

B

Virpi Keränen & Jari Järviluoma (toim.)

AKTIVITEETTIMATKAILU KAINUUTA KEHITTÄMÄSSÄ Esimerkkejä TKI-toiminnasta



KAJAANIN
AMMATTIKORKEAKOULU
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Kajaanin ammattikorkeakoulu

University of Applied Sciences

Virpi Keränen & Jari Järviluoma (toim.)

**AKTIVITEETTIMATKAILU KAINUUTA
KEHITTÄMÄSSÄ
Esimerkkejä TKI-toiminnasta**

Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B

Raportteja ja selvityksiä 80

Yhteystiedot:

Kajaanin ammattikorkeakoulun kirjasto

PL 240, 87101 KAJAANI

Puh. 044 7157042

Sähköposti: amkkirjasto@kamk.fi

<http://www.kamk.fi>

Kannen kuva:

Kajaanin ammattikorkeakoulu

ISBN 978-952-7219-22-5

ISSN 1458-915X

Kajaani 2017

Sisällysluettelo

AKTIVITEETTIMATKAILUN OSAAMISALUE JA TKI-TOIMINTA.....	3
Mikko Keränen & Katri Takala	
EXERGAMING JA SMARTGYM -KONSEPTI	6
Kari Partanen	
PYÖRÄILLEN PUUKAUPUNGISSA -PROJEKTI	10
Sanna Pakkala-Juntunen	
TAVOITTEENA SAADA KOKO SUOMEN RESURSSIT KÄYTTÖÖN	13
Tarja Lukkari	
ESISELVITYS YLIMAAKUNNALLISEN YHTEISMARKKINOINNIN MAHDOLLISUUKSISTA.....	18
Jari Järviluoma & Virpi Keränen	
KAINUUN JA POHJOIS-POHJANMAAN MATKAILUTIETO -HANKE	25
Pekka Kauppila	
LIIKUNTATAPAHTUMIEN TALOUSVAIKUTUSTEN LASKENTAA EKA-HANKKEESSA.....	35
Jari Järviluoma	

AKTIVITEETTIMATKAILUN OSAAMISALUE JA TKI-TOIMINTA

Mikko Keränen, kehitysjohtaja, Kajaanin ammattikorkeakoulu

Katri Takala, koulutuspäällikkö, Kajaanin ammattikorkeakoulu

Liikunnan ja matkailun koulutukset muodostavat Kajaanin ammattikorkeakoulussa (KAMK) valtakunnallisesti ainutlaatuisen Aktiviteettimatkailun osaamisalueen. Liikunnan ja matkailun yhteiselle toiminnalle on saatu pohjaa erilaisista selvityksistä. Kauppilan (2016, 29) mukaan liikunta-alan yritystoimipaikkojen henkilötyövuodet ovat kasvaneet sadoilla, lukumäärä useilla sadoilla ja liikevaihto muutamalla sadalla miljoonalla Suomessa vuosina 2007–2014. Liikunta-alalla työllistytään siis yhä enemmän yrityksiin kuntasektorin kasvaessa varsin maltillisesti. Kauppila (2016, 35) kannustaa näin ollen liikunta-alan ja (matkailu)yrittäjyyden yhdistämiseen. Tämä onkin luontevaa, koska Suomen matkailuelinkeino on viime vuosina kasvanut ja kansainvälistynyt nopeasti. Matkailuklusterin arvioidaan vuonna 2025 työllistävän 180 000 henkilöä (Työ- ja elinkeinoministeriö 2015).

Aktiviteettimatkailun osaamisaluetta vahvistaa alojen tutkimus-, kehittämis- ja innovaatio-toiminta (TKI) ja liiketoimintapalvelut. TKI-toiminta on ollut keskeinen toiminnan muoto KAMK:n perustamisesta lähtien. Vuosien mittaan toiminta on vakiintunut, systematisoitunut ja tullut vahvaksi toiminnan tukijalaksi, jonka osuus niin henkilöstöstä kuin liikevaihdosta on neljäsosa. Vuositasolla erilaisia kehittämishankkeita on nykyisin menossa noin 45 jakautuen kaikille KAMK:n osaamisaloille.

Aktiviteettimatkailun osaamisalue tukee neljän muun osaamisalueen (Tietojärjestelmät, Sairaan- ja terveydenhoito, Kone- ja kaivostekniikka, Liiketoiminta ja innovaatiot) kanssa KAMK:n Älykkäät ratkaisut profiilia (teknologian hyödyntäminen ja kyky tehdä asioita oikein). Kullakin osaamisalueella on oma vahvuusala. Aktiviteettimatkailussa se on Elämykselliset aktiviteetit, joka tarkoittaa elämyksellisen ja liiketaloudellisesti kannattavan tuotteen tai palvelun kehittämistä liikunta- ja/tai matkailu-alalle. Vahvuusala tuetaan myös TKI-toiminnan avulla yhteistyössä kumppaneiden kanssa niin alueella, kansallisesti kuin kansainvälisestikin.

Aktiviteettimatkailussa TKI-toiminta on tärkeää. Erityisesti matkailun osuus toiminnassa on ollut suuri, mutta myös liikunnan kehittämishankkeita on vuosi vuodelta enemmän. Joinakin vuosina aktiviteettimatkailun osaamisalue on ollut suurin TKI-toiminnassa koko ammattikorkeakoulussa. Aktiviteettimatkailun TKI-toiminnassa pitkäjänteisinä teemoina ovat korostuneet matkailun aluevaikuttavuus- ja tapahtumatutkimukset, outdoors -aktiviteettien, kuten vaelluksen, wildlifen ja pyöräilyn toimintaympäristön kehittäminen, terveellisten elintapojen

edistäminen liikunnan avulla sekä yrityslähtöisten palvelujen ja tuotteiden kehittäminen. Nämä aktiviteettimatkailun teemat kuvastavat tiivistä kytköstä työelämään sekä hyvää tuntemusta toimialojen muutostrendeistä. Näiden lisäksi onnistunut TKI-toiminta perustuu vahvaan osaamiseen ja toimiviin verkostoihin sekä syvään alueellisten, kansallisten ja kansainvälisten strategisten valintojen sekä niitä tukevien rahoitusinstrumenttien tuntemukseen. Kaikki nämä tekijät ovat olleet hallussa aktiviteettimatkailun osaamisalueella. Se on taannut hyvän pohjan aluetta palvelevaan tutkimus- ja innovaatiotoimintaan.

KAMK24 strategiassa on linjattu ammattikorkeakoulun tulevaisuuden painotuksia. TKI-toiminnan kannalta linjauksista keskeisimpiä on kansainvälisyyden korostuminen. Se tarkoittaa osaamisen terävöittämistä, uusia kumppanuuksia ja myöskin riskin lisääntymistä TKI-toiminnassa. Aktiviteettimatkailussa on vuosien mittaan ollut useita eri kansainvälisiä ulottuvuuksia sisältäviä hankkeita mm. kestävään matkailuun sekä outdoors-, kulttuuri- ja venäläismatkailuun liittyen yhdessä yritysten kanssa. Koulutuksessa on ollut kehittämishankkeita eurooppalaisten korkeakoulukumppaneiden kanssa. Erasmus-ohjelma on ollut erittäin hyvä tapa toteuttaa kansainvälistä koulutuksen kehittymistä. Uusin kansainvälinen hanke on Advent-hanke (Adventure Tourism in Vocational Education and Training), jossa kehitetään yrityslähtöisesti elämyksellisten aktiviteettien tuotteita ja palveluja. Yritysten työntekijät saavat hankkeen aikana koulutusta aiheen tiimoilta. Hankkeen yhteistyökumppanit löytyvät Islannista, Skotlannista ja Suomesta.

Aktiviteettimatkailun TKI-toiminnan kansainvälistymisessä yksi kriittinen tekijä on kansainväliseen vientiin keskittyvien yrityskumppanien löytäminen. Ei yksin riitä, että ammattikorkeakoululla on omia vahvoja korkeakoulukumppaneita vaan tarvitaan aidosti kansainvälisiä, vientiorientoituneita alan yrityksiä, joiden kanssa yhdessä kehitetään ja innovoidaan palveluita sekä lisätään osaamista. Ilman näitä yrityksiä kansainvälisen TKI-toiminnan kehittäminen on hyvin haasteellista niin matkailussa kuin liikunnassakin.

Toinen merkittävä KAMK24 strategian linjaus on älykkäät ratkaisut profilaatio. Siinä keskitytään ratkaisuihin, jotka lisäävät kansainvälisen tason osaamista uusien liiketoimintamallien, palveluiden, innovaatioiden ja teknologioiden tuottamisessa. Älykkäät ratkaisut valinta on laittanut haasteen palveluvaltaisille matkailun ja liikunnan aloille. Asiassa on alkanut osaa- misalueella tapahtua. Älykäs liikuntasali on loistava esimerkki digitaaliteknologiaa hyödyntävästä oppimislaboratoriosta, jossa yhdistyy aktiviteettimatkailun osaaminen, yritysinnovaatiot sekä liikunta- ja matkailualan, sosiaali- ja terveystieteiden sekä tietojärjestelmien simulaatio- ja pelikehityksen opiskelijoiden osaaminen. Yhtenä tavoitteena on olla mukana kehittämässä Exergaming kokonaisuutta ja siihen liittyvää pedagogiikka. Exergaming on alue, jossa pelillisuus yhdistyy liikuntaan ja jossa tavoitteena on muun muassa motoristen taitojen ja fyysisten ominaisuuksien kehittäminen. Älykäs liikuntasali tulee enenevässä määrin olemaan keskeinen osa aktiviteettimatkailun TKI-toimintaa.

Kolmas KAMK24 strategian linjaus on opiskelijoiden roolin korostaminen. Tavoitteena on, että opiskelijat osallistuvat ja samalla luovat TKI-toimintaa KAMK:ssa opintojen eri vaiheissa. Kehittämishankkeet, harjoittelut sekä opinnäytetyöt ovat niitä käytännön työvälineitä, joiden kautta opiskelijat toteuttavat TKI-toimintaa. Samalla opiskelijat tuovat uusia ideoita ja innovaatioita, joita TKI-toiminta tarvitsee.

Lähteet

Kauppara, P. (2016). Liikunta-alan työpaikat ja talousvaikutukset Suomessa vuosina 2006-2014. *Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B Raportteja ja selvityksiä* 51. 34 s. Saatavilla osoitteesta: <http://www.theseus.fi/handle/10024/105945> (Viitattu 3.12.2017).

Työ- ja elinkeinoministeriö (2015). Yhdessä enemmän – kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun. *TEM Raportteja* 2/2015. Saatavilla osoitteesta: <http://tem.fi/documents/1410877/2735818/Matkailun+tiekartta+2015-2025.pdf/95521a94-5230-47c2-8dd7-bc7ff5bede04> (Viitattu 3.12.2017).

EXERGAMING JA SMARTGYM -KONSEPTI

Kari Partanen, liikunnan lehtori, Kajaanin ammattikorkeakoulu

Tausta

KAMK24 strategia, Älykkäät ratkaisut, profiloit Kajaanin ammattikorkeakoulun (KAMK) toimintaa teknologian hyödyntämiseen ja kykyyn tehdä asioita oikein. Aktiviteettimatkailun osaamisalueella tämä on kuvattu Elämyksellisten aktiviteettien vahvuusalana ja tällä tarkoitetaan elämyksellisten ja liiketaloudellisesti kannattavien tuotteiden tai palvelujen kehittämistä liikunta- ja/tai matkailualalle.

Liikunnan koulutuksessa hyvinvointiin ja terveyteen on osaltaan keskitytty jo koulutuksen alkuajoista vuodesta 2005 lähtien ja työelämän kanssa luotuihin osaamisvaatimuksiin on pyritty vastaamaan kattavasti ja niitä myös kehittäen. Teemat kuten liikuntamotivaatio ja -aktiivisuus, motoriset perustaidot ja teknologia ovat olleet liikunnan opintojaksojen sisällöissä mukana pitkään ja osittain niistä on muodostunut pohja nykyiselle, poikkialaiselle strategiallemme. Liikunnanohjaajakoulutuksen yleisenä tavoitteena on kehittyä liikunta-alan asiantuntijaksi. Koulutus pitää sisällään myös laajoja kokonaisuuksia vuorovaikutus- ja yhteistyötaidoista lähtien ja ulottuen mm. liikuntapalveluiden tuottamiseen, yrittäjyyteen sekä projektien/hankkeiden johtamiseen.

Exergaming

Exergaming (Exercise + gaming) on digitaalisen pelaamisen muoto, jossa liikunnallinen aktiivisuus yhdistyy videoon tai muuhun vastaavaan kuvaan ja jossa pelaajan aktiivinen liike määrittää pelaamisen tuloksellisuutta (Mueller et al. 2011). Exergaming määritellään myös videopelaamisen kokemuseräiseksi aktiivisuudeksi, jossa liikkumisen määrä/pelaaminen kehittää voimaa, tasapainoa ja liikkuvuutta (Oh & Yang 2010). Exergaming voidaan nähdä myös digitaalisena pelaamisena, jossa voima, tasapaino ja liikkuvuus määrittävät pelaamisen taso (Kari 2017). Uuden sukupolven peleissä teknologia mahdollistaa koko kehon liikkeiden tarkkuuden välittämisen suoraan ja tarkasti itse peliin. Tämän ansiosta motorinen taito pelaamisessa korostuu ja liikkeiden hallinta määrittää pelisuoritusta aivan kuten perinteisessäkin urheilussa. Toki lajinomaisuus, esimerkiksi paikallaan juoksu, eroaa aidosta suoritusmuodosta ja se ei vielä täysin vastaa aidon suorituksen kehittämistä, mutta toisaalta pelillisyyks voi tuoda mukanaan uusia muotoja yhdistää liikettä ja pelaamista. Näin myös motoriset taidot ja liikehallintakyvyt määrittävät entistä enemmän pelaamisen taso. Exergaming -alan kasvupotentiaalin myötä on yhteiskunnassa kasvava tarve tietojärjestelmille, joiden avulla

voitaisiin vaikuttaa ihmisten terveystyötytymiseen myönteisesti (Kari 2017). Pelillisuus ja viihde ovat avainkysymyksiä mietittäessä peliteknologian suosion kasvua tulevaisuudessa.

Athene -hankkeiden myötä KAMK:ssa jo olemassa ollut peliohjelmoinnin osaaminen yhdistyi liikunnalliseen hyötypelaamiseen ja simulaatioteknologiaan. Hankkeissa tuotettu osaaminen ja teknologia vahvistuivat entisestään ja kehittyivät osaksi koko ympäröivän alueen vahvuutta. Peliteknologian perinteet KAMK:ssa ja laatu ovat auttaneet liikunnallisen pelaamisen sulautumista osaksi uutta osaamisperustaisuutta, luoden näin kansallisesti ja kansainvälisesti ainutlaatuisen kokonaisuuden. Tähän peilaten Exergaming tarjoaa yhden persoonallisen opintopolun tulevaisuuden osaamistarpeeseen.

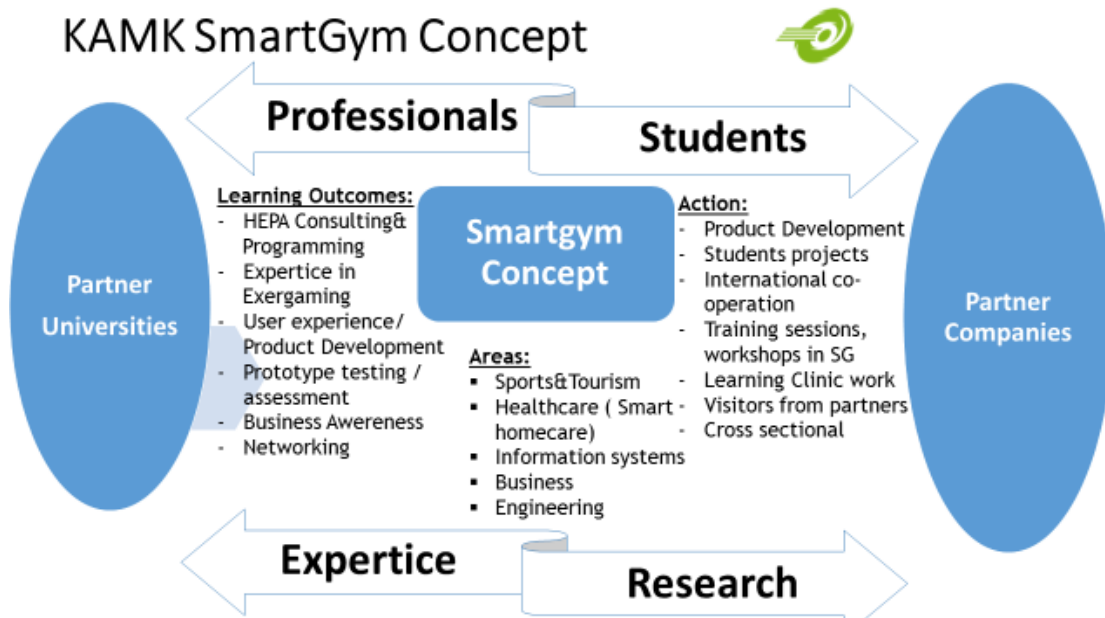
SmartGym

SmartGymillä tarkoitetaan ensisijaisesti Kajaanin ammattikorkeakoulun Taito2 -rakennuksessa olevaa tilaa, jossa aikaisemmin sijaitsi uima-allas. KAMK24 strategian myötä tähän tilaan suunniteltiin liikunnallinen ympäristö (2015-2016), jossa tekeminen keskittyy liikunnallisiin peleihin (kuva 1). Aloituvaiheessa tila kalustettiin CSE-Entertainmentin tuotteilla, joissa tavoiteltu sisältö vastaa tilankäytölle asetettuja tavoitteita, mutta tulevaisuuden tavoitteena on tuottaa sisältöä tilaan myös KAMK:n sisäisissä opiskelijaprojekteissa.



Kuva 1. SmartGym on tarkoitus toimia monialaisena oppimisympäristönä, jossa opiskelijavetoisesti toteutetaan ja hyödynnetään uutta peliteknologiaa erilaisille kohderyhmille.

SmartGym -konseptilla tarkoitetaan puolestaan toimintamallia, jossa liikunnallinen peliteknologia yhdistetään monialaisesti palvelutuotantoon ja tuotekehitykseen (kuva 2).



Kuva 2. SmartGym -konseptin toiminta-ajatus.

Tuotteistus, markkinointi, liikunta ja terveyden edistäminen ulottuvat näin muillekin osaisaloille ja tukevat KAMK:n Älykkäät ratkaisut -strategiaa luontevasti. SmartGym -konsepti on myös toiminnallinen kokonaisuus, jossa uudentyyppinen oppimisympäristö tarjoaa mahdollisuuden osaamisen kehittymiselle tuottaen samalla uutta osaamista peliteknologian hyödyntämiseen liikunnallisessa kontekstissa. Työelämäyhteistyö on kiinteä osa konseptia ja yksityisen sektorin osaaminen sekä liike-elämän ilmiöt ja tarpeet ohjaavat SmartGym -konseptin opiskelijaprojekteja. Paikallisen yrityksen kanssa tehtävä yhteistyö luo perusteet asiantuntijuuden kehittymiselle helpon lähestyttävyyden ja joustavan yhteistyön ansiosta. Näin opiskelijat ovat jatkuvassa vuorovaikutuksessa työelämän kanssa ja ovat mukana kehittämässä Exergamingiä niin tuotteiden, käytettävyyden kuin liiketoiminnan näkökulmasta. Tästä konkreettisin esimerkki on syksyllä 2017 toteutettu Exergaming Championship Tour yhdessä SuperParkin kanssa.

Lopuksi

Exergaming on vauhdilla kasvava ala, jossa teknologian kehittyessä avautuu mahdollisuuksia myös uusille kohderyhmille ja niiden käytettävyydelle. Liikunnallisia pelejä on tutkittu lähinnä liikkumisen terveydellisten hyötyjen alueella, mutta ylipäätään tutkittua tietoa tarvitaan lisää etenkin viihteen ja terveyden yhdistävästä näkökulmasta. Viihde ei ole ollut perinte-

sessä tutkimuksen kentässä kovinkaan paljon tutkittu alue (Baranowski 2017). Voisiko siis viihteellä olla tulevaisuudessa entistä merkittävämpi rooli terveyden edistämässä ja voiko se olla seuraava suuri kehitysaskel parempaan kansanterveyteen?

Lähteet

Baranowski, T. (2017). Exergaming: Hope for future physical activity? or blight on mankind? *Journal of Sport and Health Science* 6: 44-46.

Kari, T. (2017). Exergaming Usage: Hedonic and Utilitarian Aspects. *Jyväskylä Studies in Computing* 260. 87 s.

Mueller, F., Edge, D., Vetere, F., Gibbs, M. R., Agamanolis, S., Bongers, B., & Sheridan, J. G. (2011). Designing Sports: A Framework for Exertion Games. Julkaisussa: *Proceedings of the 29th Annual Conference on Human Factors in Computing Systems*. s. 2651–2660.

Oh, Y., & Yang, S. (2010). Defining exergames & exergaming. Julkaisussa: *Proceedings of the Meaningful Play*. s.1-17.

PYÖRÄILLEN PUUKAUPUNGISSA -PROJEKTI

Sanna Pakkala-Juntunen, liikunnanohjaaja, Kajaanin ammattikorkeakoulu

Kajaanin kaupunki käynnisti alkuvuodesta 2017 Pyöräillen puukaupungissa -projektin, joka toteutettiin yhteistyössä Kajaanin ammattikorkeakoulun (KAMK) kanssa in house -hankintana. Projektin tavoitteena oli muun muassa lisätä kajaanilaisten pyöräilyä hankkimalla yhteiseen käyttöön kaupunkipyöriä, järjestämällä erilaisia pyöräilytapahtumia sekä aktiivimalla kouluja ja työpaikkoja pyöräilyn pariin mm. kilometrikisan avulla. Lisäksi kaupunki halusi lisätä myönteistä mielikuvaa ja tuoda Kajaania esille puukaupunkina, nostaten projektin myötä esille Kajaanin vanhoja sekä myös uudempia puurakennuskohteita.

Projektin aikana hankittiin kahdeksan polkupyörää kaupunkilaisten käyttöön sekä lanseerattiin eri mittaisia pyöräilyreittejä kaupunkialueelle. Pyörien valinnassa otettiin huomioon monenlaiset polkijat: miesten ja naisten mallin pyöriä hankitaan molempia kaksi kappaletta sekä vaihteettomia nuorisopyöriä neljä kappaletta. Myös pienemmät lapset huomioitiin hankkimalla pyöriin lasten istuimia. Yksi pyöristä oli Energiayhtiö Loisten sponsoroima sähköistetty Loiste-pyörä. Kaikille pyörille suunniteltiin yhtenäinen ilme, jotta ne erottuvat kaupunkikuvasta. Kaupunkipyöriä lainattiin kesän aikana yhteensä n. 100 kertaa.



Kuva 1. Kaupunkipyörien lainauspiste Kajaanin kauppatorilla (kuva: Ronja Mattila).

Pyörien hankinnan ohella oli mietittävä, kuinka pyörien lainausta toteutetaan, jotta se palvelee kaupunkilaisia parhaalla mahdollisella tavalla. Useiden vaiheiden jälkeen kaupunki-pyörien lainaustoiminta päädyttiin toteuttamaan KAMK:n NY Start up -opintojakson myötä syntyneiden opiskelijayritysten kautta. Nuorten yrittäjien mukaan tuleminen toimintaan nähtiin uusien yritysten syntyä ja nuorten työllisyyttä edistävänä toimenpiteenä. Tämän lisäksi lainaustoiminnalle saatiin kasvot ja opiskelijat pääsivät verkostoitumaan kaupungin toimijoiden ja muiden alueen yrittäjien kanssa. Opiskelijayrittäjien tehtäviin kuului kesän ajan lainauspisteen toiminta, pyörien kevyt huoltaminen sekä tapahtumien ja markkinoinnin suunnittelu yhteistyössä projektipäällikön ja yhteistyökumppaneiden kanssa.



Kuva 2. Energiayhtiö Loisten sponsoroima sähköpyörä (kuva: Satu Pyykkönen).

Projektille suunniteltiin viisi erilaista pyöräilyreittiä, joista jokaisella reitillä esiteltiin kajaani-laista puurakentamista. Reitit olivat ladattavissa mobiililaitteisiin ActionTrack -pelisovelluksella ja reiteille suunniteltiin pelillisiä elementtejä pyöräilijöiden aktivoimiseksi; matkailijoille ja kaupungin historiasta kiinnostuneille suositeltiin reittiä, joka rakentuu Kajaanin keskusta-alueen vanhojen puurakennusten ympärille ja lapsiperheille suunniteltiin oma reitti, joka motivoi koko perhettä liikkumaan yhdessä pyöräillen. Pelillistämistä sekä mobiiliappia oli suunnittelemassa ja toteuttamassa ammattikorkeakoulun pelialan opiskelijat.

Mielikuvaa Kajaanista puukaupunkina edistettiin myös järjestämällä kolme puurakentamiseen liittyvää luentoa, joissa luennoitsijoina olivat paikallista historiaa ja arkkitehtuuria tuntevat asiantuntijat Reijo Heikkinen ja Rauni Laukkanen sekä valtakunnallisestikin talotohto-

rina tunnettu Panu Kaila. Luennot järjestettiin yhteistyössä aikuis- ja täydennyskoulutuspalveluja tarjoavan Aikopan kanssa.

Projektin aikana toteutettiin koulutapahtumia Kajaanin alueella kuudelle koululle. Kaiken kaikkiaan näihin osallistui n. 700 oppilasta perusopetuksesta. Koulutapahtumia oli toteuttamassa KAMK:n liikunnanohjaajaopiskelijat osana opintojaan. Koulutapahtumien suunnittelu tehtiin yhteistyössä Pyöräilykuntien verkoston ja Liikenneturvan kanssa, joista molemmista tuli kouluttajia KAMK:lle kertomaan toiminnastaan ja huomioon otettavista seikoista koulutapahtumia järjestettäessä. Työyhteisöjä aktivoitiin pyöräilyyn valtakunnallisen Kilometrikisan avulla, johon lopulta lähti mukaan 18 erilaista yhteisöä.

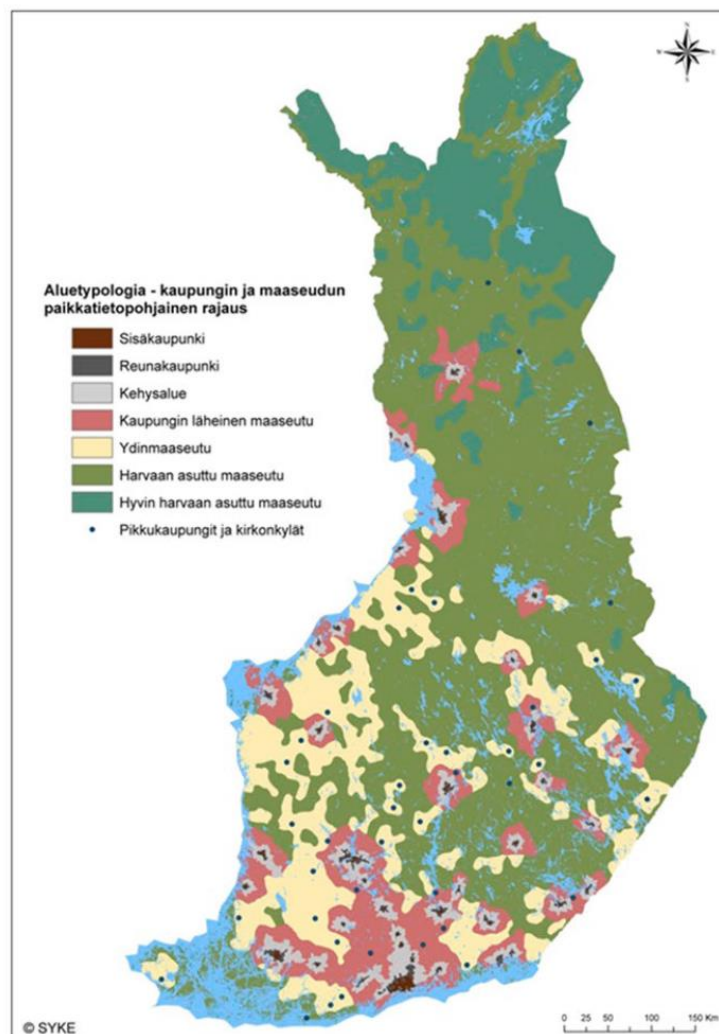
Projektin yhtenä osana järjestettiin erilaisia pyöräilyteemaisia maksuttomia tapahtumia. Ensimmäinen tapahtuma oli Valtakunnallinen pyöräilyviikon avaustapahtuma 6.5.2017, joka järjestettiin KAMK:n aktiviteettimatkailevan opiskelijoiden toimesta. Tapahtumassa lanseerattiin kaupunkipyörät sekä pyöräilyreitit. Projekti päätettiin 22.9.2017, jolloin vietettiin eurooppalaista liikkujan viikkoa sekä valtakunnallista Autotonta päivää. Aktiviteettimatkailevan opiskelijat järjestivät toiminnallisen pyöräsuunnistuksen kaupunkilaisille osana opintojaan. Projektin aloitus- ja päätöstapahtuman lisäksi järjestettiin useita muitakin tapahtumia pitkin kesää, kuten kahdeksan yhteispyörälenkkiä, jotka toteutettiin yhteistyössä Kajaanin Ladun, Energiayhtiö Loisteen sekä Kainuun Liikunnan kanssa sekä lapsiperheille liikenneturvallisuu-teen liittyvä tapahtuma. Projektin eri tapahtumiin (luennot ja pyöräilytapahtumat) osallistui kesän aikana yhteensä n. 500 hlöä. Yllä mainittujen tapahtumien lisäksi pyörät näkyivät Kajaanin muissa tapahtumissa, kuten markkinakadulla sekä Linnanvirta -tapahtumassa.

TAVOITTEENA SAADA KOKO SUOMEN RESURSSIT KÄYTTÖÖN

Tarja Lukkari, erityisasiantuntija, Kajaanin ammattikorkeakoulu

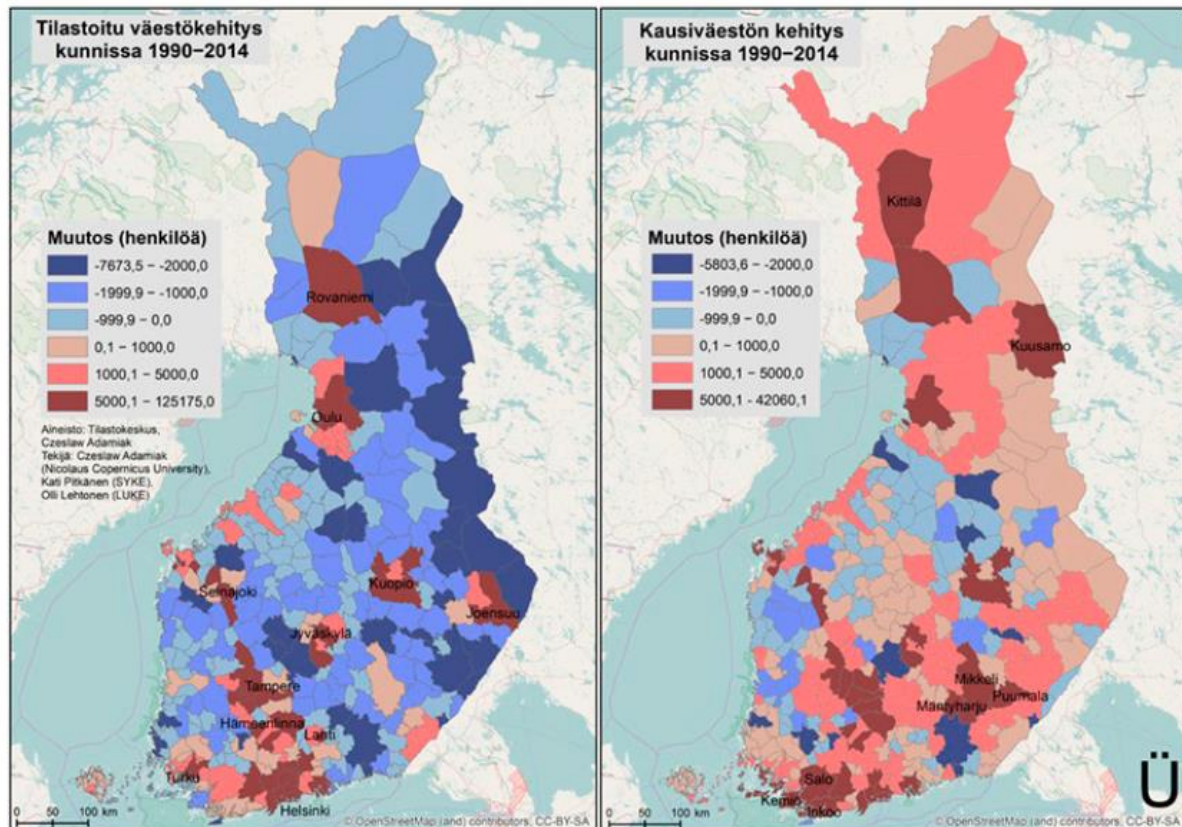
Harvaan asuttu maaseutu merkityksellinen osa Suomea

Harvaan asutun maaseudun alue kattaa 68 % koko Suomen pinta-alasta, mutta vain 5,3 % väestöstä (kuva 1). Harvaan asutulla maaseudulla sijaitsee valtaosa Suomen luonnon aineellisista ja aineettomista raaka-aineista. Toisaalta aluetta on leimannut pitkään jatkunut väestön väheneminen ja vanheneminen, huoltosuhteen heikkeneminen ja palvelujen – mukaan lukien koulutuksen – keskittyminen. Aiemmin ongelmana ollut työpaikkojen väheneminen on nousukauden myötä vaihtunut osin työvoiman rekrytointiongelmaksi.



Kuva 1. Suomen kaupunki-maaseutu-alueuokitus (Helminen ym. 2014, s. 10).

Maaseutupolitiikan professori Hilikka Vihisen (2017) mukaan harvaan asutun maaseudun alue laajenee alueellisesti tulevaisuudessa lisää. Mielenkiintoista on, että ihmiset asuvat tällä hetkellä hajanaisemmin kuin tekevät töitä. Toinen mielenkiintoinen piirre on kausiväestön lisääntyminen vakituisen väestön vähentyessä, mikä tulisi ottaa huomioon alueen maankuntaohjelmissa (kuva 2).



Kuva 2. Kausiväestökartta (Adamiak, Pitkänen & Lehtonen 2016, s. 11).

Harvaan asutun maaseudun resurssit ovat keskiössä Sitran syksyllä 2016 julkaisemassa kiertotalouden tiekartassa (Sitra 2016). Maaseudun elinvoimaisuutta, ympäristön säilymistä, luonnonvarojen hallitsemista, kannustamista ilmastotoimenpiteisiin sekä osaamisen ja innovaatioiden vauhdittamista korostetaan Corkin julkilausumassa ”Parempi elämä maaseutualueilla” (Euroopan unioni 2016). Lisäksi siinä otetaan kantaa politiikkatoimenpiteiden ja niiden vastuullisuuden parantamiseen. Tulevassa koheesipolitiikassa harvaan asutuilla alueilla tulisi olla erityisasema. Arktisten alueiden merkitys kasvaa tulevaisuudessa ja Pohjois-Suomesta löytyvää arktisella alueella toimimiseen liittyvää osaamista tulee hyödyntää. Tätä tukee myös OECD:n raportti, jossa todetaan, että Suomen, Ruotsin ja Norjan pohjoisten alueiden geopolittisen ja taloudellisen merkityksen kasvavan kansallisesti ja EU:ssa lähitulevaisuudessa (OECD 2016).

Harvaan asutun maaseudun verkosto nostaa alueen erityispiirteet päätöksenteoon

Alueen merkityksellisyyden vuoksi Suomen hallituksen asettama Maaseutupolitiikan neuvosto (MANE) valitsi Harvaan asutun maaseudun (HAMA) verkoston yhdeksi viidestä teema-verkostostaan. MANE tukee valtioneuvostoa poikkihallinnollisissa ja strategisesti tärkeissä maaseutupoliittisissa kysymyksissä sekä johtaa ja linjaa maaseutupolitiikan toteutumista. Neuvostossa on mukana 35 jäsentä, jotka edustavat toimijoita yhteiskunnan kolmelta eri sektorilta paikallisesta tasosta kansalliseen. Neuvostoa johtaa maaseutupolitiikasta vastaava maa- ja metsätalousministeri Jari Leppä. Varapuheenjohtajana toimii aluepolitiikasta vastaava elinkeinoministeri Mika Lintilä.

Harvaan asutun maaseudun verkoston päätehtävinä on Harvaan asuttujen alueiden erityispiirteiden esiin nostaminen kansallisessa ja kansainvälisessä politiikassa, päätöksenteossa ja ohjelmissa sekä Harvaan asutun maaseudun kehittämisstrategian 2017-2020 (Lukkari 2017) toteutumisesta huolehtiminen.

Maaseutuvaikutusten arviointimenetelmä käyttöön päätöksenteossa

Politiikkatoimenpiteiden vaikutukset ovat voimakkaimmat harvaan asutulla maaseudulla, mistä syystä alueen erityisolosuhteet tulee huomioida jo valmisteluvaiheessa. Ajankohtaisimpia toimenpiteitä ovat maaseutuvaikutusten arvioinnin edistäminen meneillään olevissa alueuudistuksissa. Tällä hetkellä sote- ja maakuntauudistuksen maaseutuvaikutuksia arvioidaan mm. Kainuussa ja Pirkanmaalla Kuntaliiton hallinnoimassa hankkeessa.

Parlamentaarinen työryhmä luo yhteistyötä yli puoluerajojen

Toinen keskeinen tehtävä vuonna 2018 tulee olemaan HAMA-verkoston aloitteesta valtioneuvoston asettaman Harvaan asutun maaseudun parlamentaarisen työryhmän toiminnan edistäminen: HAMA-verkoston erityisasiantuntija toimii työryhmän sihteerinä ja verkoston asiantuntijaryhmän puheenjohtaja työryhmän varapuheenjohtajana.

Harvaan asutun maaseudun parlamentaarisen työryhmän tehtävänä on esittää konkreettisia toimenpide-ehdotuksia ja hakea poliittista yhteisymmärrystä harvaan asutun maaseudun potentiaalin saamiseksi täysimääräisesti käyttöön. Työryhmä tarkastelee verohuojennuksiin ja alueellisiin tukiin liittyviä mahdollisuuksia sekä selvittää, voitaisiinko maaseutuvaikutusten arviointityökalun käyttö asettaa velvoittavaksi harvaan asutuilla alueilla. Parlamentaarisen työryhmän työn pohjana käytetään mm. Harvaan asutun maaseudun kehittämisstrategiaa 2017-2020 (Lukkari 2017) sekä Ruotsin hallituksen 2015 asettaman parlamentaarisen maaseutukomitean esittämiä ehdotuksia (För Sveriges landsbygder ... 2017). Ruotsin esityksen 75 ehdotukseen sisältyy mm. 100% rakennettu digitaalinen infrastruktuuri, korkeamman

koulutuksen saatavuus alueilla, valtiollisten työpaikkojen alueellistaminen sekä innovaatiota ja vientiä edistäviä toimia.

Harvaan asutun maaseudun parlamentaarinen työryhmä aloitti työnsä 20.11.2017 ajatuksella, että paikallisesti tulee kehittää omia fiksua ratkaisuja ja keinot on räätälöitävä alueellisesti.

Työryhmän työ jatkuu helmikuussa 2018 Infrastruktuuri ja digitalisaation hyödyntäminen -teemalla. Myöhemmin tulevia teemoja ovat (2) uudistuva, innovatiivinen ja verkottunut yritystoiminta; (3) luonnon ja raaka-ainevarojen hyödyntämien ekologisesti kestävästi niin, että siitä jää lisäarvoa harvaan asutulle maaseudulle ja (4) julkisten palveluiden tuottaminen uusien palvelumuotojen ja kumppanuuden kautta Harvaan asutun maaseudun strategian teemojen mukaan.

HARVAAN ASUTUN MAASEUDUN VERKOSTO

www.maaseutupolitiikka.fi

<https://www.facebook.com/harvaanasuttu/>

Hallinnoija:	Kajaanin ammattikorkeakoulu
Toimikausi:	1.4.2017 – 31.3.2020
Erytisiantuntija:	Tarja Lukkari, KAMK
Asiantuntijaryhmä:	Toiminnan tukena laajapohjainen asiantuntijaryhmä, puheenjohtaja kunnanjohtaja Tytti Määttä
Tehtävät:	Nostaa esiin harvaan asuttujen alueiden erityispiirteitä kansallisessa ja kansainvälisessä politiikassa, päätöksenteossa ja ohjelmissa
Strategia:	Laati Harvaan asutun maaseudun kehittämisstrategian 2017-2020 ja huolehtii sen toteutumisesta
Hankekumppani:	Kainuun Nuotta ry

Lähteet

Adamiak, C., Pitkänen, K. & Lehtonen, O. (2016). Seasonal residence and counterurbanization: the role of second homes in population redistribution in Finland. *GeoJournal*.

Euroopan unioni (2016). CORK 2.0 -julistus. Parempi elämä maaseutualueilla. Saatavilla osoitteesta: https://enrd.ec.europa.eu/sites/enrd/files/cork-declaration_fi.pdf (Viitattu 5.12.2017).

För Sveriges landsbygder – en sammanhållen politik för arbete, hållbar tillväxt och välfärd (2017). *Statens Offentliga Utredningar* 2017:1. 285 s. Saatavilla osoitteesta: <http://www.regeringen.se/rattsdokument/statens-offentliga-utredningar/2017/01/sou-20171/> (Viitattu 5.12.2017).

Helminen, V., Nurmio, K., Rehunen, A., Ristimäki, M., Oinonen, K., Tiitu, M., Kotavaara, O., Antikainen, H. & Rusanen, J. (2014). Kaupunki-maaseutu-alueuokitus. *Suomen ympäristökeskuksen raportteja* 25/2014. 60 s.

Lukkari, T. (2017). Harvaan asuttu maaseutu – mahdollisuuksia täynnä. Harvaan asutun maaseudun kehittämisstrategia 2017–2020. *Maa- ja metsätalousministeriön julkaisu* 4/2017. 68 s. Saatavilla osoitteesta: <http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/79506> (Viitattu 5.12.2017).

OECD (2016). Territorial Reviews: Northern Sparsely Populated Areas. Saatavilla osoitteesta: <http://www.oecd.org/publications/oecd-territorial-reviews-the-northern-sparsely-populated-areas-9789264268234-en.htm> (Viitattu 5.12.2017).

Sitra (2016). Kierrolla kärkeen – Suomen tiekartta kiertotalouteen 2016–2025. *Sitran selvityksiä* 117. 55 s. Saatavilla osoitteesta: <https://www.sitra.fi/julkaisut/Selvityksi%C3%A4-sarja/Selvityksia117.pdf> (Viitattu 5.12.2017).

Vihinen, Hilikka (2017). Esitys 20.11.2017. Julkaisematon.

ESISELVITYS YLIMAAKUNNALLISEN YHTEISMARKKINOINNIN MAHDOLLISUUKSISTA

Jari Järviluoma, matkailututkija, Kajaanin ammattikorkeakoulu
Virpi Keränen, TKI-suunnittelija, Kajaanin ammattikorkeakoulu

Johdanto

Esiselvityksen päätavoitteena oli hahmottaa matkailuyrittäjien kiinnostusta osallistua kainuulaisittain poikkeuksellisen laaja-alaiseen, laajimmillaan koko Barentsin alueen kattavaan kansainvälisen matkailun yhteismarkkinointihankkeeseen. Esimerkkinä tällaisesta yhteishankkeesta käytettiin Pohjois-Skandinavian alueella 2015-2018 toteutettavaa Visit Arctic Europe -projektia, joka Lapin Matkailuelinkeinon Liiton hallinnoimana keskittyy alueen yhteismarkkinointiin ja sitä tukeviin toimenpiteisiin (Finnish Lapland Tourist Board ry 2017). Esiselvityksen toisena tavoitteena oli kartoittaa yleisemminkin matkailuyrittäjien näkemyksiä Kainuun matkailun kansainvälistämisestä, yhteismarkkinoinnista ja viennin edistämisestä.

Esiselvitys toteutettiin haastatteleamalla Kainuun matkailualueiden edustajia sekä muutamia kokeneita matkailuyrittäjiä. Kainuulaisten lisäksi haastateltiin Visit Arctic Europe -hankkeen asiantuntija. Esiselvityksen toteutuksen mahdollisti Kainuun liiton myöntämä AIKO-rahoitus (Alueelliset innovaatiot ja kokeilut), jolla liitto hakee ratkaisuja ja kokeiluja maakunnan aluekehittämishaasteisiin.

Tähän artikkeliin on koottu esiselvityksen keskeisimmät tulokset. Esiselvitys *Kainuun osallistuminen Barentsin alueen matkailun yhteismarkkinointiin* löytyy kokonaisuudessaan Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarjasta (Järviluoma & Keränen 2017).

Näkemykset Kainuun kansainvälisen matkailun tilannekuvasta

Yleinen käsitys haastateltavien keskuudessa oli, että venäläismatkailua lukuun ottamatta Kainuun kansainvälinen matkailu on kokonaisuutena toistaiseksi mittasuhteiltaan kovin vaatimatonta. Eräänä syynä tähän pidettiin tuodittautumista omatoimimatkailuun. Kotimainen perhematkailija – ja nykyään usein myös venäläismatkailija – on omatoiminen, eikä käytä kansainvälisen matkailun kehityksen edellyttämiä ohjattuja ohjelmapalveluja. Toisaalta esimerkiksi Vuokatissa kotimaan kysyntä on pysynyt hyvällä tasolla, eikä pakottavaa tarvetta kansainvälisten markkinoiden avaamiseen ole välttämättä edes ollut. Kotimaanmatkailun kasvun tasaantuminen sekä Lappiin suuntautuvan ulkomaisen matkailun nopea kasvu ovat kuitenkin viime aikoina herättäneet uudella tavalla myös kainuulaisia matkailutoimijoita

alueen matkailun kansainvälistämiseen, mistä ovat osoituksena Kainuussa meneillään olevat matkailun vientihankkeet.

Tilannekuvaan liittyen haastateltavia pyydettiin kuvailemaan Kainuun heikkouksia ja vahvuuksia kansainvälisen matkailun näkökulmasta. **Heikkouksina** pidettiin hankalaa liikenteellistä saavutettavuutta, asiakaskapasiteetin niukkuutta, tuotepakettien vähäisyyttä ja markkinointiosaamisen puutetta. Arviot heikkouksista vaihtelivat matkailualueittain, esimerkiksi Paljakan alueella matkailun kansainvälistymisen esteet tai hidasteet koettiin osin erilaisiksi kuin Vuokatissa.

Kainuun saavutettavuus kansainvälisen matkailun heikkoutena koskee erityisesti lentoyhteyksiä. Eräs vastaaja tosin pohdiskeli, johtuuko Kainuun kansainvälisen matkailun kehittymättömyys lentoyhteyksien vähäisyydestä vai lentoyhteyksien vähäisyys kansainvälisen matkailun kehittymättömyydestä. Kajaanin kentän lentoyhteyksien parantamisen lisäksi jotkut haastateltavista nostivat esille Oulun lentoaseman tarjoamat mahdollisuudet Kainuun matkailulle. Etäisyyttä Oulun lentoasemalle ei pidetty kohtuuttomana varsinkaan silloin, jos jatkokuljetukset Kainuun kohteisiin järjestettäisiin sujuvasti bussilla tai junalla tai molemmilla.

Kainuun kansainvälisen matkailun heikkoutena pidettiin myös kapasiteetin vähyyttä. Muualla kuin Vuokatissa isoja matkailijamääriä ei välttämättä pystytä samanaikaisesti palvelemaan, mihin ehdotettiin ratkaisuksi matkailijoiden kierrättämistä porrastetusti maakunnan eri matkailukohteissa. Vuokatin tapauksessa ohjelmanpalvelujen kapasiteettia on erään haastateltavan mukaan mahdollista lisätä vastaavalla porrastusperiaatteella: useammaksi päiväksi tuleva matkailijaryhmä jaetaan pienempiin ryhmiin, jotka yhtenä päivänä vierailevat esimerkiksi husky-farmilla, toisena päivänä moottorikelkkailevat ja kolmantena päivänä harrastavat lumikenkäilyä.

Useampikin haastateltu piti matkailun kansainvälistämisen haasteena tuotteiden paketoimista. Majoittumiset, ruokailut ja ohjelmat tulisi olla nykyistä enemmän tarjolla valmiina paketeina, joita on helppo myydä kansainvälisille matkanjärjestäjille. Tuotteistamisessa mallia voitaisiin ottaa Wild Taigan rakentamista tuotepaketeista.

Neljäs esille tullut matkailun kansainvälistämisen ongelma-alue on ollut kansainvälisen markkinoinnin puute. Kainuun matkailu on kokonaisuutena ottaen menestynyt hyvin kotimaanmarkkinoilla, eikä lisäkysyntää ole suuressa mitassa tarvinnut hakea ulkomaan matkailijoista. Näin ollen alueelle ei ole kertynyt riittävästi kokemusta ja osaamista matkailumarkkinoinnin kansainvälisillä areenoilla toimimisesta.

Haastateltujen mielestä Kainuun kansainvälisen matkailun vaisuhko kehitys ei johdu siitä, etteikö maakunnassa olisi ulkomaisia matkailijoita kiinnostavia kohteita ja vetovoimatekijöitä. Kansainvälisen matkailun kannalta Kainuun **vahvuuksiksi** nimettiin yleisimmin luonto ja luontoaktiviteetit (eläintenkatseilu usein erikseen mainittuna) sekä liikunta- ja urheilumahdollisuudet.

Kainuun tarjoamia mahdollisuuksia kansainväliselle luonto-, wildlife-, liikunta- ja urheilumatkailulle tukee hyvin se, että Kainuu koetaan maailmalla turvalliseksi matkailukohteeksi. Vuokatin osalta kotimaanmatkailun myötä syntynyt majoituskapasiteetti ja muu perusinfrastrukturi nähtiin niin määrältään kuin laadultaankin selkeänä vahvuutena kansainvälistä matkailua edistettäessä.

Kainuun kansainvälisen matkailun edistämishankkeet

Kainuussa oli vuonna 2017 meneillään neljä kansainvälisen matkailun vientihanketta. Näistä budjetiltaan selvästi suurin on Sotkamon kunnan hallinnoima *Vauhtia Vuokatin (Kajaani-Oulujärvi) kv. matkailuun* -hanke (Sotkamon kunta 2017). Muita kansainvälisen matkailun edistämishankkeita ovat Kainuun Etu Oy:n hallinnoimat hankkeet *Yhteistä kasvua Vuokatin matkailuun Keski-Euroopasta* (Kainuun Etu Oy 2017a) ja *Uutta vetovoimaa Ukkohalla-Paljakan alueen matkailun kehittämiseen aktiivisen kansainvälistymisen kautta* (Kainuun Etu Oy 2017b). Neljäs kainuulainen kansainvälisen matkailun edistämishanke oli Idän Taiga ry:n toteuttama jo päättyneenä *Uudet Wild Taiga alueet* -hanke (Idän Taiga ry 2017).

Haastateltujen mielipiteet jakautuivat sen suhteen, onko neljä samanaikaista ja osin saman sisältöistäkin hanketta hyvä vai huono asia. Joidenkin haastateltujen mielestä olisi järkevämpää, että maakunnassa olisi yksi suuri matkailun vientihanke, joka palvelisi kaikkia matkailualueita. Jotkut taas näkivät erillisissä hankkeissa hyviä puolia esimerkiksi sikäli, että paikallisten hankkeiden avulla pystytään paremmin vastaamaan yksittäisten matkailuyrittäjien tarpeisiin.

Toinen ja ehkä tärkein perustelu usealle rinnakkaiselle vientiprojektille juontuu epävarmuudesta, kohdistuisiko vaihtoehdoisen koko maakunnan kattavan yhteishankkeen hyödyt omalle matkailualueelle vai muille hankkeessa mukana oleville alueille. Yhteishankkeeseen osallistuminen edellyttäisi toisin sanoen ainakin jonkin asteista varmuutta siitä, että hankkeesta saatavat hyödyt jakautuisivat tasapuolisesti suhteessa kunkin alueen omaraahoitusosuuksiin. Kysymys nousee pintaan varsinkin silloin, jos yhteishankkeessa mukana olevien tahojen – olivat ne sitten yrityksiä tai matkailualueita – koko poikkeaa toisistaan merkittävästi.

Edellistä sivuten eräs haastateltu kertoi oman käsityksensä siitä, miksi maakunnassa on päädytty neljään rinnakkaiseen matkailun vientihankkeeseen yhden sijasta. Syy on hänen mielestään perimmiltään (alue)poliittinen. Hankerahoista päättävät poliitikot, ja jos poliitti-

nen tahtotila olisi rahoittaa vain yhtä koko maakunnan kattavaa vientihanketta, niin silloin ei olisi kuin yksi isompi vientihanke.

Kainuun liittyminen Visit Arctic Europe -alueeseen?

Haastattelujen perusteella ei jäänyt epäselvyyttä siitä, etteikö yhteistyötä tarvittaisi kansainvälisen matkailun edistämiseksi. Monet haastatelluista korostivat laaja-alaisen yhteistyön merkitystä ja arvioivat yksittäisen matkailualueen ja koko Kainuunkin resurssit riittäväksi tehokkaaseen ulkomaanmarkkinointiin.

Toisaalta yhteistyön laajuudellekin nähtiin olevan rajansa, mikä koskee sekä toimijoiden lukumäärää että maantieteellisen alueen kokoa. Toimijoiden määrän kasvaessa eri tahojen intressien huomiointi vaikeutuu, mikä pätee periaatteessa kaikkeen yhteistyöhön. Maantieteellisesti laaja yhteistyöalue on usein tarjonnaltaan monipuolinen, mutta samalla sillä tulisi olla selkeä yhteinen nimittäjä. Esimerkkinä käytetyn Visit Arctic European osalta haastatellut pohtivatkin, mitä yhteistä Kainuulla olisi Lapin, Pohjois-Ruotsin ja Pohjois-Norjan kanssa.

Yhteistyöalueen laajuudesta keskusteltaessa useita haastateltuja mietitytti mahdollinen Lappi-yhteistyö ja sen tarjoamat mahdollisuudet. Lappi-yhteistyötä puoltavana asiana pidettiin Lapin kansainvälisen matkailun voimakasta kasvua, josta Kainuukin voisi hyötyä yhteistyötä tekemällä ja ylivuotojen vastaanottajana. Toisaalta monet puntaroivat asiaa maantieteellisten rajojen ja alueidentiteetin kannalta. Kainuu ei faktisesti ole Lappia eikä edes sen rajanaapuri, ja ainakin kotimaan tasolla maakunnat eroavat myös imagollisesti toisistaan. Jotkut epäilivät Lapin ja Kainuun markkinointiyhteistyön mahdollisuutta palauttamalla miehen keskustelun, jota on käyty Kuusamon osallisuudesta Lappi-brändiin.

Yksi haastateltu esitti vaihtoehtona Lapille yhteistyötä Oulun ja Pohjois-Pohjanmaan kanssa, mitä joitakin vuosia sitten pyrittiinkin rakentamaan Pohjola Arctic -konseptilla siinä tosin täysin onnistumatta. Potentiaalisena yhteistyötahona pidettiin niin ikään Järvi-Suomea.

Haastattelujen kuluessa ilmeni lopulta sellaisiakin näkemyksiä, että yhteistyöalueen maantieteellinen raja ei ole välttämättä kovinkaan relevantti kysymys – ainakaan kansainvälisen matkailijan perspektiivistä. Ulkomaisille matkailijoille on pääasia, että matkakohteesta löytyvät pohjoisuuteen liittyvät vetovoimatekijät, joita he matkaltaan hakevat. Alueiden hallinnolliset rajat ovat siten sivuseikkoja.

Mitä toimenpiteitä laajan vientihankkeen tulisi sisältää?

Usean haastatellun mielestä laajaan vientihankkeeseen tulisi kuulua Kainuun liikenteellistä saavutettavuutta parantavia toimenpiteitä. Lentoyhteydet ovat elintärkeitä kansainväliselle

matkailulle ja niiden kehittäminen – tapahtui se sitten Kajaanin tai Oulun lentoaseman kautta – olisi siten luonteva osa hankkeen sisältöä.

Matkailutuotteiden paketointi kansainväliseen myyntiin sopiviksi kokonaisuuksiksi olisi niin ikään tarpeellinen laajan vientihankkeen toimenpidekokonaisuus. Sen sijaan yksittäisten matkailutuotteiden suunnittelu ja kehitystyö jätettäisiin mieluummin yrittäjille itselleen.

Kolmas ja tärkein vientihankkeen toimenpidekokonaisuus olisi luonnollisesti markkinointi. Se, mitä markkinointitoimet käytännössä olisivat ja miten itse kukin markkinoinnin ymmärtää, jäi haastatteluissa hieman liian vähälle huomiolle. Joidenkin mielestä laajan vientihankkeen tulisi keskittyä brändin rakentamiseen ja imagomarkkinointiin, jotkut (varsinkin volyymiltaan pienemmät matkailutoimijat) taas suuntaisivat hankkeen konkreettisempaan myynnin edistämiseen.

Kaiken kaikkiaan käsitykset mahdollisen laajemman vientihankkeen toimenpiteistä olivat luonteeltaan paljolti reagointia niihin haasteisiin tai heikkouksiin, joita Kainuun kansainvälisen matkailun tilanteessa nähtiin olevan. Liikenteellinen saavutettavuus koettiin kansainvälisen matkailukehityksen heikkoudeksi ja tähän ongelmaan myös hankkeen olisi tavalla tai toisella puututtava. Niin ikään ulkomaille myytävien tuotteiden paketoinnin ei katsottu olevan kaikilta osin riittävää ja siksi sen edistäminen olisi tarpeellinen hankkeeseen sisällytettävä toimenpide. Laajemman vientihankkeen painopisteenä pidettiin kuitenkin kansainvälistä markkinointia ja vientiosaamista, missä Kainuu ei kotimaiseen asiakaskuntaan keskittymisen takia ole ollut mitenkään vahva ainakaan takavuosina. Se, tulisiko hankkeeseen sisältyä käytännön markkinointitoimenpiteitä vai ennemminkin brändimarkkinointia, jäi haastattelujen perusteella jossain määrin epäselväksi.

Mikäli laaja vientihanke päätettäisiin toteuttaa, sen toimenpiteitä ja hanketta ylipäätään olisi Kainuun osalta paras suunnitella maakunnan eri matkailualueiden edustajista koostuvassa työryhmässä. Erään haastattelun mielestä myös lentoyhtiöt saattaisivat olla hyödyllisiä kumppaneita jo hankkeen suunnitteluvaiheessa.

Johtopäätökset

Asiantuntijahaastattelujen perusteella Kainuun matkailun kansainvälistämisessä tarvitaan lähtökohtaisesti laajaa ylimaakunnallista yhteistyötä. Tästä syystä esimerkkinä käytettyyn Lapin, Pohjois-Ruotsin ja Pohjois-Norjan kattavaan Visit Arctic Europe -alueeseen liittymistä pidettiin sinällään kiinnostavana ja kannatettavana ajatuksena. Epäilyksiä kuitenkin herätti yhteisten nimittäjien löytyminen Kainuun ja Pohjois-Skandinavian välillä, mitä haastateltavat havainnollistivat usein kysymyksellä ”Onko Kainuu Lappia?”. Samoin epäiltiin Lapin halukkuutta tehdä markkinointiyhteistyötä Kainuun kanssa.

Viimeisimmän tiedon mukaan Visit Arctic Europe -hankkeen 2-vaiheen rahoitussuunnittelu on käynnistetty Lappi-vetoisesti. Koko Kainuun liittyminen Visit Arctic Europe -alueeseen ei kuitenkaan liene mahdollista, koska jatkohankkeeseen otetaan mukaan vain sellaisia yrityksiä, joilla on matkailutoimintaa Lapissa. Käytännön haasteen Kainuun osallistumiselle Visit Arctic Europe -yhteistyöhön muodostaisi myös rahoitusinstrumentti. Visit Arctic Europe rahoitetaan pääasiassa Interreg Nord -ohjelmasta, jonka toiminta-alueeseen Kainuu ei kuulu. Tämä aluerajaus ei tosin ole luonteeltaan täysin poissulkeva, sillä jos hankkeessa voitaisiin perustellusti esittää, että kainuulaisen kumppanin mukana olo tuo lisäarvoa, on ohjelmasta periaatteessa mahdollista rahoittaa myös ohjelma-alueen ulkopuolisen partnerin kuluja.

Eräksi vaihtoehdoksi Visit Arctic Europe -yhteistyölle esitettiin liittoutumista Oulun ja Pohjois-Pohjanmaan kanssa. Joitakin vuosia sitten Kainuun ja Pohjois-Pohjanmaan yhteistyötä kansainvälisen matkailun edistämiseksi rakennettiin Pohjola Arctic -otsikolla, mutta yhteistyö ei silloin edennyt konkreettiseen tasolle aivan toivotulla tavalla. Toisaalta jos kannatusta yhteistyölle Kainuu - Pohjois-Pohjanmaa -akselilla löytyy riittävästi molemmista maakunnista, mikään ei estäne Pohjola-Arctic -konseptin virittämistä uudelleen matkailuyritysten ja -alueiden lähtökohdista ja intresseistä käsin.

Potentiaalisena yhteistyötahona pidettiin niin ikään Järvi-Suomea eli haastatteluissa otettiin esille yhteistyön rakentaminen Kainuusta katsoen niin pohjoisen, lännen kuin etelänkin suuntiin.

Tehtiin yhteistyötä minkä alueen ja ilmansuunnan kanssa tahansa tai pelkästään Kainuun sisäisesti, laajassa matkailun vientihankkeessa tulisi keskittyä yhteismarkkinointiin. Se, olisiko markkinointi luonteeltaan imagon ja brändin rakentamista vai enemmän käytännön markkinointitoimenpiteisiin painottuvaa, riippuu yhteishankkeen maantieteellisen alueen luonteesta ja laajuudesta, eikä asiaan tehtyjen haastattelujen perusteella ole mahdollista tässä vaiheessa ottaa kantaa. Markkinoinnin lisäksi Kainuun katsannosta tärkeitä kehityskohteita ovat liikenteellisen ja erityisesti lentoliikenteellisen saavutettavuuden edistäminen sekä tarjolla olevien matkailutuotteiden paketointi.

Matkailuviennin edistämisestä puhuttaessa keskusteluissa mainittiin eräksi ratkaisumahdollisuudeksi incoming-toimisto, DMC tai jokin muu vastaava taho, joka hoitaisi kootusti kainuulaisten matkailutuotteiden paketointia, markkinointia ja myyntiä matkanjärjestäjille. Tästä syystä laajaan vientihankkeeseen olisi syytä sisällyttää ehkä myös tarkastelu siitä, löytyisikö kainuulaisia matkailuyrityksiä palvelevan incoming-toimiston/DMC:n perustamiselle realistisia mahdollisuuksia. Yhden haastattelun mielestä tällainen toimisto kannattaisi perustaa palvelemaan sekä Kainuun että Pohjois-Pohjanmaan matkailualueita ja -yrityksiä riittävän massan aikaansaamiseksi.

Matkailun kansainvälistämisestä puhuttaessa viitattiin Kainuun jälkeenjääneisyyteen ja toisaalta Lapissa tehtyyn pitkäjänteiseen ja tuloksekkaaseen työhön viennin edistämisessä. Näin ollen laajan vientihankkeen yhtenä toimenpiteenä voisi olla kainuulaisille matkailutoimijoille järjestettävä benchmarking-matka Lappiin.

Yhteishankkeen onnistumisen perusedellytys on hankkeessa mukana olevien alueiden tasa-
puolinen kohtelu siten, että projektin hyödyt ja kustannukset jakaantuvat oikeudenmukai-
sella tavalla. Siksi maakunnan sisäisen tai ylimaakunnallisen yhteishankkeen suunnittelu ja
toteutuksen seuranta tapahtuisi luontevimmin eri matkailualueiden edustajista koostuvassa
työryhmässä.

Lähteet

Finnish Lapland Tourist Board ry (2017). Visit Arctic Europe. Saatavilla osoitteesta:
<http://www.lme.fi/hankkeet/visit-arctic-europe.html> (Viitattu 8.12.2017).

Idän Taiga ry (2017). Uudet Wild Taiga alueet. Saatavilla osoitteesta:
<https://www.eura2014.fi/rrtiepa/projekti.php?projektikoodi=A70117> (Viitattu 8.12.2017).

Järviluoma, J. & Keränen, V. (2017). Kainuun osallistuminen Barentsin alueen matkailun
yhteismarkkinointiin. Esiselvitys. *Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja D Muut julkai-
sut*. 22 s. Saatavilla osoitteesta: <http://www.theseus.fi/handle/10024/132920> (Viitattu
1.12.2017).

Kainuun Etu Oy (2017a). Yhteistä kasvua Vuokatin matkailuun Keski-Euroopasta. Saatavilla
osoitteesta: [http://www.kainuunetu.fi/yhteista-kasvua-vuokatin-matkailuun-keski-
euroopasta](http://www.kainuunetu.fi/yhteista-kasvua-vuokatin-matkailuun-keski-euroopasta) (Viitattu 8.12.2017).

Kainuun Etu Oy (2017b). Uutta vetovoimaa Ukkohalla-Paljakan alueen matkailun kehittämi-
seen aktiivisen kansainvälistymisen kautta. Saatavilla osoitteesta:
<http://www.kainuunetu.fi/ukkohalla-paljakka> (Viitattu 8.12.2017).

Sotkamon kunta (2017). Vauhtia Vuokatin (Kajaani-Oulujärvi) kv. matkailuun -hanke. Saata-
villa osoitteesta: <https://www.sotkamo.fi/tyo-ja-yrittaminen/hankkeet/> (Viitattu 8.12.2017).



KAINUUN JA POHJOIS-POHJANMAAN MATKAILUTIETO -HANKE

Pekka Kauppila, matkailututkija, Kajaanin ammattikorkeakoulu

Hankkeen tausta ja tarve

Matkailu on yksi Kainuun (Kainuun liitto 2015) ja Pohjois-Pohjanmaan (Pohjois-Pohjanmaan liitto 2014) maakuntien keskeisimpiä kehitettäviä elinkeinoja. Maakuntien matkailua edistään Kainuussa (Kainuun Etu Oy 2011) ja Pohjois-Pohjanmaalla (Pohjois-Pohjanmaan liitto 2015) matkailustrategioilla, ja kummankin maakunnan strategioissa korostetaan matkailututkimuksen ja -koulutuksen merkitystä matkailun kehittämisessä.

Matkailun kehittämisellä on sekä myönteisiä että kielteisiä ympäristöllisiä, sosiaalisia ja taloudellisia vaikutuksia paikallistasolla (ks. Murphy 1985; Mathieson & Wall 1987; Vuoristo 1998; Hall & Page 2006). Kun matkailua käytetään aluekehityksen välineenä, matkailun kehittämishankkeiden ja investointien tarkoituksena on myönteisten sosiotaloudellisten vaikutusten lisääminen kohdealueella. Positiivisia aineellisia sosiotaloudellisia vaikutuksia paikallistasolla ovat muun muassa väestömäärän lisääntyminen ja terve ikärakenne, yritystoiminnan viriäminen ja rakenteen monipuolistuminen, työpaikkojen syntyminen ja työpaikkarakenteen monipuolistuminen sekä palvelurakenteen määrällinen ja laadullinen kehittyminen. (Matkailu)yritystoiminnan kautta syntyvistä työpaikoista kertyy alueelle myös palkkatuloja ja edelleen palkkaverotuloja, jotka edesauttavat esimerkiksi julkisen palvelurakenteen sekä infrastruktuurin ylläpidossa ja kehittämisessä. Myönteisiä aineettomia vaikutuksia paikallistasolla ovat esimerkiksi alueen tunnettuuden parantuminen ja imagon kohentuminen sekä paikallisten asukkaiden itsetunnon ja alueellisen identiteetin voimistuminen.

Kilpailutilanne matkakohteiden välillä kiristyy tulevaisuudessa, ja kilpailukyvyn parantamiseksi tarvitaan tutkimusperustaista tietoa. Kysyntälähtöinen kehittäminen edellyttää asiakasymmärrystä. Lisäksi tarvitaan tietoa matkailun kehittämistoimien aikaansaamista taloudellisista vaikutuksista kohdealueen elinkeinoelämään sekä ennusteita suunniteltujen kehittämistoimenpiteiden talousvaikutuksista ja arvioita näistä vaikutuksista suhteessa kehittämispäntöksiin. Näitä tietoja voidaan hyödyntää monipuolisesti ennakoitavissa. Toistaiseksi edellä mainittuja aihepiirejä koskettava ajan tasalla oleva, laaja-alainen ja systemaattinen tieto on puuttunut niin Kainuun kuin Pohjois-Pohjanmaan matkailukeskuksista.

Matkailuun liittyvää järjestelmällistä tietoa tuottavat lähinnä Tilastokeskus muun muassa majoitus- ja yritystilastojen osalta sekä Visit Finland esimerkiksi matkailutilinpidon ja Suomessa vierailevien kansainvälisten matkailijoiden katsannosta. Kerätty tieto on käyttökelpoista, mutta paikallistasolla olemassa olevista tietolähteistä saa parhaimmillaankin vain

suppean käsityksen kohteiden asiakkaista tai heidän aikaansaamista talousvaikutuksista. Asiakasnäkökulmasta tieto kattaa pitkälti vain tilastoinnin piirissä olevat yöpymiset ja yritystilastoissa on mukana – ilman erillistutkimuksia – sekä paikallinen kysyntä että matkailukysyntä. Visit Finlandin matkailutilinpito käsittää maakunta- ja valtakunnantason, kun Suomesa vierailevien kansainvälisten matkailijoiden tiedot koskevat valtakunnantasoja. Paikallistasolta ei ole saatavissa lainkaan matkailun talousvaikutusten ennuste- ja arviointitietoa.

Paikallistason tietovaje johtuu tiedonkeruun käytännön haasteista ja kustannuksista. Esimerkkinä tästä on vuosina 2009–2013 Itä-Suomen yliopiston Matkailun alueelliset tietovarannot -hanke, jossa pyrittiin luomaan alueellinen ja valtakunnallinen tietovaranto keräämällä tietoa suoraan yrityksiltä paikallistasolta. Tämä ei kuitenkaan onnistunut, koska yrityksiltä ei saatu riittävästi vastauksia. Yritysten vastaushaluttomuus on ollut haaste myös Kajaanin ammattikorkeakoulun toteuttamissa matkailututkimuksissa. Näiden kokemusten perusteella voidaan todeta, että järjestelmällinen tiedon kerääminen ei onnistu pelkästään yrityskyselyillä tai vastaavilla ilman että tiedon antaminen on yrityksille Tilastokeskuksen majoitus- ja yritystilastoinnin tavoin lakisäätöistä. Asiakslähtöisen kehittämisen näkökulmasta onkin syytä lähestyä yritystoiminnan lisäksi asiakkaita eli matkailijoita.

Perustaa Kainuun ja Pohjois-Pohjanmaan matkailutalouden systemaattiselle, pitkäjänteiselle analysoinnille ja seurannalle on jo rakennettu muun muassa Kajaanin ammattikorkeakoulun vuosittain julkaisemalla Kainuun matkailutilastollisella vuosikirjalla (esim. Järviluoma 2017a) sekä CoReFor-hankeella, jossa selvitettiin matkailun talousvaikutuksia ja niiden seuranta sekä hahmoteltiin matkailun kehittämishankkeiden ja investointien ennustamisen ja arvioinnin periaatteita Pohjois-Pohjanmaalla Kuusamossa (Kauppila 2016a), Oulussa (Kauppila 2016b) ja Pudasjärvellä (Kauppila 2016c) sekä Kainuussa Sotkamossa (Kauppila & Järviluoma 2016).

Kainuun ja Pohjois-Pohjanmaan matkailutieto -hanke toteutetaan vuosina 2016–2018 ja sen kokonaisbudjetti on 191 969 euroa. Hanke rahoitetaan Euroopan unionin aluekehitysrahastosta (EAKR) Kainuun liiton kautta. Omarahoitusosuuteen osallistuvat Kajaanin ammattikorkeakoulu, Kainuun liitto, Pohjois-Pohjanmaan liitto, Koillis-Suomen kehittämissyhtiö Naturpolis Oy ja Jokilaakson koulutuskuntayhtymä JEDU (Kalajoen ammattiopisto). Hankkeen hallinnoija ja päätoteuttaja on Kajaanin ammattikorkeakoulu.

Hankkeen tarkoitus, rakenne ja viitekehys

Kainuun ja Pohjois-Pohjanmaan matkailutieto -hankkeessa on kolme osiota: asiakas- ja matkailijatieto (osio I), matkailukeskusten aluetaloustieto (osio II) sekä matkailukeskusten ennuste- ja arviointimalli (osio III). Hankkeen ensimmäisessä osiossa tiedontuottamisen lisäksi tarkoituksena on rakentaa yhteistyömalli asiakas- ja matkailijatiedon keräämiseen Kajaanin ammattikorkeakoulun ja toisen asteen oppilaitoksen (Kalajoen ammattiopisto) välille. Hank-

keen toisessa osiossa tuotetaan matkailukeskusten aluetaloustietoa Kajaanin ammattikorkeakoulun CoReFor-hankkeessa julkaistuilla menetelmillä (ks. Kauppila 2016a, 2016b, 2016c; Kauppila & Järviluoma 2016). Hankkeen kolmannessa osiossa luodaan uusi menetelmä matkailukeskusten talousvaikutusten ennustamiseen ja arviointiin.

Hankkeessa tuotetaan asiakas- ja matkailijatietoa (osio I) Kainuun ja Pohjois-Pohjanmaan kärkimatkailukeskuksista (Sotkamo, Kalajoki, Kuusamo ja Oulu). Tiedonkeruun toteuttaminen vaatii eri koulutusasteita yhdistävän ja muita toimijoita kokoavan yhteistyöverkoston rakentamisen, jossa Kajaanin ammattikorkeakoulu, Kalajoen ammattiopisto ja Koillisen Suomen kehittämissyhtiö Naturpolis Oy koordinoitusti toteuttavat pilottina tiedon keräämisen etäällä toisistaan sijaitsevista matkailukeskuksista. Asiakas- ja matkailijatietoa hankitaan sekä talvikauden että kesäkauden matkailijoista. Tieto kerätään käytännössä matkailijahaastatteluilla ja -kyselyillä, joissa tiedustellaan esimerkiksi matkailijoiden ikää, sosioekonomista asemaa, lähtöaluetta, matkan tarkoitusta ja kestoja, matkaseurueen koostumusta, kulkuvälineitä, yöpymismuotoa, rahankäyttöä, matkakohteen valinnan syitä sekä asiakastyytyväisyyttä ja ehdotuksia sen parantamiseksi. Asiakas- ja matkailijatieto kuvaa kysyntänäkökulmaa.

Hankkeessa tuotetaan matkailukeskusten aluetaloustietoa (osio II) Kainuun ja Pohjois-Pohjanmaan matkailukeskuksista. Tässä osiossa tarkastellaan edellisten kärkimatkailukeskusten (Sotkamo, Kalajoki, Kuusamo ja Oulu) lisäksi Hyrynsalmea, Puolankaa, Pudasjärveä ja Rokua Geopark -aluetta (Muhoksen, Utajärven ja Vaalan kuntia). Huomio kiinnittyy kohteiden matkailun taloudellisten vaikutusten määrään, rakenteeseen ja kehitykseen sekä matkailuelinkeinon rooliin/osuuteen aluetaloudessa suhteessa muihin elinkeinoihin. Matkailun aluetaloustieto kuvaa tarjontanäkökulmaa.

Hankkeessa tuotetaan matkailukeskusten ennuste- ja arviointimallit (osio III) yhdistämällä edellä mainittujen ensimmäisen ja toisen osioiden keskeiset tulokset. Kärkimatkailukeskukselle (Sotkamo, Kalajoki, Kuusamo ja Oulu) muodostetaan matkailijasegmentit (kotimainen, kansainvälinen matkailija) ja tarkastellaan niiden rahankäyttöä (euroa/hlö/yöpymisvrk). Tämä kysyntätieto yhdistetään keskusten yöpymisvuorokausien tavoitetietoon, tilastotietoon (Tilastokeskus, Kuntaliitto) ja tutkimustietoon kohdealueiden kerrannaisvaikutuksista. Näin muodostetaan matkailijasegmenttien aikaansaamien taloudellisten vaikutusten ennuste- ja arviointimallit (Hyrynsalmi, Puolanka, Sotkamo, Kalajoki, Kuusamo, Oulu ja Pudasjärvi). Prosessimallin avulla voidaan laatia (vaihtoehtoisia) talousvaikutusennusteita: välitön matkailutulo, välitön matkailutyöllisyys (htv.), palkkatulo, palkkaverotulo ja kokonaisvaikutukset (tulo, työllisyys). Hyrynsalmella ja Puolangalla käytetään Sotkamon muokattuja matkailijoiden rahankäyttötietoja ja vastaavasti Pudasjärvellä Kuusamon muokattuja tietoja. Ennuste- ja arviointimallien tuloksia voidaan soveltaa laajasti ennakoitavissa, kun pohditaan matkailun kehittämishankkeiden tai investointien panos-tuotos-suhdetta taloudellisessa mielessä. Hankkeen viitekehys esitetään kuvassa 1.



Kuva 1. Hankkeen viitekehys.

Hankkeen hyödyt ja tuotokset

Hankkeen hyödynsaajina ovat matkailuyritykset, alueelliset matkailuyhdistykset, maakuntien liitot, seutukunnat, kuntien kehittämissyhtiöt ja elinkeinotoimet. Kainuun ja Pohjois-Pohjanmaan matkailukoulutusta tarjoavien oppilaitosten välisen yhteistyön tiivistäminen on sinällään tarkoituksenmukaista ja syntyvää oppilaitosverkostoa voidaan hyödyntää jatkossa erilaisissa tutkimus-, kehittämis- ja koulutushankkeissa. Tässä hankkeessa oppilaitosyhteistyö (Kajaanin amk, Kalajoen ammattiopisto) toimii pilottina tulevaisuutta silmällä pitäen muun muassa Osekkin (Oulun ammattiopisto) suuntaan. Vahva alueellinen matkailukoulutus on ensiarvoisen tärkeää alan tulevaisuuden kehityksen näkökulmasta.

Matkailuelinkeinon kannalta hyötyjä ovat seuraavat:

- hankkeen tuottamaa tietoa matkailukeskusten asiakassegmenteistä sekä niiden rahankäytöstä ja eri matkailijaryhmien taloudellisista vaikutuksista voidaan hyö-

- dyntää markkinoinnin kohdentamisessa ja tehostamisessa. (=Taloudellisten vaikutusten mittaaminen ja seuranta sekä ennustaminen ja arviointi)
- tieto matkailutuotteisiin liittyvistä tarpeista on sovellettavissa niin olemassa olevien kuin uusien matkailutuotteiden kehittämisessä. (=Matkailutuotteiden kehittäminen, tuotekehitys)
- asiakastyytyväisyys- ja palautetietoa voidaan hyödyntää matkailupalveluiden asiakaslähtöisissä kehittämisessä. (=Matkailupalveluiden kehittäminen ja tyytyväisyys)
- ennuste- ja arviointitieto on sovellettavissa yritysten ja alueiden kehittämishankkeiden ja investointien päätöksenteossa, suunnittelussa ja arvioinnissa (=Kehittämishankkeiden ja investointien ennustaminen ja arviointi)
- verrokkitieto muista hankkeesta mukana olevista matkailukeskuksista auttaa profiloimaan keskusta kilpailutilanteen näkökulmasta haluttuun suuntaan. (=Matkailukeskusten strategisen suunnitteluprosessin eri vaiheet)

Paikallisten ja alueellisten matkailun kehittämisorganisaatioiden näkökulmasta hankkeen tuloksia voidaan hyödyntää muun muassa:

- eri aluetasojen kehittämis- ja matkailustrategioissa. (=Eri aluetasojen strategisen suunnitteluprosessin eri vaiheet)
- matkailun kehittämisresurssien ja -toimenpiteiden kohdentamisessa päätöksenteossa, suunnittelussa ja arvioinnissa, kun pyritään resurssien mahdollisimman tehokkaaseen käyttöön. (=Kehittämishankkeiden ja investointien ennustaminen ja arviointi)
- pilotoidun oppilaitosverkostomallin hyödyntäminen tulevien tutkimus-, kehittämis- ja koulutushankkeiden toteuttamisessa. (=Tulevaisuudessa tutkimusperustaisen, matkailukeskuskohtaisen kehittämistä tukevan tiedonkerääminen ja analysointi)

Kajaanin ammattikorkeakoulun aktiviteettimatkailun osaamisalueen katsannosta hankkeen hyötyjä ovat seuraavat:

- lisääntynyt yhteistyö toisen asteen oppilaitoksen kanssa
- tutkimusosaamisen vahvistuminen
- koulutuksen integroituminen laajemmin ja syvällisemmin elinkeinoelämän kehittämisessä tarvittavaan tiedontuotantoon
- paikallisen ja ajan tasalla olevan matkailutiedon soveltaminen esimerkiksi oppimateriaalina

Hankkeen hyödyt toiseen asteen oppilaitoksen (Kalajoen ammattiopisto) näkökulmasta ovat seuraavat:

- lisääntynyt yhteistyö ammattikorkeakoulun kanssa
- koulutuksen integroituminen laajemmin ja syvällisemmin elinkeinoelämän kehittämisessä tarvittavaan tiedontuotantoon
- paikallisen ja ajan tasalla olevan matkailutiedon soveltaminen esimerkiksi oppimateriaalina

Hankkeen tuotokset ovat seuraavat:

- 1) Asiakas- ja matkailijatiedon keräysmalli (ammattikorkeakoulu, toisen asteen oppilaitos), pilottina Kajaanin ammattikorkeakoulun ja Kalajoen ammattiopiston yhteistyö. Osekin konsultointi yhteistyöstä ja sen tuloksista. Ensimmäinen osio.
- 2) Neljä julkaisua asiakas- ja matkailijatiedon tuottamisesta: Sotkamo (Järviluoma 2017b), Kalajoki (Järviluoma 2017c), Kuusamo (Järviluoma 2017d) ja Oulu (Järviluoma 2017e). Ensimmäinen osio.
- 3) Neljä julkaisua CoReFor-menetelmän päivityksistä: Sotkamo (Kauppila 2016d), Hyrynsalmi, Puolanka ja Sotkamo (Kauppila 2017a), Kalajoki, Kuusamo, Oulu ja Pudasjärvi (Kauppila 2016e) sekä Kalajoki, Kuusamo, Oulu, Pudasjärvi ja Rokua Geopark -alue (Kauppila 2017b). Toinen osio.
- 4) Kaksi julkaisua CoReFor-menetelmän uusista perusselvityksistä: Hyrynsalmi ja Puolanka (Kauppila 2016f) sekä Rokua Geopark -alue (Kauppila 2016g). Toinen osio.
- 5) Kaksi julkaisua ennuste- ja arviointimallista: Kalajoki, Kuusamo, Oulu ja Pudasjärvi (Kauppila 2017c) sekä Hyrynsalmi, Puolanka ja Sotkamo (Kauppila 2018). Kolmas osio.

Pohdinta

Kainuun ja Pohjois-Pohjanmaan matkailutieto -hanke on ylimaakunnallinen matkailun tutkimus- ja kehittämishanke. Siihen osallistuu kaksi maakuntaa ja useita matkailukeskuksia. Useiden kumppanien ja tutkimusalueiden osallistuminen vaatii aina huolellista hankesuunnittelua, jotta toteutusvaihe onnistuu jouhevasti. Mikäli hankkeessa on useita tutkimusalueita, hankkeen läpiviennin osalta on jo suunnitteluvaiheessa varmistettava kohdealueiden sitoutuminen ja suunniteltava tarkasti kentältä kerättävien aineistojen hankinta. Aineistojen keräämisessä on otettava tutkimusalueet ja niiden matkailutoimijat mukaan, jotta keruu sujuu vaivattomasti. Ylimaakunnallinen ja useita matkailukeskuksia koskettava hanke edesauttaa Kajaanin ammattikorkeakoulun näkökulmasta yhteistyöverkostojen luomista ja ylläpitoa. Tämä mahdollistaa tulevaisuudessa uusien tutkimus-, kehittämis- ja koulutushankkeiden suunnittelun ja toteuttamisen tuttujen kumppaneiden kanssa – hankkeet ovat aina oppimisprosessi.

Hankkeen keskeisistä tuotoksista on syytä tiedottaa laajasti tutkimusalueiden toimijoille. Tässä ovat käyttökelpoisia menetelmiä lehdistötiedotteet, sähköpostitiedotteet, sanomalehtikirjoitukset ja kohdealueella pidettävät esitelmät. Kohdealueiden matkailun kehittämisorganisaatiot (esim. elinkeino- ja kehittämissyhtiöt ja matkailuyhdistykset) omine verkostoineen ovat myös varteenotettavia tiedotuskanavia. Luonnollisesti tämä edellyttää yhteistyötä alueen kehittämisorganisaatioiden kanssa. Kainuun ja Pohjois-Pohjanmaan matkailutieto-hankkeessa on sovellettu kaikkia edellä mainittuja tiedotuskanavia.

Kainuun ja Pohjois-Pohjanmaan matkailutieto -hankkeessa tuotetaan tietoa matkailun suunnittelun, kehittämisen ja päätöksenteon tueksi. Hankkeessa mukana olevista kohteista tuotettu tieto on vertailukelpoista alueiden sisäisissä ja alueiden välisissä tarkasteluissa. Tämän mahdollistaa se, että tutkimuksissa on sovellettu yhtenäistä aineistopohjaa ja samanlaisia menetelmällisiä ratkaisuja. Yhtäläinen vertailutieto on ensiarvoisen tärkeää matkailun suunnitelmallisen, systemaattisen ja pitkäjänteisen kehittämistyön kannalta. Jatkossa haasteena onkin se, kuinka hankkeessa luoduilla menetelmällisillä innovaatioilla voidaan tuottaa tietoa kohdealueiden matkailusta ja sen kehityksestä myös tulevaisuudessa. Tämä on ennen muuta resurssikysymys.

Lähteet

Hall, C. M. & S. J. Page (2006). *The Geography of Tourism & Recreation. Environment, place and space*. 3. painos. 427 s. Routledge, London and New York.

Järviluoma, J. (2017a). Kainuun matkailutilastollinen vuosikirja 2016. *Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja D Muut julkaisut*. 23 s. Saatavilla osoitteesta: <http://www.theseus.fi/handle/10024/133839> (Viitattu 16.11.2017).

Järviluoma, J. (2017b). Vuokatin matkailijat 2016. *Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja D Muut julkaisut*. 29 s. Saatavilla osoitteesta: <http://www.theseus.fi/handle/10024/123428> (Viitattu 16.11.2017).

Järviluoma, J. (2017c). Kalajoen matkailijat 2016–2017. *Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja D Muut julkaisut*. 30 s. Saatavilla osoitteesta: <http://www.theseus.fi/handle/10024/132842> (Viitattu 16.11.2017).

Järviluoma, J. (2017d). Kuusamon matkailijat 2016–2017. *Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja D Muut julkaisut*. 31 s. Saatavilla osoitteesta: <http://www.theseus.fi/handle/10024/132841> (Viitattu 16.11.2017).

Järviluoma, J. (2017e). Oulun matkailijat 2016–2017. *Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja D Muut julkaisut*. 32 s. Saatavilla osoitteesta:

<http://www.theseus.fi/handle/10024/133298> (Viitattu 16.11.2017).

Kainuun Etu Oy (2011). Kainuun matkailustrategia 2011–2020. ”Kainuu – maailman suomalaisin maakunta”. Julkaisematon moniste. 31 s.

Kainuun liitto (2015). Kainuu-ohjelma. Hyvinvoiva ja elinvoimainen Kainuu. Maakuntasuunnitelma 2035. Maakuntaohjelma 2014–2017. *Kainuun liitto A*: 3. 88 s

Kauppila, P. (2016a). Matkailun aluetaloudelliset vaikutukset Kuusamossa. *Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B Raportteja ja selvityksiä* 45. 92 s. Saatavilla osoitteesta:

<http://www.theseus.fi/handle/10024/103974> (Viitattu 16.11.2017).

Kauppila, P. (2016b). Matkailun aluetaloudelliset vaikutukset Oulussa. *Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B Raportteja ja selvityksiä* 46. 94 s. Saatavilla osoitteesta:

<http://www.theseus.fi/handle/10024/103973> (Viitattu 16.11.2017).

Kauppila, P. (2016c). Matkailun aluetaloudelliset vaikutukset Pudasjärvellä. *Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B Raportteja ja selvityksiä* 47. 87 s. Saatavilla osoitteesta:

<http://www.theseus.fi/handle/10024/103972> (Viitattu 16.11.2017).

Kauppila, P. (2016d). Matkailun aluetaloudellisten vaikutusten seurantamalli: Sotkamo. *Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B Raportteja ja selvityksiä* 60. 28 s. Saatavilla osoitteesta:

<http://www.theseus.fi/handle/10024/114974> (Viitattu 16.11.2017).

Kauppila, P. (2016e). Matkailun aluetaloudellisten vaikutusten seurantamalli: Kalajoki, Kuusamo, Oulu ja Pudasjärvi. *Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B Raportteja ja selvityksiä* 61. 41 s. Saatavilla osoitteesta: <http://www.theseus.fi/handle/10024/115150> (Viitattu 16.11.2017).

Kauppila, P. (2016f). Matkailun aluetaloudelliset vaikutukset: Hyrynsalmi ja Puolanka. *Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B Raportteja ja selvityksiä* 63. 48 s. Saatavilla osoitteesta:

<http://www.theseus.fi/handle/10024/116972> (Viitattu 16.11.2017).

Kauppila, P. (2016g). Matkailun aluetaloudelliset vaikutukset: Rokua Geopark -alue. *Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B Raportteja ja selvityksiä* 64. 59 s. Saatavilla osoitteesta:

<http://www.theseus.fi/handle/10024/121261> (Viitattu 16.11.2017).

Kauppila, P. (2017a). Matkailun aluetaloudellisten vaikutusten seurantamalli: Hyrynsalmi, Puolanka ja Sotkamo. *Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B Raportteja ja selvityksiä* 76. 45 s. Saatavilla osoitteesta: <http://www.theseus.fi/handle/10024/132939> (Viitattu 16.11.2017).

Kauppila, P. (2017b). Matkailun aluetaloudellisten vaikutusten seurantamalli: Kalajoki, Kuusamo, Oulu, Pudasjärvi ja Rokua Geopark -alue. *Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B Raportteja ja selvityksiä* 77. 61 s. Saatavilla osoitteesta: <http://www.theseus.fi/handle/10024/133243> (Viitattu 16.11.2017).

Kauppila, P. (2017c). Matkailun aluetaloudellisten vaikutusten ennuste- ja arviointimalli: Kalajoki, Kuusamo, Oulu ja Pudasjärvi. *Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B Raportteja ja selvityksiä* (tulossa).

Kauppila, P. (2018). Matkailun aluetaloudellisten vaikutusten ennuste- ja arviointimalli: Hyrynsalmi, Puolanka ja Sotkamo. *Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B Raportteja ja selvityksiä* (tulossa).

Kauppila, P. & J. Järviluoma (2016). Matkailun aluetaloudelliset vaikutukset Sotkamossa. *Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B Raportteja ja selvityksiä* 48. 83 s. Saatavilla osoitteesta: <http://www.theseus.fi/handle/10024/103975> (Viitattu 16.11.2017).

Mathieson, A. & G. Wall (1987). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. 2. painos. 208 s. Longman, London.

Murphy, P. E. (1985). *Tourism: A Community Approach*. 200 s. Methuen, London.

Pohjois-Pohjanmaan liitto (2014). Pohjois-Pohjanmaa, Nuorten maakunta. Maakuntasuunnitelma 2040, Maakuntaohjelma 2014–2017. *Pohjois-Pohjanmaan liitto A*: 56. 82 s.

Pohjois-Pohjanmaan liitto (2015). Pohjois-Pohjanmaan matkailuelinkeinon kehittämisstrategia 2020 – Yhteistyöllä matkailuelinkeinosta kasvua ja kansainvälisyyttä! *Pohjois-Pohjanmaan liitto A*: 57. 26 s.

Vuoristo, K.-V. (1998). *Matkailun muodot*. 251 s. WSOY, Porvoo.

POHJOIS-POHJANMAAN LIITTO
Council of Oulu Region



Vipuvoimaa
EU:lta
2014-2020



Euroopan unioni
Euroopan aluekehitysrahasto



Kainuun liitto

naturpolis
NORDIC BUSINESS CENTER



JOKILAAKSOJEN KOULUTUSKUNTAYHTYMÄ

LIIKUNTATAPAHTUMIEN TALOUSVAIKUTUSTEN LASKENTAA EEKA-HANKKEESSA

Jari Järviluoma, matkailututkija, Kajaanin ammattikorkeakoulu

Johdanto

Liikuntatapahtumat ovat nykyään merkityksellisiä ja suosittuja paitsi kansanterveydellisessä myös matkailullisessa mielessä. Liikuntatapahtumien suosion nousu kytkeytyy laajemmassa kuvassa vapaa-ajan liikunnan ja matkailun kasvavaan kulutukseen ja toisaalta liikunnan lajikirjon monipuolistumiseen ja kaikille avoimien tapahtumien lisääntymiseen. Osanottajasta riippuen liikuntatapahtumista haetaan elämyksiä, tavataan saman henkisiä ihmisiä ja testataan harjoittelun tuomaa kuntoa ja taitoja. Liikuntatapahtumien kansansuosiolle on mahdollista hakea selitystä niin ikään yhteiskunnan sportisaatiosta eli urheilullistumisesta ja sen myötä tapahtuvasta liikunnan arvon kohoamisesta kulttuurisessa arvoasteikossa (Takalo 2015, 18-19).

Liikuntatapahtumien suosion nousu on noteerattu Kainuussakin. Kainuussa järjestetään useita vuosittain toistuvia liikuntatapahtumia, jotka tuovat maakuntaan matkailijoita ja heidän mukanaan matkailueuroja. Liikuntatapahtumien järjestämisessä alueen keskeisin toimija on Kainuun Liikunta ry, joka 1.9.2014 - 31.8.2017 oli päätoteuttajana myös EEKA-hankkeessa¹.

EEKA-hankkeen yleistavoitteena oli lisätä Kainuuseen suuntautuvaa liikuntamatkailua ja sen synnyttämää matkailutuloa. Kajaanin ammattikorkeakoulun osatoteutukseen kuului liikuntatapahtumien aikaansaaman matkailukulutuksen² arviointi ja arviointimethodiikan kehittäminen. Tässä artikkelissa tarkastellaan yksityiskohtaisemmin Vuokatti Hiihdon tuottamaa matkailukulutusta ja sen arviointimenetelmää. Muista tutkimuksen kohteena olleista liikuntatapahtumista (Kainuun rastiviikko, Vuokatin Vaellus, Lost in Kajaani) esitetään pelkästään laskentojen tulokset. Artikkelin loppuosassa kerrotaan käytetyn menetelmän laajentamismahdollisuuksista sekä tietyistä laskentojen aikana vastaan tulleista käytännön asioista ja laskentamallin kehittämistarpeista.

¹ EEKA – Kainutlaatuisia luontoliikuntatapahtumia (Endurance Experiences in Kainuu).

² Tässä artikkelissa matkailukulutuksella tarkoitetaan matkailijoiden käyttämän rahan määrää kohdepaikkakunnalla. Matkailukulutuksessa on siten mukana arvonlisävero. Matkailun aluetaloudellisia vaikutuksia tarkastelevissa tutkimuksissa käytetään usein käsitettä välitön matkailutulo, joka kuvaa matkailukulutuksen määrää arvonlisäverottomana (esim. Kauppila 2016).

Pohjoismainen menomenetelmä

Matkailun talousvaikutusten tavoin myös tapahtumien talousvaikutuksia voidaan mitata useilla menetelmillä. Maailmalla paljon käytettyjä metodeja ovat esimerkiksi panos-tuotos -malli ja laskennallinen yleinen tasapainomalli (Dwyer, Forsyth & Spurr 2006; van Wyk ym. 2015). Suomessa yleisesti sovellettu menetelmä on ns. Pohjoismainen malli ja sen erilaiset modifikaatiot. Pohjoismaisen malli koostuu alkuperäisessä 1970-luvun lopulla kehitetyssä muodossaan menomenetelmästä ja tulomenetelmästä (Matkailun edistämiskeskus 1983). Menomenetelmässä matkailun taloudellisten vaikutusten arviointi perustuu matkailijakyselyihin, joilla selvitetään matkailijoiden kohdealueella käyttämä rahamäärä ja sen menoluokittainen jakauma. Tulomenetelmässä puolestaan kysytään yrittäjiltä arviota heidän matkailijoilta saamasta tulosta toimialoitain (ks. Kauppila 1999; 2001; 2016, 14-15).

Tapahtumien talousvaikutusten mittaamisessa Pohjoismaisesta mallista on hyödynnetty erityisesti menomenetelmää. Menomenetelmää on sovellettu esimerkiksi itäsuomalaisten tapahtumien (Mikkonen, Pasanen & Taskinen 2008), eteläpohjalaisten kesätapahtumien (Tuuri ym. 2012), lappilaisten kulttuuritapahtumien (Satokangas 2015) sekä pirkanmaalaisien festivaalien ja kulttuurikohteiden (Pirfest ry & Innolink Research Oy 2014) talousvaikutusten arvioinneissa. Pohjoismaista menomenetelmää käytettiin soveltaen myös EEKA-hankkeessa selvitettäessä Vuokatti Hiihdon ja jäljempänä tarkasteltujen muiden kainuulaisten liikuntatapahtumien synnyttämää matkailukulutusta.

Vuokatti Hiihdon 2017 aikaansaama matkailukulutus

Vuokatti Hiihdon aikaansaaman matkailukulutuksen laskenta perustuu Kainuun Liikunta ry:n Vuokatti Hiihdon osallistujille tekemään sähköiseen palautekyselyyn, johon vastasi kaikkiaan 253 rekisteröitynyttä osallistujaa. Matkailukulutuksen laskennan kannalta palautekyselyn oleelliset kysymykset koskivat osallistujien asuinkuntaa, matkan tarkoitusta ja rahankäyttöä. Matkan tarkoitusta koskeva kysymys liittyy matkailukulutuksen arviointiin sikäli, että sen avulla laskennan ulkopuolelle voitiin jättää henkilöt, joille Vuokatti Hiihdolla ei ollut lainkaan vaikutusta heidän paikkakunnalle eli Sotkamoon saapumisellensa. Näissä tapauksissa Sotkamossa kulutetun rahan ei katsottu olevan Vuokatti Hiihdosta johtuvaa.

Rahankäyttöä mittaavien kysymysten muotoilussa otettiin mallia Kuoskun, Kauppilan ja Karjalaisen (2014) kalastusmatkailun aluetaloustutkimuksessa käyttämästä kyselylomakkeesta. Lomakkeen rahankäyttöosion aluksi vastaajilta kysyttiin, monenko henkilön Vuokatin matkasta aiheutuneita menoja ja rahankäyttöä heidän vastauksensa koskee.

Itse rahankäyttöä kysyttiin seuraavalla kysymyksellä:

”Arvioi, kuinka paljon käytitte rahaa matkanne aikana alla lueteltuihin kulutuskohteisiin Sotkamon kunnan alueella (eli mukaan ei lasketa esim. matkan aikana kertyneitä kustannuksia kotipaikkakunnalta Sotkamoon ja Sotkamosta takaisin kotipaikkakunnalle).”

Kysytyt menoluokat olivat:

- Majoitus
- Kahvila- ja ravintolaostokset, sis. huoltoasemien kahvilaostokset
- Ruoka-, päivittäistavara- ja erikoistavaraostokset (marketit, valintamyymälät, kioskit, harrastusvälineet, Alko, matkamuistot, apteekki jne)
- Ohjelma-, virkistys- ja hyvinvointipalvelut (opastetut retket, pääsymaksut harraste- paikkoihin, tilaisuuksiin ja näyttelyihin, parturit, kylpylä jne)
- Polttoainekulut ja korjaamopalvelut
- Vuokatti Hiihdon osallistumismaksu(t)
- Taksit ja muut paikallisliikenteen palvelut
- Muut palvelut, mikä?

Kyselyaineiston käsittely alkoi tarkastamalla aineisto rivi riviltä vastaus kerrallaan. Vastaus- ten yksityiskohtainen läpikäynti oli tarpeen, koska muutamat vastaukset sisälsivät euro- merkkejä, noin-sanoja ja muita ylimääräisiä merkkejä, joita laskentaohjelmat eivät lue. Tar- kastuksen yhteydessä pyrittiin myös korjaamaan tai karsimaan selkeitä epä johdonmukai- suuksia ja lyöntivirheitä. Aineistossa oli esimerkiksi vastaaja, joka kertoi ilmoittavansa vas- tauksissaan 11 henkilön rahankäyttötiedot, mutta käytännössä annetut menoluokittaiset luvut vastasivat keskimäärin yhden ihmisen rahankäyttöä. Tässä tapauksessa oletettiin, että kyseessä on lyöntivirhe ja 11 muutettiin ykköseksi. Tarkastuksessa ei tullut vastaan ylettö- miä ja ilmeisen ylimitoitettuja rahankäyttölukuja – jos sellaisia olisi ollut, nämä vastaukset olisi harkinnan mukaan jätetty huomiotta.

Kyselydatan manuaalisen läpikäynnin jälkeen aineistosta poistettiin sotkamolaiset vastaajat ja matkan tarkoitusta käsitelleen kysymyksen perusteella sellaiset vastaajat, joille Vuokatti Hiihdolla ei ollut lainkaan merkitystä Sotkamoon tulon syynä. Poistojen jälkeen aineistoon jäi 239 Vuokatti Hiihdon takia Sotkamoon tullutta matkailijaa. Heistä 200 vastasi lomakkeen rahankäyttöä mittaaviin kysymyksiin.

Taulukosta 1 ilmenee, kuinka paljon matkailijat keskimäärin käyttivät rahaa Vuokatin mat- kallaan Sotkamon kunnan alueella eri menoluokkiin. Taulukon luvut on saatu jakamalla en- sin menoluokittaiset rahankäytöt sillä, kuinka monen henkilön Vuokatin matkasta aiheutu- neita menoja vastaus koski. Tämän jälkeen yhtä matkailijaa koskevista menoluokittaisista rahankäytöistä laskettiin keskiarvot. Vuokatti Hiihdon osallistujilla kului eniten rahaa majoit- tumiseen (34 %), Vuokatti Hiihdon osallistumismaksuihin (21 %), ostoksiin (16 %) sekä ravin-

toloihin/kahviloihin (15 %). Kaikki menoluokat yhteen laskien yhden henkilö rahankäyttö Sotkamon alueella oli kaiken kaikkiaan keskimäärin 223 euroa.

Taulukko 1. Vuokatti Hiihtoon 2017 osallistuneiden matkailijoiden keskimääräinen rahankäyttö per henkilö Sotkamon kunnan alueella menoluokittain.

MENOLUOKKA	K.a. €	%
Majoitus	76,0	34,0
Ravintolat ja kahvilat	34,0	15,2
Ostokset vähittäiskaupoista	34,9	15,6
Virkistys- ja ohjelmapalvelut	4,4	2,0
Polttoainekulut ja korjaamopalvelut	22,0	9,8
Taksit ja muut paikallisiikenteen palvelut	2,2	1,0
Vuokatti Hiihdon osallistumismaksu	46,4	20,8
Muut palvelut	3,5	1,6
Yhteensä	223,4	100

Matkailukulutuksen laskentaa varten tarvitaan keskimääräisen rahankäytön lisäksi tieto Vuokatti Hiihdon osallistujamäärästä. Kainuun Liikunta ry:n mukaan Vuokatti Hiihtoon rekisteröityneiden osallistujien määrä oli vuonna 2017 yhteensä 1 640. Kyselyaineistosta saatuihin asuinkunnan ja matkan tarkoituksen vastausjakauksiin suhteutettuna heistä 1 550 oli matkailijoita, jotka olivat tulleet Sotkamoon kokonaan tai ainakin osittain Vuokatti Hiihdon takia.

Näin ollen Vuokatti Hiihdon synnyttämä matkailukulutus on 1 550 kerrottuna keskimääräisellä rahankäytöllä eli 223 eurolla, jolloin lopputulokseksi saadaan 345 650 euroa. Taulukossa 2 matkailukulutus on jyvitetty eri menoluokille euromääräisenä käyttämällä samaa jakosuhdetta kuin matkailijoiden keskimääräisen rahankäytön jakaumassa taulukossa 1. Siten esimerkiksi majoitustoiminnan voidaan arvioida saaneen Vuokatti Hiihdosta 117 521 euron suuruisen tuloinjektion ($0,34 * 345\ 650 \text{ €}$).

Taulukko 2. Matkailukulutus menoluokittain.

	€	%
Majoitus	117 521	34,0
Ravintolat ja kahvilat	52 539	15,2
Ostokset vähittäiskau- poista	53 921	15,6
Virkistys- ja ohjelmapal- velut	6 913	2,0
Polttoainekulut ja kor- jaamopalvelut	33 874	9,8
Taksit ja muut paikallis- liikenteen palvelut	3 457	1,0
Vuokatti Hiihdon osallis- tuumismaksu	71 895	20,8
Muut palvelut	5 530	1,6
Yhteensä	345 650	100

Vuokatti Hiihdon talousvaikutuksia tarkasteltiin EEKA-hankkeessa aiemmin vuonna 2015 käyttäen vastaavaa menetelmää kuin vuonna 2017. Vuonna 2015 Vuokatti Hiihdon takia Sotkamoon tulleet matkailijat kuluttivat Sotkamon alueella yhteensä 327 200 euroa vuoden 2017 rahanarvoksi muutettuna³. Vuonna 2017 vastaava kokonaiskulutus oli edellä laskettu- na 345 650 euroa eli 18 450 euroa (6 %) suurempi.

Matkailukulutus muissa tutkimuksen kohteena olleissa liikuntatapahtumissa

Vuokatti Hiihdon lisäksi EEKA-hankkeessa selvitettiin Kainuun Liikunta ry:n tekemien palau- tekyselyjen pohjalta Kuhmossa järjestetyn Kainuun rastiviikon 2017, Vuokatin Vaelluksen 2015 ja Lost in Kajaani -seikkailukisan 2015 synnyttämää matkailukulutusta. Matkailukulu- tuksen laskentamenetelmä oli periaatteiltaan sama kuin Vuokatti Hiihdon yhteydessä. Mat- kailukulutuksen laskennoissa poikkeamia oli lähinnä matkailija-käsitteen määrittelyssä: Lost in Kajaanissa (kuten Vuokatti Hiihdossa) matkailijalla tarkoitettiin perinteiseen tapaan muu- alla kuin kohdepaikkakunnalla asuvia henkilöitä, Kainuun rastiviikon ja Vuokatin Vaelluksen yhteydessä matkailijoina pidettiin muualla kuin Kainuussa asuvia henkilöitä. Poikkeavan

³ Rahan arvon muuttaminen tehtiin netissä olevalla rahanarvolaskurilla <http://apps.rahamuseo.fi/rahanarvolaskin#FIN>

matkailija-käsitteen takia taulukossa 3 esitettävät laskentojen tulokset eivät ole täysin vertailukelpoisia.

Taulukko 3. Kainuun rastiviikon 2017, Vuokatin Vaelluksen 2015 ja Lost in Kajaani -seikkailukisan aikaansaama matkailukulutus.

	Kainuun rasti- viikko 2017	Vuokatin Vaellus 2015	Lost in Kajaani 2015
Tapahtuman takia kohdepaikkakunnalle tulleiden matkailijoiden määrä	2 433	264	296
Matkailijoiden rahankäyttö kohdepaikkakunnalla per henkilö (€)	259	177	189
Matkailukulutus kohdepaikkakunnalla (€)	630 147	46 728	55 944
Matkailukulutus muualla Kainuussa (€)	208 022	Ei laskettu	Ei laskettu

Menetelmän laajentamismahdollisuudet

Käsillä olevassa artikkelissa keskityttiin tapahtumien synnyttämän matkailukulutuksen laskentaan. Tapahtumien aikaansaaman matkailukulutuksen pohjalta on suhteellisen helppo arvioida myös tapahtumien synnyttämiä välittömiä työllisyysvaikutuksia. Tämä tapahtuu poistamalla aluksi menoluokittaisesta matkailukulutuksesta arvonlisäverojen osuudet ja jakamalla saadut erotukset Tilastokeskuksen kunnittaisesta toimipaikkatilastosta (Tilastokeskus 2017a) saatavilla toimialoittaisilla liikevaihto/henkilöstö -suhteilla. Arvonlisäveron puhdistaminen matkailukulutuksesta on tässä yhteydessä tarpeellista, koska kunnittaisessa toimipaikkatilastossa liikevaihtotiedot on ilmoitettu arvonlisäverottomina. Arvonlisäveron poistoissa tarvittavat eri tuoteryhmien alv-prosentit ovat saatavissa Verohallinnon (2017) nettisivuilta (ks. Kauppila 2016, 36).

Esimerkkinä voidaan käyttää Vuokatti Hiihdon majoitustoimintaan synnyttämiä välittömiä työllisyysvaikutuksia. Esimerkissä on kyse siis pelkästään majoitustoimialasta. Mikäli halutaan laskea Vuokatti Hiihdon synnyttämät välittömät työllisyysvaikutukset kokonaisuudessaan, olisi vastaavanlaiset laskutoimitukset tehtävä erikseen muiltakin toimialoilta (ravitsemistoiminta, vähittäiskauppa ym.).

Kuten edellä havaittiin, Vuokatti Hiihdon synnyttämästä matkailukulutuksesta kohdentui 117 521 euroa Sotkamon majoitustoimialalle. Muutetaan majoitus-

toimialalle kohdentunut matkailukulutus arvonlisäverottomaksi (arvonlisävero 10 %), jolloin tulokseksi saadaan 106 837 euroa, mikä on Sotkamon majoitustoimialan saama välitön matkailutulo. Tilastokeskuksen kunnittaisen toimipaikkatilaston mukaan vuonna 2015⁴ Sotkamon majoitustoimialan liikevaihto per henkilötyövuosi oli 106 100 euroa. Kun välitön matkailutulo 106 837 euroa jaetaan 106 100 eurolla, Vuokatti Hiihdon voidaan arvioida synnyttäneen Sotkamon majoitustoimialalle yhden henkilötyövuoden suuruisen välittömän työllisyysvaikutuksen.

Hankaluutena työllisyysvaikutusten arvioinnissa on kunnittaisen toimipaikkatilaston maksullisuus ja tilastotietojen julkistamisessa oleva yli vuoden viive. Varsinkin pienissä kunnissa vastaan voivat tulla myös tietosuojakäytännöt, sillä Tilastokeskus ei julkaise tietoja, mikäli toimipaikkojen lukumäärä tarkastelun kohteena olevalla toimialalla on vähemmän kuin kolme.

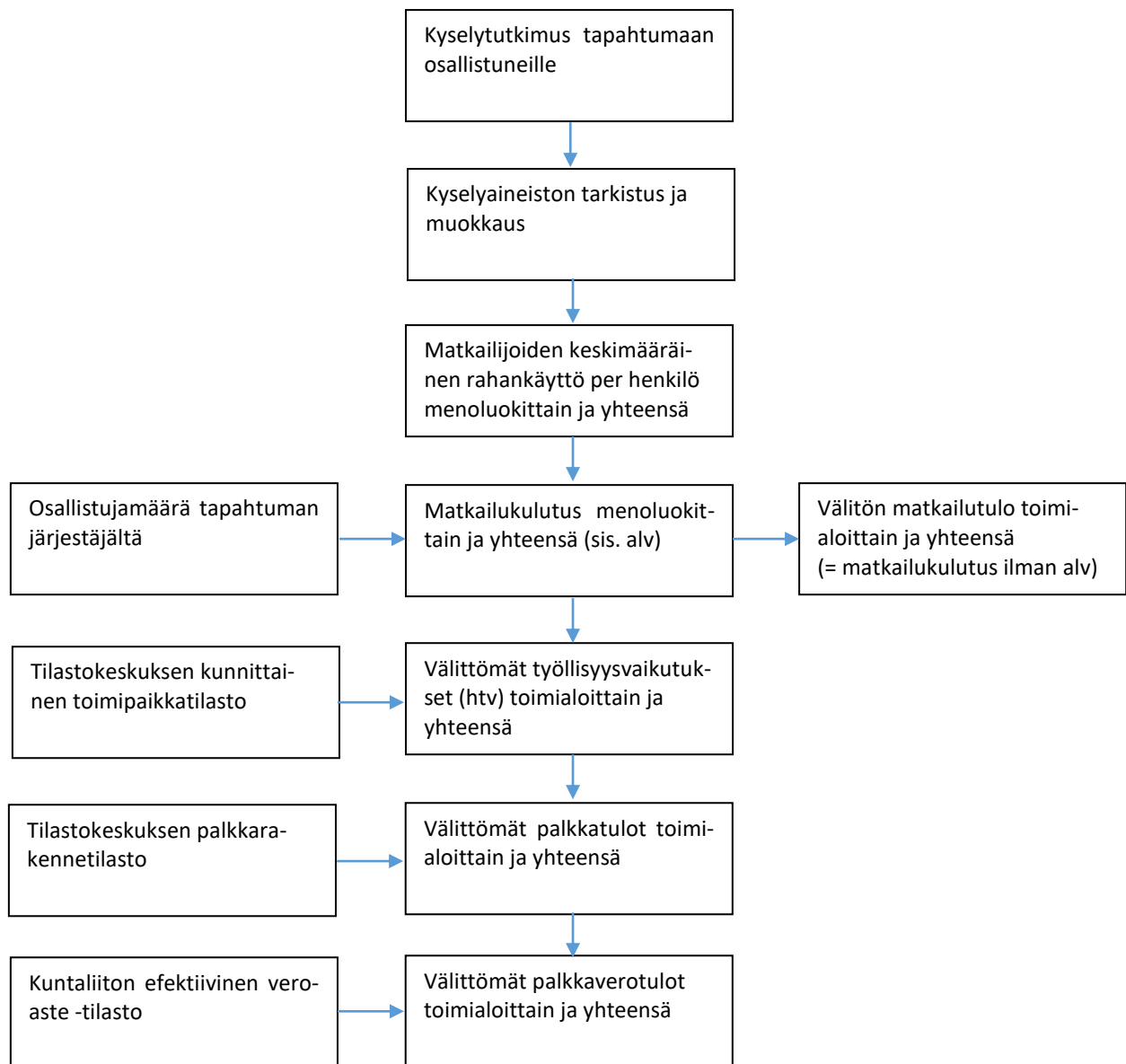
Tapahtumien taloudellisten vaikutusten arviointeja voidaan laajentaa edelleen ottamalla mukaan tapahtumien synnyttämät välittömät palkkatulot ja palkkaverotulot vastaavalla tavalla kuin Pekka Kauppila on tehnyt useissa matkailun aluetalousvaikutuksia tarkastelevissa tutkimuksissaan (esim. Kauppila 2016). Kauppilan kehittämässä mallissa käytetään tilastolähteinä Tilastokeskuksen palkkarakennetilastoa (Tilastokeskus 2017b) ja Kuntaliiton efektiivinen veroaste -tilastoa (Kuntaliitto 2017). Seuraavassa esimerkissä havainnollistetaan Vuokatti Hiihdon Sotkamon majoitustoimialalle aikaansaamien välittömien palkkatulojen ja palkkaverotulojen laskentaa.

Edellä laskettiin Vuokatti Hiihdon synnyttäneen Sotkamon majoitustoimialalle yhden henkilötyövuoden suuruisen välittömän työllisyysvaikutuksen. Palkkarakennetilaston mukaan vuonna 2015 majoitustoimialalla kuukausiansioiden mediaani oli 2 422 euroa. Näin ollen Vuokatti Hiihdon Sotkamon majoitustoimialalle synnyttämät palkansaajien kokonaisansiot olivat mediaanilla mitattuna 30 275 euroa ($1 * 12,5 * 2 422$ €). Laskelmassa on käytetty kerrointa 12,5 (eikä kahtatoista) siksi, että kokonaisansioihin saadaan siten arvioitua mukaan myös lomarahat.

Kuntaliiton efektiivinen veroaste -tilaston mukaan Sotkamon efektiivinen vero prosentti oli 14,86 vuonna 2015. Kokonaisansiot efektiivisellä veroasteella kertomalla Vuokatti Hiihto toi majoitustoiminnan palkkojen kautta Sotkamon kunnalle arviolta 4 499 euroa välitöntä palkkaverotuloa.

⁴ Uudempia tilastoja ei tätä kirjoitettaessa ollut vielä käytettävissä.

Kuvassa 1 on esitetty vielä kootusti tapahtumien talousvaikutusten mittaamisen prosessi edellä käsitellyt laajennukset mukaan lukien.



Kuva 1. Tapahtumien talousvaikutusten mittaamismalli. Malli pohjautuu Pekka Kauppilan matkailun aluetalousvaikutuksia käsitteleviin tutkimuksiin (esim. Kauppila 2016).

Mittaamismallin lähtökohtana on määrittää jo pidettyjen tapahtumien aikaansaamia tulo- ja työllisyysvaikutuksia. Tapahtumissa vierailevien ulkopaikkakuntalaisten synnyttämiä talousvaikutuksia on periaatteessa mahdollista arvioida myös etukäteen soveltamalla Pekka Kauppilan (2017) Kainuun ja Pohjois-Pohjanmaan matkailutieto -hankkeen puitteissa kehittämää matkailun aluetaloudellisten vaikutusten ennuste- ja arviointimallia (ks. Kauppilan artikkeli tässä julkaisussa). Tällöin laskennan menoluokittaista rahankäyttöä kuvaavina parametreinä

ei luonnollisestikaan voida käyttää tapahtumaan osallistuneiden rahankäyttötietoja, vaan osallistujien matkailukulutus on arvioitava tukeutumalla muihin lähteisiin, joita voivat olla kyseisestä tapahtumasta aiemmin tehdyt tai luonteeltaan samankaltaisista tapahtumista tehdyt rahankäyttöselvitykset. Vastaavasti laskennan keskeisenä lähtötietona oleva tapahtuman osallistujamäärä korvataan ennustemallissa tapahtuman tavoitellulla osallistujamäärällä. Muilta osin tapahtuman synnyttämien talousvaikutusten ennustaminen noudattaa pääpiirteissään kuvan 1 mittaamismallia.

Käytännön huomioita ja laskentamallin kehittämistarpeita

Lopuksi muutamia käytännön kysymyksiä, jotka pohdituttivat tapahtumien matkailukulutuksen laskennan eri vaiheissa. Eräs tällainen oli puuttuvan tiedon ongelma. Matkailukulutuksen laskennat perustuivat sähköisiin palautekyselyihin, jotka tapahtumiin osallistuneet täyttivät itse. Ensiksi toteutetuissa kyselyissä rahan käyttöön liittyvät kysymykset olivat vapaaviltoisia, minkä seurauksena osassa menoluokkia oli runsaasti puuttuvaa tietoa. Tällöin jäi epäselväksi, tarkoittiko vastaaja tyhjäksi jättämällänsä vastauksella sitä, että hän oli käyttänyt kyseiseen kulutuskohteeseen nolla euroa vai sitä, että hän ei osannut arvioida käyttämänsä rahamäärää? Kysymys on oleellinen, sillä erilaiset puuttuvan tiedon tulkinnat tuottavat erilaiset keskimääräiset rahankäytöt, mikä puolestaan vaikuttaa suoraan matkailukulutuksen suuruuteen. Ensiksi toteutetuissa kyselyissä päädyttiin siihen, että tyhjät kohdat tulkittiin puuttuvaksi tiedoksi vain niissä tapauksissa, joissa vastaaja ei ollut ilmoittanut yhdenkään menoluokan rahankäyttöä. Myöhemmissä kyselyissä vastaajat teknisesti ”pakotettiin” vastaamaan rahankäyttökysymyksiin, jolloin tätä ongelmaa ei enää ollut.

EEKA-hankkeessa tarkastelluissa tapahtumissa tapahtumien osallistumismaksut sisällytettiin kokonaisuudessaan tapahtumapaikkakunnan matkailukulutukseen. Se, kuinka suuri osuus osallistumismaksuista kohdentuu tapahtumapaikkakunnalle saattaa kuitenkin vaihdella riippuen tapahtumasta. Tutkituissa tapahtumissa osallistumismaksut muodostivat merkittävän osan matkailukulutuksesta ja niiden tarkempaa kohdentumista olisi ollut aiheellista selvittää tapahtumien järjestäviltä tahoilta.

Tapahtumien matkailukulutusten laskennassa matkan tarkoitusta koskevalla kysymyksellä suodatettiin tarkastelun ulkopuolelle sellaiset matkailijat, joille tapahtumalla itsessään ei ollut lainkaan vaikutusta heidän paikkakunnalle saapumisellensa. Perusteluna oli se, että näissä tapauksissa paikkakunnalla kulutetun rahan ei katsottu olevan tapahtumasta johtuvaa. Kyseinen rajausta on hieman tulkinnanvarainen. Tapahtumasta riippuen voi olla esimerkiksi niin, että vaikka tapahtuma ei ollutkaan matkakohteen valinnan motiivina, on tapahtumaan osallistuminen mahdollisesti pidentänyt matkailijan viipymää lisäten sitä kautta paikkakunnalle kohdistunutta matkailukulutusta.

Kokonaan oma kysymyksensä on tapahtumien arvioitu osallistujamäärä. EEKA-hankkeessa tutkituissa tapahtumissa osallistujamäärä sisältää ainoastaan tapahtumaan rekisteröityneet osallistujat. Osallistujien kokonaismäärä on käytännössä kuitenkin suurempi, kun mukaan lasketaan perheenjäsenet, huoltajat, yleisö ja muut mahdolliset tapahtumaan rekisteröitymättömät osanottajat. Matkailukulutus laskettiin kertomalla osallistujamäärä tapahtuman takia paikkakunnalle matkustaneiden osallistujien keskimääräisellä rahankäytöllä, joten todellisuutta pienempi osallistujamäärä antaa todellisuutta pienemmän matkailukulutuksen. Näin ollen edellä lasketut tapahtumien synnyttämät matkailukulutukset ovat enemmän tai vähemmän aliarvioita. Täsmällisempään osallistujamääräarvioon oltaisiin päästy kysymällä palautekyselyissä vastaajien mukana mahdollisesti matkustaneiden tapahtumaan rekisteröitymättömien osanottajien määrää.

Osallistujamäärään liittyen tärkeä seikka on niin ikään matkailijoiden ja paikallisten osuudet tapahtumaan osallistuneista. Tässä artikkelissa tarkastelluissa tapahtumissa matkailijoiden ja paikallisten osuudet otettiin kyselyaineistoista perustuen vastaajan ilmoittamaan asuinkuntaan (tai -maakuntaan) olettaen, että kyselyyn vastanneet edustivat satunnaisesti tapahtuman osallistujajoukkoa. Mikäli tapahtuman järjestäjällä on esimerkiksi ilmoittautumismakkeisiin tai vastaaviin pohjautuvaa tietoa osallistujien asuinkunnista, sen käyttö antaa täsmällisempää ja jopa aukotonta informaatiota matkailijoiden ja paikallisten suhteesta.

Lähteet

Dwyer, L., Forsyth, P. & Spurr, R. (2006). Assessing the Economic Impacts of Events: A Computable General Equilibrium Approach. *Journal of Travel Research* 45(1): 59-66.

Kauppila, P. (1999). Matkailu ja aluetalous – työkaluja matkailun taloudellisten vaikutusten arviointiin ja mittaamiseen. *Nordia Tiedonantoja* 2/1998, 115-163.

Kauppila, P. (2001). Matkailun aluetaloudelliset vaikutukset: pohjoismaisen mallin matkailijatutkimukset. *Naturpolis Kuusamo, koulutus- ja kehittämisspalvelut, tutkimuksia* 3/2001. 118 s.

Kauppila, P. (2016). Matkailun aluetaloudelliset vaikutukset Kuusamossa. *Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B Raportteja ja selvityksiä* 45. 92 s. Saatavilla osoitteesta: <http://www.theseus.fi/handle/10024/103974> (Viitattu 20.11.2017).

Kauppila, P. (2017). Matkailun aluetaloudellisten vaikutusten ennuste- ja arviointimalli: Kalajoki, Kuusamo, Oulu ja Pudasjärvi. *Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B Raportteja ja selvityksiä* 79. 72 s.

Kuosku, K., Kauppila, P. & Karjalainen, T.P. (2014). Oulanka-, Kitka- ja Kuusinkijoen kalastusmatkailun aluetaloudelliset vaikutukset. *Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos, Tutkimuksia ja selvityksiä* 3/2014. 35 s. Saatavilla osoitteesta:

https://jukuri.luke.fi/bitstream/handle/10024/532873/rktl_tut_selv_kalastusmatkailu_web.pdf?sequence=1 (Viitattu 20.11.2017).

Kuntaliitto (2017). Kuntien veroprosentit ja efektiiviset veroasteet. Saatavilla osoitteesta:

<https://www.kuntaliitto.fi/asiantuntijapalvelut/talous/verotus/kuntien-veroprosentit-ja-efektiiviset-veroasteet> (Viitattu 20.11.2017).

Matkailun edistämiskeskus (1983). Matkailun tulo- ja työllisyysvaikutukset kunta/ aluetasolla. *Matkailun edistämiskeskus A*: 36. 52 s.

Mikkonen, J., Pasanen, K. & Taskinen, H. (2008). Itäsuomalaisten tapahtumien asiakasprofiilit ja aluetaloudellinen vaikuttavuus. *Matkailualan opetus- ja tutkimuslaitoksen julkaisuja* 1. 81 s. Saatavilla osoitteesta:

https://www2.uef.fi/documents/1145891/1362833/ess_vaikuttaa_tutkimusraportti2008.pdf/848172dc-90b4-4196-bac5-1203702ca7fe (Viitattu 20.11.2017).

Pirfest ry & Innolink Research Oy (2014). Pirkanmaan festivaalien ja kulttuurikohteiden vaikuttavuus 2013. Saatavilla osoitteesta: http://www.pirfest.fi/wp-content/uploads/2016/08/Pirkanmaan_kulttuurikohteiden_vaikuttavuus2013.pdf (Viitattu 20.11.2017).

Satokangas, P. (2015). Luosto Classicin, Pyhä Unpluggedin ja Staalon teatterifestien talousvaikutukset vuonna 2014. *MTI:n julkaisusarja*. 31 s. Saatavilla osoitteesta:

<http://matkailu.luc.fi/loader.aspx?id=56f6f3ea-03c8-4c42-907a-5b1d1a4f0cc4> (Viitattu 20.11.2017).

Takalo, T. (2015). Massaliikuntatapahtuman osallistujaryhmät ja osallistumisen motiivit. Kainuun rastiviikko ja suunnistuksen MM-kilpailut 2013. Jyväskylän yliopisto, *Studies in Sport, Physical Education and Health* 223. 153 s.

Tilastokeskus (2017a). Kunnittainen toimipaikkatilasto, KunTo. Saatavilla osoitteesta:

<http://www.stat.fi/tup/yritystietopalvelu/kunnittainen-toimipaikkatilasto> (Viitattu 20.11.2017).

Tilastokeskus (2017b). Palkkarakenne. Saatavilla osoitteesta: <http://www.stat.fi/til/pra/> (Viitattu 20.11.2017).

Tuuri, H., Rumpunen, S., Kortesuoma, A. & Katajavirta, M. (2012). Etelä-Pohjanmaan kesä-tapahtumat: kävijäprofiili, kävijätyytyväisyys ja aluetaloudellinen vaikuttavuus. Seinäjoen ammattikorkeakoulu. 74 s. Saatavilla osoitteesta: <https://drive.google.com/file/d/0B4cObTI-3wjPbFBIMUllRmFqX2M/view> (Viitattu 20.11.2017).

van Wyk, L., Saayman, M., Rossouw, R. & Saayman, A. (2015). Regional Economic Impacts of Events: A Comparison of Methods. *South African Journal of Economic and Management Sciences* 18(2): 155-176.

Verohallinto (2017). Arvonlisäverotus. Saatavilla osoitteesta: <https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/tietoa-yritysverotuksesta/arvonlisaverotus/> (Viitattu 20.11.2017).

