotettava/yleistettävissä?*
- *Mitä opittiin osallistujista?*

- *Mitä opittiin tuotteesta/palvelusta?*
- *Vastasiko toiminta ja vastaukset alkuperäisiin tavoitteisiin?*
- *Löydetäänkö yhteyksiä kysymysten välillä (ristiintaulukointi)?*
- *Mitä pitäisi tutkia lisää?*

Tulosten jakaminen (yritys ja tapahtumajärjestäjä)

- *Miten tulokset raportoidaan eteenpäin?*
- *Mitä voidaan jakaa tapahtumajärjestäjälle?*
- *Mitä voidaan viestiä osallistujille?*
- *Voidaanko tuloksia hyödyntää markkinoinnissa tai uusien kumppaneiden hankinnassa?*

Vaihe 5. Jatkokehitys

Tässä vaiheessa siirrytään tapahtumassa kerätyn tiedon pohjalta toiminnan kehittämiseen ja tulosten hyödyntämiseen. Jatkokehitysvaiheessa onkin hyvä lähteä suunnittelemaan TKI-toiminnan vuosikelloa, jos yhteistyötä halutaan puolin ja toisin jatkaa myös tulevaisuudessa. Datan, havaintojen ja kokemusten avulla arvioidaan sekä tuotteen tai palvelun toimivuutta että TKI-toiminnan kokonaisuutta suhteessa asetettuihin tavoitteisiin. Samalla tunnistetaan keskeiset kehityskohteet, uudet ideat ja mahdolliset innovaatiot, jotka voivat ohjata tulevaa kehittämistyötä. Lisäksi tarkastellaan yhteistyön toimivuutta eri toimijoiden välillä sekä pohditaan, miten verkostoja ja kumppanuuksia voidaan vahvistaa ja laajentaa. Lopuksi määritellään jatkotoimenpiteet, joiden avulla varmistetaan TKI-toiminnan jatkuvuus, opittujen asioiden hyödyntäminen ja niiden skaalaminen tuleviin tapahtumiin tai mahdollisesti myös muihin kumppanuuksiin. Jatkokehitysvaiheessa on suositeltavaa kokoontua yhteen tapahtumajärjestäjän ja yrityksen/yritysten kesken. Tässä kohtaa **tapahtuman TKI-vastaavan** aktiivisuus yhteistyötä tekevien yhteentuumiseksi onkin usein hyödyllistä.

Tuotteen tai palvelun kehittäminen (yritys)

- *Mitä data kertoo kohderyhmästä, tarpeista ja kokemuksesta?*
- *Mitä data kertoo tuotteesta/palvelusta?*
- *Mitä tuotteessa/palvelussa voidaan datan perusteella kehittää?*
- *Uusien kehitysideoiden ja innovaatioiden tunnistaminen*

TKI-toiminnan arviointi (yritys ja tapahtumajärjestäjä)

- *Saavutettiin tavoitteet?*
- *Kuinka toteutus onnistui? Mikä toimi hyvin ja mitä pitäisi kehittää?*

- *Mitä oppeja otetaan mukaan seuraavaan tapahtumaan?*
- *Voidaanko tutkimuslaitoksia hyödyntää apuna vielä paremmin? Kuinka?*

Yhteistyön kehittäminen (yritys, tapahtumajärjestäjä ja mahdollinen tutkimuslaitos)

- *Kuinka yritysten, tapahtumajärjestäjän ja muiden toimijoiden välinen yhteistyö toimi?*
- *Mitä uusia yhteistyömahdollisuuksia voisi olla?*
- *Kuinka luodusta TKI-verkostosta saataisiin pysyvä?*

Jatkotoimenpiteet ja jatkuvuus (yritys ja tapahtumajärjestäjä)

- *Kuinka TKI-toimintaa jatketaan tapahtuman jälkeen?*
- *Mitä toimintoja voidaan jatkaa sellaisenaan ja mitä voitaisiin skaalata myös muihin tapahtumiin?*
- *Kuinka opit dokumentoidaan?*
- *Kuinka oppeja voidaan hyödyntää jatkossa muuten?*

Työkaluja ja vinkkejä TKI-toiminnan tueksi

TKI-toiminnan vuosikello

Tapahtuman ympärille rakennettu vuosikello auttaa suunnittelemaan ja aikatauluttamaan TKI-toimintaa pitkäjänteisesti. Se tukee tapahtumajärjestäjiä ja yhteistyöyrityksiä tunnistamaan oikeat ajankohdat esimerkiksi pilotoinneille, datankeruulle, yhteiskehittämiseksi ja tulosten hyödyntämiselle sekä varmistaa toiminnan jatkuvuuden tapahtumasta toiseen. Esimerkki tapahtumajärjestäjälle luodusta TKI-mallista nähtävissä liitteessä 1.

Urheilutapahtuman arvoverkosto

Arvoverkoston kuvaaminen auttaa hahmottamaan tapahtuman ympärille muodostuvan ekosysteemin sekä ne toimijat, kohderyhmät, datalähteet ja yhteistyömahdollisuudet, joista tapahtuman arvo rakentuu. Työkalu tukee uusien TKI-mahdollisuuksien tunnistamista sekä auttaa kohdentamaan kehittämistoimenpiteitä tehokkaasti. Urheilutapahtuman arvoverkosto nähtävissä kuvassa 1.

Yritysten ja tapahtumajärjestäjien yhteiset työpajat

Yhteiset työpajat tarjoavat foorumin TKI-tarpeiden tunnistamiseen, uusien yhteistyöideoiden kehittämiseen sekä kerätyn datan ja palautteen yhteiseen käsittelyyn. Työpajat

lisäävät vuoropuhelua eri toimijoiden välillä, vahvistavat sitoutumista yhteistyöhön ja voivat synnyttää uusia innovaatioita sekä yhteisiä kehityshankkeita.

Yhteinen datankeruupiste

Useamman yrityksen ja tapahtumajärjestäjän yhteinen datankeruupiste tai kyselykokonaisuus, jonka avulla voidaan kerätä tietoa tehokkaasti yhdellä osallistujakontaktilla ja vähentää osallistujien kuormittumista.

TKI-kumppanipankki

Lista yrityksistä, tutkimusorganisaatioista ja tapahtumista, jotka ovat kiinnostuneita TKI-yhteistyöstä. Helpottaa uusien yhteistyökumppaneiden löytämistä ja yhteistyön käynnistämistä.

Tapahtuman TKI-vastaava

Tapahtuman organisaatiosta nimetty henkilö, jonka tehtävänä on koordinoida yritysyhteistyötä, tunnistaa uusia TKI-mahdollisuuksia ja toimia linkkinä yritysten, tutkimusorganisaatioiden ja tapahtumajärjestäjän välillä.

LOPPUSANAT

Tämä käsikirja dokumentoi Keski-Suomen liiton rahoittaman *Urheilutapahtumat yritysten TKI-toiminnan alustana* -projektin aikana muodostuneita hyviä käytänteitä, toimintamalleja ja esimerkkejä erilaisista yritysten TKI-toimintaa tukevista tavoista, jotta niitä voidaan hyödyntää myös tulevaisuudessa vastaavilla tavoilla tai muokaten eri käyttötarkoituksiin. Toisaalta käsikirja voi toimia myös muistilistana ja ohjeena, jotta tulevien tapahtumien osalta TKI-yhteistyö sujuu mahdollisimman hyvin ja tehokkaasti.

Keskeisenä kysymyksenä TKI-toiminnan toteuttamisessa urheilutapahtumissa nousee se, kuka toimii TKI-yhteistyön koordinoijana ja eri toimijoita yhteen kokoavana tahona. Yhteistyön käynnistäminen ja pitkäjänteinen kehittäminen edellyttävät selkeitä vastuita sekä toimijaa, joka tunnistaa mahdollisuuksia ja vie yhteistyötä aktiivisesti eteenpäin. Samalla on tärkeää pohtia, millaista tukea esimerkiksi urheiluseurat tarvitsevat voidakseen rakentaa nykyistä suunnitelmallisempaa yhteistyötä yritysten kanssa. Lisäksi on syytä arvioida, miten tutkimuslaitosten ja korkeakoulujen osaamista voitaisiin hyödyntää entistä tehokkaammin yhteistyön käynnistämisessä, toteuttamisessa ja kehittämisessä.

LIITTEET

LIITE 1. Esimerkki TKI-toiminnan vuosikellosta

TKI-TOIMINNAN VUOSIKELLO

Vuosikellon tarkoitus - TKI-toiminnan vuosikello toimii tapahtumajärjestäjän ja kumppaneiden yhteisenä aikataulutuksen ja yhteistyön työkaluna jäsentäen tapahtuman ympärille rakentuvaa tutkimus-, kehittämis- ja innovaatiotoimintaa

Vuosikello tukee:

- tapahtumajärjestäjän kehittämistyötä
- yritys yhteistyötä ja pilotointoja
- systemaattista palautteen keruuta ja hyödyntämistä
- pitkäjänteistä tapahtumien ja palveluiden kehittämistä

