

# MATKAILUALAN HANKETOIMINNAN JA VER- KOSTOITUMISEN VAIKUTUS ALAN ELINKEI- NOON

PVA-menetelmä Oulun Eteläisen alueella

**Anne Savikoski**

Opinnäytetyö  
Maaliskuu 2010

Palveluliiketoiminnan koulutusohjelma  
Matkailu-, ravitsemis- ja talousala,  
ylempi AMK



Tekijä(t) SAVIKOSKI, Anne	Julkaisun laji Opinnäytetyö	Päivämäärä 23.03.2010
	Sivumäärä 68	Julkaisun kieli suomi
	Luottamuksellisuus ( ) saakka	Verkkojulkaisulupa myönnetty ( x )
Työn nimi MATKAILUALAN HANKETOIMINNAN JA VERKOSTOITUMISEN VAIKUTUS ALAN ELINKEINOON PVA-menetelmä Oulun Eteläisen alueella		
Koulutusohjelma Palveluliiketoiminnan koulutusohjelma, ylempi amk		
Työn ohjaaja(t) RYTTYLÄINEN, Katri ja MERTANEN, Enni		
Toimeksiantaja(t) Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulu		
Tiivistelmä Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, mitkä ovat Oulun Eteläisen alueen matkailualan toimijoiden eli yrittäjien, hankerahoittajien, hankehallintojien, asiantuntijaorganisaatioiden ja myös alueen asukkaiden näkemykset matkailuhankkeiden merkityksestä ja verkostoitumisesta alueen matkailun elinkeinon kehittämisessä. Tavoitteena oli myös selvittää, miten nämä toimijat kokevat päättyneiden hankkeiden vaikutuksen elinkeinon kehittämisessä ja miten he kokevat matkailualan toimijoiden verkostoitumisen merkityksen toiminnassaan.  Opinnäytetyössä sovellettiin palvelujen vaikutuksen arviointi- eli PVA - menetelmää. Sen lähtökohdiana on ihmisiin kohdistuvien vaikutusten arviointimenetelmä eli IVA. Aineisto kerättiin teemahaastattelulla syksyn 2008 ja kevään 2009 aikana Oulun Eteläisen alueen matkailualan toimijoilta niin, että haastatteluun osallistui jokaista toimijaa edustava henkilö (n=11).  Tulosten mukaan matkailualan hanketoiminnan rahoittajien kannattaa myöntää rahoitusta tulevaisuudessakin elinkeinon kehittämiseen hanketoiminnan kautta. Hankkeiden rahoittamisella varsinkin yrittäjät saavat elinkeinon kehittämiseen resurssuja, joita muuten ei juuri ole käytettävissä. Matkailualan verkostoituminen koetaan lähinnä yhteismarkkinoinnin kehittämiseksi. Verkostoituminen kannattaa aloittaa ensin lähialueen toimijoiden kanssa ja sen jälkeen verkostoitua koko Oulun Eteläisen alueen matkailualan verkostoksi.  Jatkossa olisi tärkeää soveltaa PVA-menetelmää laajana arviontina Oulun Eteläisen alueen matkailututkimuksessa sekä selvittää alueen matkailutuloja.		
Avainsanat (asiasanat) matkailuala, hanketoiminta, verkostoituminen, PVA- arviointimenetelmä		
Muut tiedot		



thor(s) SAVIKOSKI, Anne	Type of publication Master's Thesis	Date 23.03.2010
	Pages 68	Language Finnish
	Confidential ( ) Until	Permission for web publication (x )
Title THE EFFECTS OF TOURISM PROJECTS AND NETWORKING ON THE INDUSTRY Service Impact Assessment in Oulu South Region		
Degree Programme Master's Degree Programme in Hospitality Management		
Tutor(s) RYTTYLÄINEN, Katri and MERTANEN, Enni		
Assigned by Central Ostrobothnia University of Applied Sciences		
Abstract The aim of the thesis was to study the importance of public development projects, such as net- working program, for the tourism industry in Oulu South region. Private entrepreneurs, project financiers and administrators, expert-organizations, and inhabitants of the region were inquired about their experiences the subject. They were also requested to personally evaluate the influence of such program on the tourism industry.  The thesis applied a method called service impact assessment, SIA. Its basis is in human impact assessment, HIA. The material was collected during the autumn of 2008 and the spring of 2009 in Oulu South region by interviewing one participant from each operator group of the tourism industry (n=11).  According to the results, the financiers of the tourism industry projects should still grant financing in the future to further develop the tourism industry through different projects. With the financial support-, especially the private entrepreneurs receive resources to expand their businesses. Net- working in the tourism industry was mainly seen as an effective tool to improve co-marketing. It is recommended to start networking first with operators in neighboring area and later on with the whole Oulu South region.  In the future it would be important to apply the SIA-method more comprehensively (called policy evaluation) in the studies of tourism industry in Oulu South region. There is a need to examine the amount of income the tourism industry generates to the economy of Oulu South region.		
Keywords  tourism industry, project, networking, SIA- method		
Miscellaneous		

## SISÄLTÖ

<b>1 JOHDANTO.....</b>	<b>4</b>
<b>2 TAVOITTEET JA TUTKIMUSKYSYMYKSET .....</b>	<b>6</b>
<b>3 OULUN ETELÄISEN ALUE .....</b>	<b>7</b>
3.1 Oulun Eteläisen alue matkailukohteena .....	9
3.2 Oulun Eteläisen alueen matkailualan toimijat .....	12
3.2.1 Oulun Eteläisen aluekeskusohjelma .....	13
3.2.2 Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulu ja CENTRIA.....	16
3.2.3 Kalajoen ammattiopisto Artema.....	17
3.2.4 Ylivieskan seutukunta.....	18
3.2.5 Nivala - Haapajärven seutukunta.....	19
3.2.6 Haapaveden - Siikalatvan seutukunta .....	20
3.2.7 Oulun Eteläisen alueen matkailutoimiala ja yritystoiminta .....	21
3.3 Palveluprosessi.....	23
3.4 Oulun Eteläisen matkailun kehittämisen haasteet.....	24
3.5 Matkailuyritysten verkostoituminen.....	25
3.6 Matkailualan hanketoiminta.....	27
<b>4 PALVELUJEN VAIKUTUKSEN ARVIOINTIMENETELMÄ.....</b>	<b>29</b>
4.1 IVA – ennakoarviointimenetelmä lähtökohtana .....	29
4.2 Palvelujen vaikutusten arviointi eli PVA .....	30
4.3. Eri vaihtoehtoisten mallien kuvaaminen .....	32
4.4 Matkailualan toiminnan tavoitteet.....	35
4.5 PVA-aineiston hankinta.....	37
4.6 PVA-aineiston analyysi .....	40
<b>5 MATKAILUALAN HANKETOIMINTA JA VERKOSTOITUMINEN</b>	
<b>OULUN ETELÄISEN ALUEELLA .....</b>	<b>41</b>
5.1 Matkailualan hanketoiminta.....	42
5.1.1 Hanketoiminnan nykytilanne (VE0).....	42
5.1.2 Hankerahoitusta ei myönnetä (VE1) .....	43
5.1.3 Matkailuelinkeino kehittyy (VE2).....	43
5.2 Matkailualan toimijoiden verkostoituminen.....	45
5.2.1 Toimijoiden asennoituminen verkostoitumiseen(VE0) .....	45
5.2.2 Toimijoiden resurssien loppuminen (VE1).....	45

5.2.3 Mielenkiinto verkostoitumiseen (VE2).....	46
5.3 Oulun Eteläisen alueen tunnettuus .....	47
5.3.1 Nykytilanne (VE0).....	48
5.3.2 Matkailualan negatiivinen tulevaisuuden kuva (VE1).....	49
5.3.3 Matkailualan positiivisin tulevaisuuden kuva (VE2) .....	49
<b>6 POHDINTA JA JOHTOPÄÄTÖKSET .....</b>	<b>52</b>
6.1 Vaihtoehtoiset mallit Oulun Eteläisen alueen kehittämisessä .....	53
6.2 PVA-menetelmä Oulun Eteläisen alueen kehittämisen työkaluna.....	55
6.3 Opinnäytetyön johtopäätökset.....	57
6.4 Jatkotutkimushaasteet .....	58
<b>LÄHTEET .....</b>	<b>60</b>
<b>LIITTEET .....</b>	<b>65</b>
Liite1. PVA- taulukko .....	65
Liite 2. Haastattelussa esitetyt kysymykset. Esimerkkinä matkailuyrittäjät.....	66
Liite 3. Määritelmät.....	68

## KUVIOT

KUVIO 1. Oulun Eteläinen (Oulun Eteläisen aluekeskusohjelma 2008).....	7
KUVIO 2. Elinkeinorakenne Oulun Eteläisen alueella vuonna 2007 (Tilastokeskus 2007) .....	8
KUVIO 3. Oulun Eteläisen matkailualueet (Oulun Eteläisen matkailustrategia 2004-2010) .....	9
KUVIO 4. Palveluprosessi asiakasrajapinnassa (Brax 2007; Jaakkola ym. 2009).....	24
KUVIO 5. Matkailualan verkoston kerroksinen rakenne (Komppula 2000, 50-51, Törnroosin (1979 mukaan) .....	26
KUVIO 6. PVA-menetelmän vaiheistukset (Mertanen & Ryttyläinen 2010).....	31

## TAULUKOT

TAULUKKO 1. Oulun Eteläisen alueen matkailualueiden profiloituminen .....	10
TAULUKKO 2. Oulun Eteläisen alueella rekisteröidyt yöpymiset seutukunnittain vuonna 2008 (Tilastokeskus 2009) .....	11
TAULUKKO 3. Matkailualan toimijoiden kehittämistehtävät .....	13
TAULUKKO 4. Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulun tutkimus- ja kehittämisyksikkö CENTRIAn hallinnoimat hankkeet vuosina 2004 - 2008 (Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulu 2010).....	17
TAULUKKO 5. Kalajoen ammattiopisto Arteman hallinnoimat matkailualan hankkeet vuosina 2000-2007 (Hietala, 2010).....	18
TAULUKKO 6. Nivala- Haapajärven osarahoittamat matkailualan hankkeet vuosina 2001-2007 (Nivala-Haapajärven seutukunta 2008) .....	20
TAULUKKO 7. Oulun Eteläisen alueen seutukunnat ja majoitus- ja ravitsemisalan toimipaikat vuonna 2008 (Tilastokeskus 2008).....	22
TAULUKKO 8. Matkailualan toiminnan kohteet ja tavoitteet Oulun Eteläisen alueella .....	36
TAULUKKO 9. Haastateltavat seutukunnittain .....	39
TAULUKKO 10. PVA-menetelmän yhteenveto.....	51

# 1 JOHDANTO

Oulun Eteläisen aluetta - Ylivieskan, Nivala-Haapajärven sekä Haapavesi-Siikalatvan seutukuntia - tunnetaan heikosti kansallisena ja kansainvälisenä matkailukohteena. Tällä hetkellä tunnetuin matkailukohde on Kalajoen Hiekkasärkät alueen länsirannikolla. Oulun Eteläisen alueella on tehty vähän matkailuyritysten toimintaan ja hanketyön vaikuttavuuteen liittyvää tutkimusta. Tämän opinnäytteen tavoitteena on selvittää matkailualan toimijoiden verkostoitumisen ja hanketoiminnan merkitystä matkailualan kehittämisessä Oulun Eteläisen alueella. Alueen matkailualan yritykset, kehittäjät ja matkailuhankkeiden hallinnoijat tarvitsevat tutkimustietoa alueellisen yhteistyön ja verkostoitumisen vaikutuksista kilpailukyvyn edistämiseksi.

Oulun Eteläisen alueen matkailustrategissa (2004) nimettiin alueen matkailun kehittämiskohteiksi Kalajoen Hiekkasärkkien lisäksi myös Ylivieskan alueen ostosmatkailu eli ostoskeskus Kärkkäisen alue ja Keskipisteen eli nelostien varren metsästysmatkailualue. Alueen matkailustrategian (2004) mukaan suurimpia matkailualan haasteita alueella on laajentaa matkailun kiinnostavuutta kesäkuukausien ulkopuolelle, yhtenäistää alueen matkailuelinkeinoa ja tehostaa matkailumarkkinointia. (Oulun Eteläisen alueen matkailustrategia 2004-2010.)

Oulun Eteläisen aluekeskusohjelma on rahoittanut vuonna 2007 päättyneellä EU-ohjelmakaudella Oulun Eteläisen alueen matkailuverkoston eli matkailun kehittämisympäristön toimintaa. Sen tärkein tehtävä on ollut tehdä Oulun Eteläisen alueesta yhtenäinen matkailutoimijoiden alue. Verkoston toimintaa on koordinoanut Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulun tutkimus- ja kehitysyksikön, CENTRIAn matkailutiimi. Vuoden 2007 jälkeen on käyty keskustelua matkailuverkoston toiminnan jatkumisesta ja sen rahoittamisen tarpeellisuudesta. (Oulun Eteläisen aluekeskusohjelma 2008.)

Matkailuelinkeinon kehittämisen tärkeinä työkaluina ovat olleet erilaiset EU-rakennerrahastojen ja muiden kansallisten sekä kansainvälisten rahastojen rahoittamat hankkeet. Näitä hankkeita ovat hallinnoineet mm. CENTRIA ja Kalajoen ammattiopisto Artema. Taloudellisen laman ja EU:n alkaneen ohjelmakauden tuomien muutoshaasteiden myötä on tarpeellista kyseenalaistaa myös tämä toiminta. Ovatko alueelliset matkailuasiantuntijaorganisaatiot varteenotettavia matkailun kehittäjiä ja matkailualan hankkeiden hallinnoijia Oulun Eteläisen alueella myös nykyisen ohjelmakauden kehittämistyössä?

Tässä opinnäytetyössä sovelsin palvelujen vaikutusten arviointimenetelmää eli PVA:ta, joka perustuu ihmisiin kohdistuvien vaikutusten ennakoarviointimenetelmään eli IVA:an. Palvelujen ennakoarviointimenetelmä, PVA on otettu käyttöön Jyväskylän ammattikorkeakoulun ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon palveluliiketoiminnan koulutusohjelmassa vuonna 2009. Tämä opinnäytetyö testaa osaltaan PVA:n soveltuvuutta kehittämisen työkaluna matkailualalla.

Tämä opinnäytetyö keskittyy vuosien 2000 - 2007 matkailualan toimintaan Oulun Eteläisen alueella. Työskentelin vuosina 2004 - 2008 matkailu- ja ravitsemisalalan hanketoimijana ja opettajana Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulussa Ylivieskassa. PVA-menetelmään liittyvään haastatteluun valitut henkilöt toimivat silloin Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulun ja sen tutkimus- ja kehittämissyksikön, CENTRIAn, yhteistyökumppaneina Oulun Eteläisen alueella. Haastateltavina oli myös alueen asukkaita. Opinnäytetyön tulokset perustuvat PVA-menetelmän tuottamaan aineistoon.



## 2 TAVOITTEET JA TUTKIMUSKYSYMYKSET

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, mitkä ovat matkailuyrittäjien, rahoittajien, asiantuntijaorganisaatioiden (CENTRIA Tutkimus ja kehitys, Kala-joen ammattiopisto Arteman) ja Oulun Eteläisen alueen asukkaiden näkemykset matkailuprojektien eli hankkeiden merkityksestä Oulun Eteläisen alueen matkailun elinkeinon kehittämisessä. Tavoitteena on myös selvittää, miten edellä mainitut toimijat kokevat päättyneiden hankkeiden vaikutuksen elinkeinon kehittämisessä ja miten he kokevat matkailualan toimijoiden verkostoitumisen merkittävyyden toiminnassaan.

Tämän opinnäytetyön tutkimuskysymykset ovat:

1. Miten päättyneet matkailualan projektit tai hankkeet näkyvät Oulun Eteläisen alueen matkailualan elinkeinon kehittämisessä nyt tulevaisuudessa?
2. Mikä on matkailuyritysten ja muiden matkailualan toimijoiden keskinäisen verkostoitumisen merkitys matkailuelinkeinon kehittämisessä Oulun Eteläisen alueella nyt ja tulevaisuudessa?

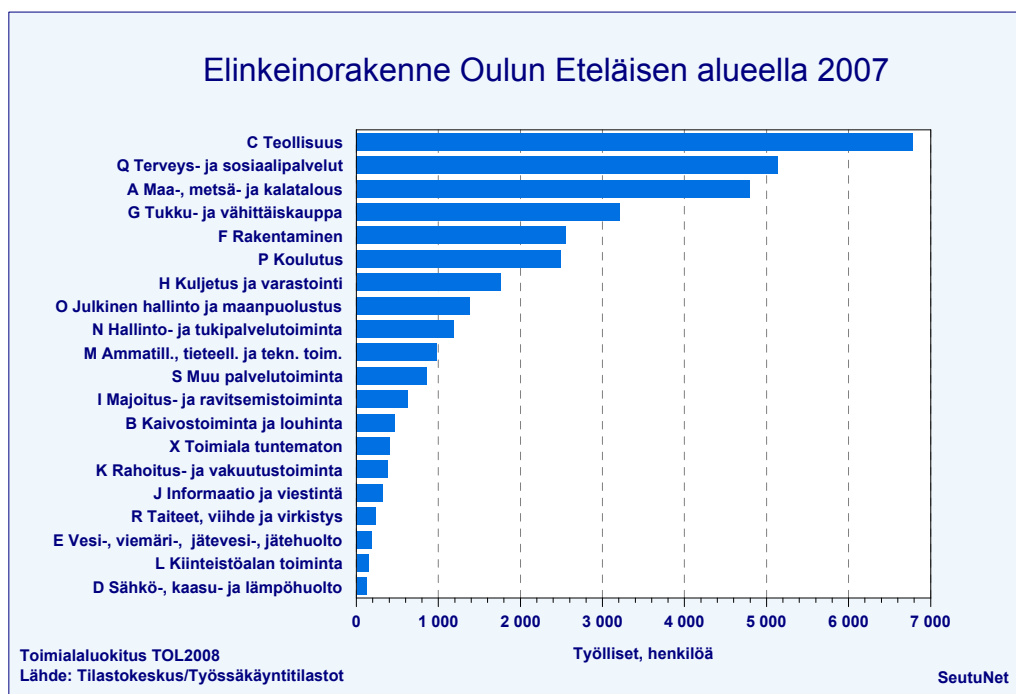
### 3 OULUN ETELÄISEN ALUE

Oulun Eteläisen alueen muodostavat kolme seutukuntaa, eli Haapavesi- Siikalatvan, Nivala-Haapajärven ja Ylivieskan seutukunnat. Alue sijoittuu osittain Keski- ja Pohjois-Pohjanmaan maakuntien alueelle keskisessä Suomessa. Nämä kolme seutukuntaa muodostuvat 14 kunnasta (Kuvio 1). Oulun Eteläisen alueella asuu 88 000 ihmistä, mikä on neljännes koko Pohjois-Pohjanmaan väestöstä. Alueen asukkaista alle 25-vuotiaita on noin 35 %. Pienet kaupungit, kuntataajamat, kylät ja maaseutu muodostavat Oulun Eteläisen alueesta monipuolisen asuinympäristön. (Oulun Eteläisen aluekeskusohjelma 2008.)



KUVIO 1. Oulun Eteläinen (Oulun Eteläisen aluekeskusohjelma 2008.)

Oulun Eteläisen alueella teollisuuden merkitys työllistäjänä on tärkeä. Vuonna 2007 Tilastokeskuksen tekemän tilaston (kuvio 2) mukaan teollisuudessa työskenteli vajaa 7 000 henkilöä. Majoitus- ja ravitsemistoiminnan sekä muiden palvelualojen osuus elinkeinorakenteesta on ollut kasvussa viimeisen kymmenen vuoden aikana. Vuonna 2007 nämä alat työllistivät alueella noin 1 300 henkilöä. (Tilastokeskus 2007.)



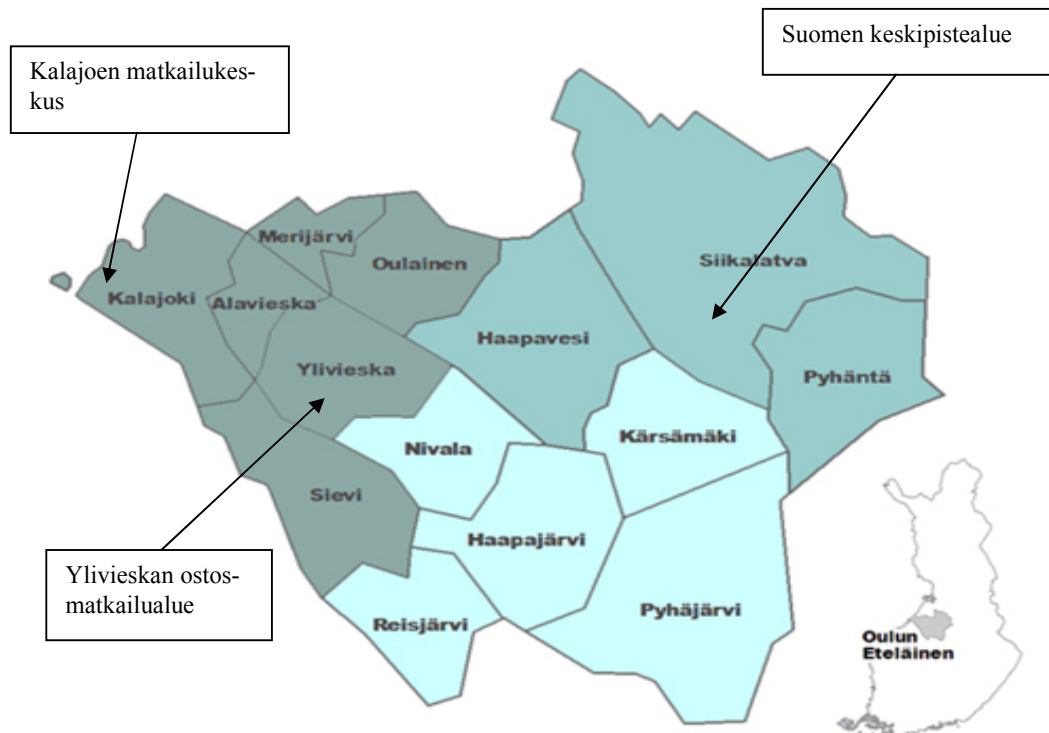
KUVIO 2. Elinkeinorakenne Oulun Eteläisen alueella vuonna 2007 (Tilastokeskus 2007.)

Majoitus- ja ravitsemisalalan toiminta keskittyy Haapavesi-Siikalatvan, Nivala-Haapajärven ja Ylivieskan seutukunnissa matkailullisiin keskuksiin eli matkailualueisiin. Nämä matkailualueet esittelen seuraavassa alaluvussa 3.1. Toisaalta osa majoitus- ja ravitsemisalalan yrityksistä toimii myös seutukuntien ja seutukunnissa olevien kuntien keskuksissa, jotka voivat sijaita kaukana seutu-

kunnan matkailualueista. Esimerkiksi Kalajoen kaupungin keskustaajama sijaitsee noin kahdeksan kilometriä Kalajoen Hiekkasärkkien alueesta, joka on Oulun Eteläisen alueen tunnetuin matkailualue.

### 3.1 Oulun Eteläisen alue matkailukohteena

Oulun Eteläisen alue matkailukohteena koostuu kolmesta matkailualueesta, Suomen keskipistealueesta, Kalajoen matkailukeskuksesta ja -alueesta sekä Ylivieskan ostosmatkailualueesta (Kuvio 3).



KUVIO 3. Oulun Eteläisen matkailualueet (Oulun Eteläisen matkailustrategia 2004-2010.)

Jokaisella matkailualueella on selkeästi erityisiä profiilitekijöitä yhteisten matkailullisten piirteiden lisäksi. (Taulukko 1.) Suomen keskipisteen alueella, joka

sijaitsee Haapavesi-Siikalatvan seutukunnassa, vetovoimatekijänä on luonto ja siihen liittyvä erämatkailu. Kalajoen matkailukeskus sijaitsee alueen länsirannikolla, Ylivieskan seutukunnassa. Sen vahvuutena ovat meri, leirintä-, huvipuistoalue ja kylpylä-hotelli. Ylivieskassa, Ylivieskan seutukunnassa, sijaitsee Kärkkäisen ostoskeskus, jonka tunnettuuden myötä Ylivieskan kaupunki on kasvanut ostosmatkailukeskukseksi. (Oulun Eteläisen matkailustrategia 2004-2010.)

TAULUKKO 1. Oulun Eteläisen alueen matkailualueiden profiloituminen

<b>Matkailualue</b>	<b>Sijainti OE-alueella</b>	<b>Matkailullinen profiilitekijä</b>
Kalajoen matkailukeskus	Ylivieskan seutukunta	meri, huvipuisto, leirintä-alue, kylpylä-hotelli
Suomen keskipistealue	Haapavesi - Siikalatvan seutukunta	luonto, erämatkailu, 4-tien läpikulku
Ylivieskan ostosmatkailu-alue	Ylivieskan seutukunta	Kärkkäisen ostoskeskus

Tilastokeskuksen (2009) keräämien tietojen mukaan vuonna 2008 Oulun Eteläisen alueella rekisteröityjä yöpymisiä oli yhteensä noin 305 300 kpl. (Taulukko 2.) Tähän lukuun on tilastoitu Haapavesi-Siikalatvan seutukunnan alueen yöpymiset yhdessä Raahen seudun kanssa. Erillistä, pelkästään Haapavesi-Siikalatvan seutukunnan alueen (Haapavesi-Siikalatvan seutukunta kuuluu Oulun Eteläisen alueeseen) yöpymistilastoa Tilastokeskuksen kokoamista tilastoista ei voi saada. Myöskään Pohjois-Pohjanmaan liitto, maakunnan suunnittelu- ja kehittämistyöstä vastaavana organisaationa, ei kokoa erillistä tilastoa Haapavesi-Siikalatvan seutukunnan alueesta. Alueen matkailukeskuksen, Kalajoen Hiekkasärkkien, osuus rekisteröidyistä yöpymisistä vuonna 2008 oli 225 742 kpl eli 74 % kaikista alueella tilastoiduista yöpyjistä. Tämä selittää myös Ylivieskan seutukunnan moninkertaisen rekisteröityjen yöpymisten määrän verrattuna muihin seutukuntiin. Suomalaisten yöpymisiä rekisteröidyistä yöpymisistä oli 94 prosenttia ulkomaisten matkailijoiden osuuden

jäädessä vajaaseen 6 prosenttiin. Suurin osa alueella yöpyvistä ulkomaisista matkailijoista tuli Venäjältä, Isosta-Britanniasta ja Saksasta. (Tilastokeskus 2009.)

TAULUKKO 2. Oulun Eteläisen alueella rekisteröidyt yöpymiset seutukunnittain vuonna 2008 (Tilastokeskus 2009.)

<b>Seutukunta</b>	<b>Rekisteröidyt yöpymiset yhteensä</b>	<b>Osuus prosentteina</b>
Nivala-Haapajärvi seutukunta	26 399	8,6%
Ylivieskan seutukunta Kalajoki	249 923 225 742	81,9% 74%
Raahen seutu, joka sisältää Haapavesi-Siikalatvan seutukunnan	28 907	9,5%
<b>Yhteensä</b>	305 229	100%

Matkan tarkoituksen mukaan ryhmiteltynä vapaa-aikaa viettävien matkailijoiden yöpymisien osuus oli 73,4 % ja liikematkailijoiden osuus 26,1 % yöpymisistä tällä alueella. Muu matkan tarkoitus oli 0,5%:lla alueen yöpymisistä. (Tilastokeskus 2009.)

Alueen matkailun kokonaisvolyymien tarkastelussa on otettava huomioon, että yöpyjien lisäksi alueen matkailuyrityksissä on runsaasti varsinkin kesä kautena päiväkävijöitä. Esimerkiksi arviot Kalajoen Hiekkasärkkien vuotuisista kävijämääristä vaihtelevat 800 000 ja miljoonan kävijän välillä. Alueella on myös runsaasti loma-asuntoja sekä maaseutumatkailuyrityksiä, joiden kokonaiskävijämäärät eivät käy ilmi pelkistä yöpymistilastoista. Tilastokeskus rekisteröi edellä mainittuihin yöpymisiin ne majoitusliikkeet (hotellit, lomakylät, retkeilymajat, leirintäalueet yms.), joissa on vähintään 10 huonetta tai mökkiä. Näin

ollen Oulun Eteläisen aluetta on vaikea kuvata matkailukohteena pelkästään tilastojen perusteella.

Edellä esitetyssä tilastossa ei näy myöskään yksityisten henkilöiden loma-asunto-toiminta päättyneellä ohjelmakaudella. Vuonna 2008 tehdyn matkailuselvityksen mukaan Oulun Eteläisen alueella oli yksityisessä omistuksessa olevia loma-asuntoja ja mökkejä yhteensä 4 330 kpl. Niistä 1 750 kpl eli 40 % sijaitsi Kalajoen ja Ylivieskan alueella. (Nuottimäki 2009.)

### **3.2 Oulun Eteläisen alueen matkailualan toimijat**

Julkisen sektorin toimijat osallistuvat matkailualan kehittämiseen esimerkiksi, osallistumalla matkailualan hanketoiminnan julkiseen rahoitusosuuteen. Keskeinen rooli matkailun julkisen tuen myöntäjänä on ollut useilla eri ministeriöillä, työvoima- ja elinkeinokeskuksilla (TE- keskuksilla) ja sen eri osastoilla, maakuntien liitoilla ja lääninhallituksilla sekä myös kunnilla. Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskukset eli ELY- keskukset perustettiin 1.1.2010. ELY- keskuksiin on koottu entisten TE-keskusten, alueellisten ympäristökeskusten, tiepiirien sekä lääninhallitusten liikenne- ja sivistysosastojen tehtäviä ja palveluita. Osa palveluista siirtyi samaan aikaan perustettuihin aluehallintovirastoihin (AVI). (Elinkeino-, liikenne- ja ympäristöministeriö 2010.)

Suomen EU-jäsenyydestä eli vuodesta 1995 alkaen Euroopan unionin osarahoittamien hankkeiden merkitys ja osuus kaikesta matkailun julkisin varoin tuetusta hanketyöstä on ollut suuri. Jotta yksittäisen hankkeen kokonaisrahoitus toteutuu, hankkeen budjetti rakentuu yleensä edellä mainitusta julkisesta rahoitusosuudesta sekä yksityisten toimijoiden (=yritysten) rahoitusosuuksista.

Seuraavaksi esitän (Taulukko 3) ne Oulun Eteläisen alueen matkailualan toimijat ja heidän kehittämissä tehtävinä, jotka ovat olleet mukana kehittämässä matkailuelinkeinoa vuonna 2007 päättyneellä EU-ohjelmakaudella osallistumalla matkailualan hanketoimintaan rahoittajina, asiantuntijoina, hallinnoijina tai yrittäjinä.

TAULUKKO 3. Matkailualan toimijoiden kehittämistehtävät

<b>Matkailualan toimijat</b>	<b>Matkailualan kehittämistehtävät</b>
Oulun Eteläisen aluekeskusohjelma, KOKO-ohjelma vuonna 2010	yriytysten liiketoiminnan ja kilpailukyvyyn kehittäminen matkailualan kehittämissympäristössä
Ylivieskan seutukunta	hankerahoitus
Nivala-Haapajärven seutukunta	hankerahoitus
Haapavesi- Siikalatvan seutukunta	hankerahoitus
Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulu, Tutkimus- ja kehittämissyksikkö, CENTRIA	hankehallinnointi, hankerahoitus, matkailualan asiantuntijuus, koulutus
Kalajoen ammattiopisto Artema	hankehallinnointi, hankerahoitus, matkailualan asiantuntijuus, koulutus
Matkailualan toimipaikat	liiketoiminta, osallistuminen hanketoimintaan, osallistuminen hankerahoitukseen yksityisrahoitusosuudella

### 3.2.1 Oulun Eteläisen aluekeskusohjelma

Oulun Eteläisen aluekeskusohjelma eli AKO oli osa valtakunnallista sisäasiainministeriön koordinoimaa aluekeskusohjelmaa vuoteen 2009 saakka. Ohjelman päätavoitteena oli elinkeinojen ja osaamisen kehittäminen alueella. Aluekeskusohjelma tuki myös yhteistyötä kuntien välillä. Palvelujen kehittäminen oli pääasiassa seutukuntien sisäistä työtä. Koko Oulun Eteläisen laajuisesti kunnat tekivät yhteistyötä mm. sosiaali- ja terveyspalvelujen ja sähköisten palvelujen kehittämisessä. Oulun Eteläisen aluekeskusohjelman eri toimialojen kehittämistyökaluina olivat kehittämissympäristöjen verkostot. Näitä verkostoja olivat mm. elintarviketuotanto ja maaseutu, hyvinvointi, matkailu, ICT-



teollisuus, kansainvälistyminen, kulttuuri, metalliteollisuus, puutuoteteollisuus. (Oulun Eteläisen aluekeskusohjelma 2008.)

Matkailun toimialan toimijoiden verkostoituminen tarkoituksenmukaisella tavalla on yksi koko aluetta kattavan strategiatyön perusedellytyksistä. Vuoteen 2007 saakka verkostoitumisen tärkeänä tukena on ollut Oulun Eteläisen aluekeskusohjelman koordinoima matkailuverkoston toiminta. Matkailuverkosto oli kaikille matkailualan toimijoille tarkoitettu alan kehittämis- ja yhteistyöfoorumi. Sen tehtävänä oli koota yhteen alan toimijat, tiedottaa, vaikuttaa alan koulutuksen ja tutkimustoiminnan suuntaamiseen sekä toimia alan kehittämishankkeiden edistäjänä. Verkoston tavoitteena oli, että alueella toteutetaan yrittäjiä ja muita alan toimijoita monipuolisesti palvelevaa tutkimus- ja kehitystoimintaa. Verkosto teki yhteistyötä muiden aluekeskusohjelman verkostojen kanssa. (Oulun Eteläisen matkailustrategia 2004 - 2010.)

Vuosina 2000-2006 Oulun Eteläisen aluekeskusohjelman matkailuverkosto-toiminnalla pyrittiin verkottamaan alueen matkailupalveluja ja kehittämään matkailua toimialana. Tehtävänä oli myös laatia alueen tarpeista syntyvät suunnitelmat matkailun kehittämis-, koulutus- ja tutkimushankkeista sekä tukea niiden toteuttamista. Matkailuverkostoa koordinoi silloin CENTRIA, Tutkimus ja kehitys Ylivieskassa. Vuoden 2007 alusta lähtien aluekeskusohjelman matkailuverkoston toiminta muutettiin kehittämisympäristöksi. (Oulun Eteläisen aluekeskusohjelma 2008.)

Oulun Eteläisen alueen matkailustrategia laadittiin vuonna 2004, jolloin matkailuverkoston toiminta oli turvattu vuoteen 2006 saakka. Sen jälkeen tilanne on ollut epäselvä. Oulun Eteläisen aluekeskusohjelma ei ole tehnyt päätöstä matkailuverkoston eli nykyisin matkailun kehittämisympäristön toiminnan rahoittamiseen vuosille 2007- 2013. Rahoitusta saatiin vuonna 2007 erillisrahoituksena 10 000 euroa, mutta vuoden 2008 jälkeen jatkorahoitusta ei ole myönnetty edes vuositasolla. Vuosina 2009 - 2010 Oulun Eteläisen aluekeskuksen matkailun kehittämisympäristön toimintaa koordinoi ja rahoittaa CENTRIA, Tutkimus ja kehitys, Ylivieskassa. (Soukka, 2009.)

Oulun Eteläisen aluekeskusohjelma on siirtymässä alueelliseen koheesio- ja kilpailukykyohjelmaan eli KOKO- ohjelmaan vuoden 2010 aikana. KOKO - ohjelma on valtioneuvoston aluepoliittinen erityisohjelma, jolla tuetaan paikallistason strategista kehittämistyötä ja parannetaan alueen kehittämiseen osallistuvien toimijoiden yhteistyötä. KOKO- ohjelmalla rakennetaan alueelle sen omiin lähtökohtiin pohjautuva alueellisen kehittämisen ohjelma. Sen tavoitteena on alueiden kilpailukyyn parantaminen. (Oulun Eteläisen aluekeskusohjelma 2008.)

Ylivieskan seutukunta (2008) on nimennyt Koheesio- ja kilpailukykyohjelman ohjelmaehdotuksessaan seutukunnan KOKO - ohjelman tavoitteiksi vuosille 2010 - 2013 seuraavat asiat:

1. Teollisuuden ja maatalouden rakennemuutoksen hallinta
2. Palveluliiketoiminnan monipuolinen kasvu
3. Seudun houkuttelevuuden vahvistaminen
4. Alueen osaamisen ja koulutuksen vahvistaminen
5. Alueen sisäisen ja ulkoisen saavutettavuuden parantaminen mm. verkostoituminen (Ylivieskan seutukunta 2008, 6.)

Nivala-Haapajärven ja Haapaveden-Siikalatvan seutukunnat ovat nimenneet Koheesio- ja kilpailukykyohjelmaehdotuksessaan (2009) tavoitteekseen ns. kasvun imun, jonka perusteena laadukas aluepolitiikka, osaava, työvoima, monipuolinen väestörakenne, yrittäjyys ja joustava päätöksenteko. Näihin tavoitteisiin he tähtäävät seuraavilla toimenpidekokonaisuuksilla:

1. Yritystoiminta
2. Maaseutu ja luonnonvarat
3. Osaaminen ja koulutus
4. Vetovoimaisuus
5. Kuntapalvelut
6. Arviointi ja seuranta (NHS-KOKO 43 2009, 7-15.)

### 3.2.2 Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulu ja CENTRIA

Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulun (KPAMK), Ylivieskan yksikkö sijaitsee Pohjois- Pohjanmaan maakunnassa, Oulun Eteläisen alueella. Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulussa ammattikorkeakouluopetus käynnistyi 1992. Lukuvuonna 2009 Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulussa opiskelee noin 3300 opiskelijaa kuudella koulutusallalla 26 eri koulutusohjelmassa. Ylivieskan yksikössä korkeakoulututkinnon voi opiskella tekniikassa, sosiaali- ja humanistisella alalla, kaupan ja hallinnon alalla sekä matkailussa. Ylivieskan yksikössä toimii myös CENTRIA Tutkimus- ja kehitysyksikkö, jonka tehtävänä on tukea alueen yritystoimintaa mm. hanketoiminnan kautta. CENTRIAn henkilöstömäärä on noin 50 henkilöä. (Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulu 2009.)

CENTRIAn kehittämistyö on ns. tiimitoimintaa. Tiimit ovat perustettu toimialoittein. CENTRIAssa toimii myös matkailutiimi, joka koordinoi matkailuhankkeita ja toimii alueen matkailuelinkeinon kehittäjänä. Se perustettiin matkailun koulutusohjelman alkaessa vuonna 2002. Matkailutiimi on koordinoi myös Oulun Eteläisen alueen matkailuverkoston toimintaa, jota Oulun Eteläisen aluekeskusohjelma on rahoittanut vuosina 2004 - 2006. Oulun Eteläisen aluekeskusohjelma antoi CENTRIAlle ns. erillisrahoituksen vuodelle 2007. Seuraaville vuosille rahoitusta ei ole myönnetty. CENTRIA jatkaa matkailun kehittämissäytöns toimintaa omalla rahoituksella. (Soukka, 2009.)

CENTRIAn matkailualan hanketoiminta alkoi samaan aikaan matkailun koulutusohjelman kanssa. Ensimmäiset varsinaisen hankerahoituksen myötä hanketoiminta alkoi vuonna 2004. (Taulukko 4). Sen jälkeen hanketoiminta on jatkunut ja laajentunut vuosittain.

TAULUKKO 4. Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulun tutkimus- ja kehittämissyksikkö CENTRIAn hallinnoimat hankkeet vuosina 2004 - 2008 (Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulu 2010.)

Hankkeen nimi	Toiminta-aika	Kustannusarvio(€)
Matkailualan yrittäjien koulutustarveselvitys	01.04.2004 - 31.07.2004	8 395
Marriage to the Sea	13.12.2004 - 30.06.2005	36 580
Liikunnallisten matkailun hyvinvointipalvelujen kehittäminen	01.03.2005 - 28.02.2006	58 337
Kylämatkailu Oulun Eteläisessä	01.06.2005 - 31.03.2006	20 000
ISTO- Itsenäistä suoriutumista ja osallisuutta tukevat toimintaympäristöt	01.08.2006 - 31.08.2008	235 800
Hyvinvointimatkailusta Oulun Eteläisen länsiosan kärkituote	01.01.2007 – 28.2.2008	27 100

### 3.2.3 Kalajoen ammattiopisto Artema

Kalajoen ammattiopisto Artemassa on annettu ammatillista koulutusta yli 70 vuotta. Tätä nykyään siellä koulutetaan artesaaneja metalli-, puu-, rakennus- ja vaatetusaloilla. Matkailualan koulutuksessa suuntaudutaan matkailuvirkailijan ja ohjelmalvelun tuottajien tutkintoon. (Kalajokilaakson koulutuskuntayhtymä 2009.)

Arteman hallinnoimat matkailualan hankkeet on koordinoitu Kalajoen matkailuinstituutin kautta. Matkailualan hankkeet ovat kohdistuneet pääasiassa Kalajoen Hiekkasärkkien ja sitä ympäröivien alueiden kehittämiseen. (Taulukko 5) Vuonna 2008 matkailuinstituutti yhdistettiin Arteman KAIKU-yksikköön, joka tuottaa aikuiskoulutus- ja hankepalveluja. (Sarpola, 2009.)

TAULUKKO 5. Kalajoen ammattiopisto Arteman hallinnoimat matkailualan hankkeet vuosina 2000-2007 (Hietala, 2010.)

Hankkeen nimi	Toteutusaika	Kustannusarvio(€)
Tehoa ja tulosta matkailuun	18.5.2001 – 31.12.2002	35 993
Makumatka	1.9.2001 – 31.12.2002	32 797
Tie matkailijan sydämeen käy vatsan kautta	1.1.2002 – 31.12.2003	50 300
Matkailun ja koulutuksen itäosaamisen kehittäminen	1.1.2002 - 30.4.2005	245 554
Faktoja kehittämistyön tueksi	1.1.2002 – 31.3.2003	57 184
Vaellusratsastusreitit - esiselvitys	1.3.2002 – 31.12.2003	33 600
Kalajokiseudun matkailun tuotteistamishanke	1.5.2002 – 31.3.2005	290 981
Kalajokiseudun matkailun toimialahanke	30.9.2004 - 31.3.2007	221 160
Kalajoki Country	01.01.2005 – 31.12.2005	112 150
Ylivieskan seutukunnan tapahtumien kehittämisprojekti	01.01.2005- 31.12.2006	264 000
Kalajokiseudun matkailun hallittu kasvu KAMAHAKA	1.10.2004 – 31.3.2007	262 876
Kalajoen nuorisomatkailun ja tapahtumien kehittäminen	02.02.2007 – 31.08.2007	30 000
Keski-Pohjanmaan matkailuelinkeinon ohjelmasuoritus- esiselvitys	13.12.2006 – 30.06.2007	21 200

### 3.2.4 Ylivieskan seutukunta

Ylivieskan seutukunta sijaitsee Perämeren rannikolla noin 100 km Oulusta etelään ja seutukunnan alueella asuu noin 40 400 asukasta. Yli kolmannes heistä on alle 25-vuotiaita. Ylivieskan seutukunta on ns. teollistunutta maaseutua eli teollisuus tarjoaa noin viidenneksen alueen työpaikoista. Palveluissa suurin työllistäjä on terveydenhuolto ja sosiaalipalvelut. Tärkeä työllistäjä on

myös maa- ja metsätalous ja vähittäiskauppa. Matkailullisesti Ylivieskan seutukunnan alueella sijaitsevat Kalajoen Hiekkasärkät ja Ylivieskan ostosmatkailualue. (Ylivieskan seutukunta 2007.) Ylivieskan seutukunta osallistui vuosina 2000 - 2007 alueen matkailualan kehittämiseen osallistumalla Perämerenkaaren yhteistyöprojektiin sekä osallistumalla osittain niihin hankerahoituksiin, joiden toimialue keskittyi seutukunnan matkailun kehittämiseen. Näitä osarahoitushankkeita oli mm. Kalajoen seudun matkailun kehittämishankkeet. (Ylivieskan seutukuntayhdistys ry. 2006, 11-12.) Muita Ylivieskan seutukunnan osarahoittamia hankkeita esitetään alaluvuissa 3.2.2 Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulu ja CENTRIAn ja 3.2.3 Kalajoen ammattiopisto Arteman hallinnoimina hankkeina.

### **3.2.5 Nivala - Haapajärven seutukunta**

Oulun läänin eteläosassa sijaitseva Nivala-Haapajärven seutukunta on viiden kunnan muodostama alue. Seutukunnan asukasluku on noin 32 000 asukasta. Sen elinkeinoelämä painottuu maa- ja metsätalouteen, mutta myös palvelulinkeinoilla on tärkeä rooli alueen työllistäjänä. Matkailullisesti Nivala-Haapajärven seutukunta on suuntaamassa erä- ja luontomatkailun kehittämiseen. Kehitettäviä matkailukohteita ovat esimerkiksi Peuran polun vaellusreitti Reisjärvellä ja metsästysmatkailualue Kärsämäellä. Taulukossa 6 esitetään ne seutukunnan matkailuhankkeet, joita Nivala-Haapajärven seutukunta on ollut osarahoittamassa vuosina 2000- 2007. (Nivala-Haapajärven seutukunta 2008.)

TAULUKKO 6. Nivala- Haapajärven osarahoittamat matkailualan hankkeet vuosina 2001-2007 (Nivala-Haapajärven seutukunta 2008.)

Hankkeen nimi	Toteutusaika	Kustannusarvio (€)
Maitolaiturilta maailmalle		94 000
Oulu South Travel Centre	2001- 2004	333 853
Kylien tori	2003 - 2005	216 675
Liikunnalliset matkailun hyvinvointipalvelut	2005 - 2006	27 910
Niityiltä nummille	2005 - 2007	210 000
Hepalla metsään		75 380
ISTO - Itsenäistä suoriutumista ja osallisuutta tukevat toimintaympäristöt	2006 - 2008	235 800
Keskipistealue matkailukartalle	2008 - 2010	45 500

### 3.2.6 Haapaveden - Siikalatvan seutukunta

Suomen maantieteellisen keskipisteen ympärillä sijaitseva Haapaveden- Siikalatvan seutukunta on yhtä kuin Haapaveden kaupunki, Pyhännän ja Siikalatvan kunnat. Sen elinkeinoelämä painottuu teollisuuteen ja yhteiskunnallisten palvelujen tuottamiseen. Matkailullisesti kiinnostavana kohteena Siikalatvan seutukunnan alueella on ns. Suomen keskipisteen alue. (Haapaveden - Siikalatvan seutukunta 2008.) Haapaveden – Siikalatvan seutukunta osallistui vuosina 2000 - 2007 niiden matkailuhankkeiden osarahoitukseen, joiden toiminta-alueeseen seutukunta kuului.

### 3.2.7 Oulun Eteläisen alueen matkailutoimiala ja yritystoiminta

Matkailutoimialan ja elinkeinon määrittelyyn löytyy erilaisia lähtökohtia. Kauppila (2009) toteaa, että nyt matkailutoimialaa kuvataan useasta eri toimialasta koostuvasta yhdistelmätoimialasta esimerkiksi, matkailu- ja ei-matkailutoimialoista. Kumpaan toimialaan alueen majoitus- ja ravitsemis- ja muut palvelualan yritykset kuuluvat, vaikuttavat mm. matkailun alueelliset ja ajalliset vaihtelut. Suomessa eri aluetasoilla matkailuelinkeinon kuvaamisessa käytetään usein Tilastokeskuksen tilastoja ja yritysrekisteriä. Valtakunnan tasolla matkailun taloudellista merkitystä mitataan niin sanotulla satelliittitilinpildolla, joka on kansainvälinen toimialaluokitus. Kauppila (2009) jatkaa, että kumpikaan luokitus ei täysin sovellu paikallistasolle. Seurauksena tästä osittain sekavasta luokituskäytännöstä eri paikallistason tutkimuksissa esitetään omia, tapauskohtaisia toimialaluokituksia.

Tilastokeskuksen keräämään tilastoon on valittu toimipaikat, joiden toiminta-aika on ylittänyt tarkasteluvuonna 2002 puolivuotta. Lisäksi toimipaikan on täytynyt työllistää yli puoli henkilöä tai liikevaihdon olla vähintään 9 134 euroa vuonna 2002. Toimipaikka on yhden yrityksen omistama, yhdessä paikassa sijaitseva yksikkö. Jokaisella yrityksellä on vähintään yksi toimipaikka, suurimmilla voi olla satoja toimipaikkoja. Varsinainen toimipaikka harjoittaa yrityksen normaalia tuotantotoimintaa. (Tilastokeskus 2009.) Toimipaikalla Tilastokeskuksen tutkimuksissa tarkoitetaan yksikköä, jossa saman omistajan tai valvojan alaisuudessa harjoitetaan mahdollisimman samanlaisten tavaroiden ja palvelujen taloudellista tuotantoa yleensä yhdellä sijaintipaikalla. Toimipaikka voi jo sellaisenaan muodostaa yrityksen (yksitoimipaikkainen yritys) tai sitten olla selkeästi rajattava osa yritystä (monitoimipaikkainen / monitoimialainen yritys). (Tilastokeskus 2009.) Tässä opinnäytetyössä matkailualan toimijoista käytetään nimitystä matkailualan yritys, koska Oulun Eteläisen alueen matkailualan yritykset ovat yksitoimipaikkaisia yrityksiä.

Oulun Eteläisen alueen matkailua ja matkailuyritysten toimintaa voidaan kuvata maaseutumatkailullisena elinkeinona. Maaseutumatkailua (rural tourism) ei voida määrittää omaksi toimialakseen vaan se on osa matkailuelinkeinoa eli



yksi tuoteryhmä matkailutarjonnassa. Maaseutumatkailuyritykset sijaitsevat haja-asutusalueella ja ovat monialayrityksiä. Haja-asutusalueella sijaitsee myös matkailukeskuksia, jotka sesonkiaikoina voivat muistuttaa pieniä kaupunkeja. Oulun Eteläisen alueella sijaitsee pieniä perheyrityksiä maaseudulla, joiden matkailullinen kapasiteetti on pieni, esimerkiksi 1-2 mökkiä vuokrattavana. Toisaalta alueella sijaitsee matkailukeskus Kalajoen Hiekkasärkät, jonka matkailijamäärä kasvaa kesä-heinäkuussa moninkertaiseksi, jopa kaupunkimaiseksi. (Maaseutumatkailu 2007.) Taulukkoon 7 on koottu Oulun Eteläisen alueen matkailualan yritysten lukumäärät seutukunnittain. Nämä yritykset täyttävät Tilastokeskuksen yritystoimintaa kuvaavat ehdot. Taulukosta käy selville, että Ylivieskan seutukunnassa sijaitsee lukumäärältään eniten ja liikevaihdoltaan suurimpia matkailualan yrityksiä.

TAULUKKO 7. Oulun Eteläisen alueen seutukunnat ja majoitus- ja ravitsemisalan toimipaikat vuonna 2008 (Tilastokeskus 2008.)

Seutukunta	Seutukunnassa sijaitsevat kunnat	Majoitus- ja ravitsemisalan yritysten lukumäärä seutukunnittain	Majoitus- ja ravitsemisalan yritysten liikevaihto (1000€)
Haapavesi-Siikalatva	Haapavesi, Pyhäntä, Siikalatva	34	5442
Nivala-Haapajärvi	Haapajärvi, Kärsämäki, Nivala, Pyhäjärvi, Reisjärvi	51	12182
Ylivieska	Alavieska, Kalajoki, Merijärvi, Oulainen, Sievi, Ylivieska	103	29862
<b>Yhteensä</b>		188	47486

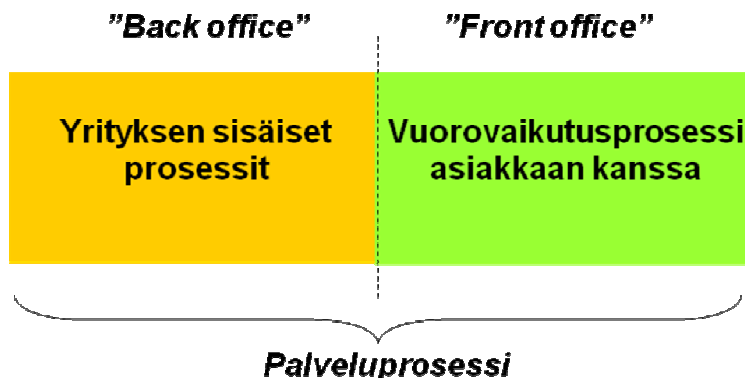
### 3.3 Palveluprosessi

Palvelu ymmärretään eri yhteyksissä eri tavoin, ja se voi tarkoittaa erilaisia asioita. Grönroos (2009, 77) esittää palvelun määritelmän seuraavasti:

”Palvelu on ainakin jossain määrin aineettomien toimintojen sarjasta koostuva prosessi, jossa toiminnot tarjotaan ratkaisuna asiakkaan ongelmiin ja toimitetaan yleensä, muttei välttämättä, asiakkaan, palvelutyöntekijöiden ja/tai fyysisten resurssien tai tuotteiden ja/tai palvelutarjoajan välisessä vuorovaikutuksessa.”

Brax (2007) tiivistää palvelun määritelmän niin, että se tapahtuu palvelutapah-tuman ytimessä, jolloin asiakkaalle tarjotaan taloudellisen vaihdannan kohteena jonkinlaista suoritusta tai tekoa. Palvelu on asiakkaalle prosessimuotoinen tuote, joka luo asiakkaalle keskeistä arvoa. Palveluprosessi on teollista tuotantojärjestelmää avoimempi, koska palvelun tuottaja voi taata vain tietyn prosessin suorittamisen, mutta ei tietynlaista lopputulosta. (Brax 2007, 9-10.) Palvelujen prosessimaisuus vaatii monenlaisia resursseja, esimerkiksi ihmisten tuottamia resursseja sekä tietoa, järjestelmiä ja infrastruktuuria vaativia resursseja. Nämä resurssit tuottavat useimmiten asiakkaan ongelmaan ratkaisun. Useimmat muut palvelujen onnistumisen edellytykset johtuvat palvelujen prosessimaisuudesta. (Grönroos 2009,79.)

Palveluprosessin eri vaiheita voidaan kuvata asiakasnäkökulmasta katsottuna, asiakkaasta riippumattomiin ja asiakkaan käynnistämiin prosesseihin. Itse palvelutuotantoprosessissa on siten kysymys sisäisten ja ulkoisten tuotannontekijöiden integroinnista. Palveluissa (kuvio 4) voidaan tehdä ero asiakasrajapinnassa tapahtuvien eli asiakkaalle näkyvien prosessien (front office) ja asiakkaasta erillään tapahtuvien, suljettujen prosessien välillä (back office). Näiden rajapintojen ja taustaprosessien väliin muodostuvaa rajaa voidaan hyödyntää palvelujen suunnittelussa. (Brax 2007, 13; Jaakkola & Orava & Varjonen 2009, 15.) Asiakaspalvelussa on otettava huomioon se, että asiakas kokee ja kuluttaa vain osan palveluprosessia. Asiakas kiinnittää huomiota erityisesti tuotantoprosessin näkyvään osaan. (Grönroos 2009, 80.)



KUVIO 4. Palveluprosessi asiakasrajapinnassa (Brax 2007; Jaakkola ym. 2009.)

### 3.4 Oulun Eteläisen matkailun kehittämisen haasteet

Työ- ja elinkeinoministeriö (TEM) nimeää vuonna 2007 julkaisemassaan Matkailun yleisosassa matkailualan tärkeimmiksi kehittämiskohteiksi yhteistyön ja kumppanuuden kehittämisen. Esimerkiksi, matkailualan toimijoiden yhteismarkkinoinnin ja muun yhteistyön kanavia ei ole löydetty. Kuntien rooli matkailun kehittämisessä toivotaan myös vahvistuvan. (Matkailun yleisosa 2007.)

Maaseutumatkailuyritykset ovat tottuneet hoitamaan markkinointitoimenpiteet itsenäisesti. Yritysten omat resurssit, markkinointiasiantuntemus ja aika, eivät useinkaan riitä laadukkaaseen markkinointityöhön. Muilla matkailualan asiantuntijoilla ei ole kiinnostusta matkailualan alueellisen markkinoinnin organisointiin, koska markkinointiyhteistyö ei ole ollut yrittäjälähtöistä. Kun maaseutumatkailuyrityksen liikeidea on kunnossa ja verkostoituminen toimii, alueellinen markkinointiorganisaatio on tehokas myyjä. Yrittäjän on sovittava alueorganisaation kanssa selvät pelisäännöt, ettei yksittäinen pieni yritys jää isompien jalkoihin. Pienet majoitusyritykset voivat tehokkaalla yhteistyöllä palvella suuriakin asiakasjoukkoja, kun yhteistyö on oikein organisoitua ja taloudellista tulosta tuottavaa. Asiakkaan pitäminen lähialueella, vaikkapa naapuriyrittäjän

asiakkaana, tuottaa pitkällä tähtäimellä tuloa myös omalle yritykselle. (Maaseutumatkailu 2007.)

Oulun Eteläisen alueen maaseutumatkailun kuten matkailusektorin yleensä, kehittämistä ovat leimanneet hanke- ja projektirahoituksen sirpaleisuus ja pienet hankkeet. Tutkimus- ja kehittämistyön toimijoiden hanketyön asiantuntijuuden puute voi olla esteenä hankkeessa asetettujen tavoitteiden saavuttamisessa sekä yrittäjien mielenkiinnon herättämisessä hankeyhteistyöhön. (Maaseutumatkailu 2007.)

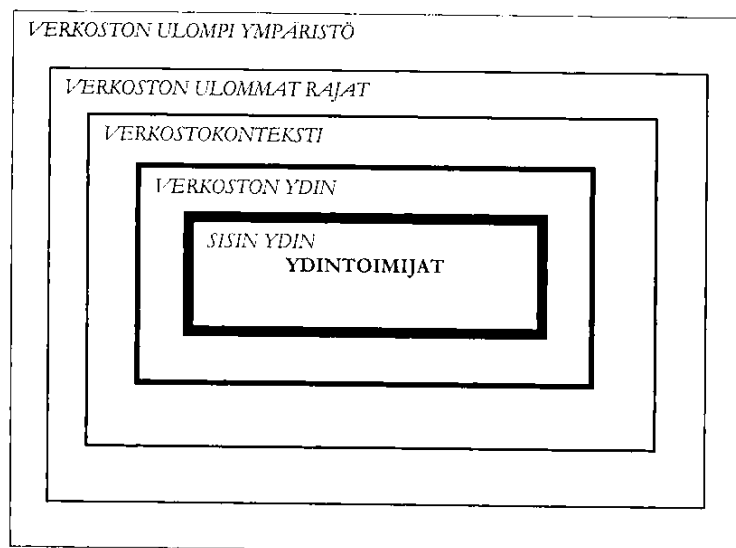
### **3.5 Matkailuyritysten verkostoituminen**

Verkosto on kahden tai useamman organisaation välinen yhteistyösuhde. Se on yritysten välistä monen keskeisestä yhteistyötä tai yhden yrityksen tekemää yhteistyötä useiden eri yritysten kanssa. Verkostoitumista voi olla myös eri alueiden välillä. (Komppula 2000,18-19; Toivola 2005, 25; Toivola 2006, 9.) Komppula (2000) kuvaa alueellista matkailuverkosta aluehallinnollisesti tai matkailumarkkinoinnin aluejakoon perustuvaksi asiapohjaisten verkkojen verkostoksi. Sen yhteisenä tavoitteena on alueen matkailullisen tunnettuuden ja matkailutulon lisääminen. Asiapohjainen verkko tarkoittaa paikallisten matkailutoimijoiden muodostamaa verkkoa, jotka ovat kiinnostuneet jostakin tietystä asiasta. Tämä verkko voi olla virallinen tai epävirallinen. Verkon tehtävänä on saavuttaa tai ratkaista yhteisesti määritelty ongelma tai tavoite. Asiapohjaisessa verkossa verkostossa toimiminen on tunnustettu, mutta kaikki verkkoon kuuluvat eivät ole aktiivisia toimijoita. (Komppula 2000, 47-48.)

Alueellisten asiapohjaisten verkostojen rakennetta ja kerroksellisuutta Komppula (2009) kuvaa Törnroosin (1997) kehittämän verkoston kerroksisen rakennemallin avulla (kuvio 5 ). Verkoston sisimmän ytimen tietyinä ajankohtana muodostavat ne toimijat, jota tekevät yhdessä päätöksiä toiminnan aloittamisen, ylläpidon tai lopettamisen suhteen. Tässä opinnäytetyössä alueellisen asiapohjaisen verkoston sisimmässä ytimessä ovat Oulun Eteläisen alueen matkailualan yrittäjät. Verkoston ydin kuvaa muita keskeisiä toimijoita kuten, palveluorganisaatioita. Näitä alueella ovat esimerkiksi, Keski-Pohjanmaan

ammattikorkeakoulun tutkimus- ja kehittämissyksikkö CENTRIA Ylivieskassa ja Kalajoen ammattiopisto Artema.

Em. toimijoilla voi olla yhteinen tavoite, johon he tähtäävät. Verkostokonteksti kuvaa toimialaa eli matkailutoimialaa. Verkoston ulommat rajat tarkoittavat toimijoita, jotka eivät suoraan ole matkailuliiketoiminnassa mukana, mutta heillä on mahdollisuus vaikuttaa suoraan tai epäsuoraan verkoston ytimeen. Heitä ovat esimerkiksi rahoittajat, poliittiset päätöksen tekijät eli alueen seutukunnat ja EU rakennerahastojen kautta. Ulompi ympäristö on se toimintaympäristö, joka on tämän verkoston keskinäisten kaupallisten suhteiden ulkopuolella. (Komppula 2000, 50-51.)



— Ilmaisee vahvoja sidoksia  
 — Ilmaisee heikkoja sidoksia

KUVIO 5. Matkailualan verkoston kerroksinen rakenne (Komppula 2000, 50-51, Törnroosin (1979 mukaan.)

Tietyn alueen toimijoiden ominaisuuksia verkostossa Komppula (2000,34) kuvaa Håkanssonin ja Johanssonin (1992) tekemän tutkimuksen mukaan niin, että ne ovat yleensä yritysten, organisaatioiden ja myös yksilöiden edustamia toimijoita. He suorittavat ja kontrolloivat toimintoja ja kehittävät vaihdannan

avulla suhteita toisiin toimijoihin. Toimijoiden toiminta on tavoitesuuntautunutta ja usein tavoitteena on saavuttaa taloudellista tulosta verkostotoiminnassa. Toimijoiden resurssit ja tiedot poikkeavat muista saman verkoston toimijoista ja yhteiset kokemukset lisäävät verkoston tietoa.

Verkostoitumisen lisääntyminen asettaa vaatimuksia yrittäjyydelle. Yrittäjältä edellytetään yhteistyökykyä ja vuorovaikutustaitoja. Luottamuskyky ja avoimuus ovat myös keskeisiä tarvelähtöisiä vaatimuksia verkostojen ja yhteistyön onnistumisessa. (Toivola 2005, 9.)

### **3.6 Matkailualan hanketoiminta**

Projekti tai hanke on kertaluonteinen, tavoitteellinen, varta vasten muodostetun organisaation tehtäväksi annettu työkokonaisuus, jonka kesto ja resurssit on ennalta määritelty. (Anttila 2001, 12; European Commission 2004, 8.) Tässä opinnäytetyössä käytetään edellä kuvattua toiminnasta nimitystä hanke. Hanketta voidaan kuvata seuraavasti:

1. Hanke on etukäteen ja selkeästi määritellyt sidosryhmät, joihin kuuluu hankkeen toiminnan kohderyhmä(t) ja lopulliset hyödynsaajat.
2. Hankkeella on etukäteen ja selkeästi määritelty koordinaatio, hallinto ja rahoitus.
3. Hankkeen toiminnalla on koko projektin elinkaaren kattava arviointijärjestelmä.
4. Hankkeella on talousseuranta, josta selviää hankkeessa syntyneiden kustannusten tukevan hankkeen tavoitteita. (European Commission 2004, 8.)

Hankkeen arvioinnilla on useita eri määritelmiä. Arviointi ei ole vain hankkeen vaikutusten arviointia vaan se on hyvin monimuotoista. Esimerkiksi arviointi voi olla toiminnan arvon määrittämistä. Aikaisemmin arvioinnista käytettiin vierasperäistä käsitettä evaluaatio. Mutta nykyisin arviointi-sana on vakiintunut suomenkieleen. (Rajavaara 2006,16.) Paasio (2003, 5) määrittelee arvioinnin perusajatuksen seuraavasti: ” Arvioinnissa selvitetään ja määritetään jonkin intervention, palvelun tai hankkeen arvo mahdollisimman luotettavilla, syste-

maattisilla tai tieteellisillä menetelmillä, ja tätä tietoa hyödynnetään päätöksenteossa ja toiminnan kehittämisessä, jotta voisimme paremmin edistää hyvinvointia yhteiskunnassa. Arvioinnin olemassaolo edellyttää, että nämä kaikki ehdot toteutuvat.”

Rajavaara (2006, 16) esittää Vedungin tiivistelmän arvioinnin ydinpiirteistä. Se sisältää yhdeksän arvioinnin ydinpiirrettä.

1. Arvioinnissa on kyse asioiden arvottamisesta.
2. Arviointi koskettaa julkisen sektorin toimintaa.
3. Arviointi kohdistuu politiikan ja hallinnon toimeenpanoketjun loppupään eli tuotoksiin ja vaikutuksiin.
4. Arviointi on yleensä retrospektiivistä eli taaksepäin katsovaa.
5. Arviointi sisältää joko meneillään olevien tai päättyneiden prosessien tarkastelua.
6. Arviointi on monimuotoisempaa kuin vain vaikutusten arviointia.
7. Ohjelmien tavoitteiden tarkastelu ei ole ainoa tapa mitata ohjelmien onnistumista.
8. Arviointi perustuu systemaattisiin tiedonkeruumenetelmiin.
9. Arviointien tulee tuottaa toiminnan kehittämisen kannalta hyödyllistä tietoa.

Hankkeen arviointi on tiedon keräämistä ja tulkintaa, jolla pyritään vastaamaan kysymyksiin toimivuudesta ja vaikuttavuudesta. Sen vuoksi ydinkysymysten pohtiminen on tärkeä vaihe ohjelman suunnittelussa. Yleisimmin kysymykset koskevat ohjelman tarvetta, käsitteitä, menetelmiä, tuloksia ja kustannuksia. (Terveyden edistämiskeskus 2009.) Hankkeiden arvioinnin on oltava puolueettoman organisaation toteuttamaa uskottavaa arviointitoimintaa. Arviointiprosessiin osallistuu kaikki hankkeiden sidosryhmät ja arvioinnissa otetaan huomioon kaikkien sidosryhmien näkökulmat. Arvioinnin tulokset ovat käytettävissä esimerkiksi päätöksen teon yhteydessä. (European Commission 2004, 46.)

Hankkeiden arvioinnista ei ole olemassa yhtä ainoaa oikeaa toimintatapaa. Arviointiin liitetään usein erilaisia tekijöitä. Arvioinnin intressi eli miksi arvioi-

daan kuvaa arvioinnin toiminta-ajatusta. Arvioinnin kohteet, kriteerit ja osapuolet kuvaavat sitä prosessia, jota arvioidaan. Arvioijien rooli on monipuolinen ja prosessin eri vaiheisiin liittyvä. Arvioinnin välineet, työkalut kuvaavat menettelytapoja, joilla toiminnan arvoa ja tarkoituksenmukaisuutta määritetään. Arviointitiedon käyttötarkoitus määrittyy projektitoimintaan osallistuvien toimijoiden näkemyksistä ja mielenkiinnosta. Arviointiprosessiin kuuluu kiinteästi kysymys siitä, mitä tapahtuu arvioinnin ja hankkeen päättymisen jälkeen. Arvioinnista saadut tulokset vaikuttavat näin osaltaan uuden toiminnan ja hankkeen tavoiteasettelua. (Pellinen, Huttunen, Lepänjuuri, Seuranen & Ylimartimo 2006, 32 - 35.)

## **4 PALVELUJEN VAIKUTUKSEN ARVIOINTIMENETELMÄ**

### **4.1 IVA – ennakoarviointimenetelmä lähtökohtana**

Ihmisiin kohdistuvien vaikutusten ennakoarviointimenetelmää eli IVA -menetelmää käytetään arvioinnin, suunnittelun ja päätöksenteon työkaluna. Sen avulla kuvataan ratkaisuvaihtoehtoja ja jäsennetään näkökulmia. IVA -menetelmä kohdistuu pääasiassa valmisteilla olevien päätösten ja hankkeiden vaikutuksiin. Tämän menetelmän tarkoituksena on arvioida edellä mainittuja vaikutuksia ennalta ja monitieteellisesti. (Kauppinen & Nelimarkka 2007,7; Kauppinen & Tähtinen, 2003,3.)

Ihmisiin kohdistuvien vaikutusten ennakoarviointimenetelmä eli IVA (engl. Human Impact Assessment = HIA) on ns. kattotermi, joka kokoaa yhteen eriliset tiettyyn teemaan tai tiettyihin ihmisryhmiin kohdistuvat ennakoarviointiprosessit. Näitä prosesseja voi olla mm. sosiaalisten vaikutusten ennakoarviointi eli SVA, terveysvaikutusten ennakoarviointi eli TVA. (Kauppinen & Nelimarkka 2007,7; Kauppinen & Tähtinen, 2003,3.)

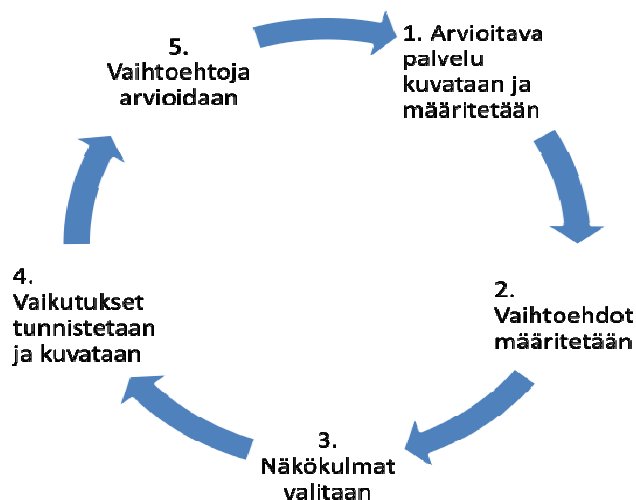


Sosiaalisten ja terveysvaikutusten ennakoarviointia on sekä lakisääteistä että ei-lakisääteistä. Lakisääteistä se on mm. tiettyjen suunnitelmien, ohjelmien ja fyysisen ympäristön suunnitteluhankkeiden sekä maankäytön suunnittelussa. Ei-lakisääteistä arviointia kannattaa toteuttaa kansainvälisten että kansallisten sopimuksien, strategioiden ja ohjelmien päätösten toteutuksessa. WHO:ssa ennakoarviointia suositellaan käytettäväksi eri sektoreiden välisten yhteistyön tukemiseen. Ei-lakisääteisestä ennakoarvioinnista on hyötyä silloin, kun täytyy reagoida muutostarpeeseen tai tiettyyn kehityskulkuun. (Kauppinen ym. 2007, 11-13.)

## **4.2 Palvelujen vaikutusten arviointi eli PVA**

Palvelujen vaikutusten arviointimenetelmä eli PVA perustuu ihmisiin kohdistuvien vaikutusten arviointiin eli IVA:an. PVA kehitettiin palveluliiketoiminnan koulutusohjelmaan liittyvien syventävien ammatillisten opintojen opintojaksossa, Palvelujen kehittäminen ja kokonaisvaikutusten arviointi, Jyväskylän ammattikorkeakoulussa. Tuon opintojakson oppimistehtävänä aiheena oli matkailuhankkeiden arviointi Oulun Eteläisen alueella. Tutustuttuani menetelmään päätin ottaa PVA- menetelmän työkalukseni omassa opinnäytetyössäni.

Mertanen ja Ryttyläinen (2010) kuvaavat PVA- menetelmän rakentuvan viidestä vaiheesta (Kuvio 6). Aluksi arvioitava palvelu kuvataan ja määritellään. Sen jälkeen palvelujen vaihtoehdot määritetään ja valitaan näkökulmat. Palvelujen vaikutusten tunnistamisen ja kuvaamisen jälkeen voidaan arvioida määritettyjä vaihtoehtoja.



KUVIO 6. PVA-menetelmän vaiheistukset (Mertanen & Ryttyläinen 2010.)

PVA-menetelmä eroaa IVA-ennakkoarviointimenetelmästä esimerkiksi tarpeellisuuden harkinnan perusteellisuuden mukaan. PVA-menetelmän käyttöä ei tarvitse perustella, vaan se on yksi työväline muiden joukossa. Palveluprosessi kaipaa jatkuvasti kehittämistä, ja PVA on yksi huomioon otettava menetelmä palveluprosessin tutkimisessa. Arvioinnin loppuvaiheessa PVA-menetelmässä voidaan taloudellisten vaikutusten näkökulmat kuvata kustannusten kehityssuuntina ja vaikutusmahdollisuuksina. PVA-menetelmä antaa mahdollisuuden eri näkökulmien ja vaihtoehtojen esilletuomiseen huomioon ottaen myös tunnetilat. (Mertanen & Ryttyläinen 2010,16-23.)

Mertanen ja Ryttyläinen (2010) ottavat esille PVA-menetelmän eettisyyden. He pohtivat, ottaako arvioinnin tekijä esille painavimmin oman suosikkivaihtoehtonsa. Samalla he pohtivat, osaako arvioija tuoda esille kaikkien vaihtoehtojen näkökulmat tasapuolisesti. Palvelujen vaikutusten arviointi on lähdettävä liikkeelle asiakkaista ja asiakasryhmistä. (Mertanen & Ryttyläinen 2010, 16-23.)

IVA -ennakkoarvioinnin laajuus ja toteuttamistapa riippuu valmisteilla olevan päätösprosessin tai hankkeen laajuudesta ja merkittävydestä. Ennakkoarvioinnin toteuttamistapoja on yleensä kolme:

- nopea (suggested default policy),
- tavanomainen (current usual practice)
- laaja (policy evaluation) arviointi.

Nopea IVA -ennakkoarviointimenetelmä sopii äkillistä reagoitua vaativiin tilanteisiin. Uutta tietoa ei ole silloin kovin paljon mahdollista hankkia. Tavanomainen menetelmä soveltuu suunnitelmiin, ohjelmiin ja päätöksiin, joiden merkitys voi olla merkittävä. Käytettävissä oleva kirjallisuus kuitenkin voi olla rajattua, ennakkoarvioinnin vaikutukset tai tavoitteet ovat etukäteen määriteltyjä, sidosryhmien osallistumisresurssit arviointiin voivat olla rajattuja sekä käytössä olevat tutkimusmenetelmät vaihtelevia. Tavanomainen menetelmä on yleisin ennakkoarviointimenetelmä. Kolmas ns. maxitason arviointimenetelmä on laajin ennakkoarviointimenetelmä. Silloin tarvitaan perusteellista kirjallisuudesta kerättyä tausta-aineistoa, laajan haastatteluaineiston keräämistä, sekä sidosryhmien todellista sitoutumista ennakkoarviointityöskentelyyn. Kolmatta ja laajinta ennakkoarviointimenetelmää käytetään yleensä valtakunnan tason ennakkoarvioinneissa mm. poliittisessa päätöksenteossa. (Blek & Ryttyläinen 2007.)

Tässä opinnäytetyössä sovelletaan ns. tavanomaista IVA-ennakkoarviointimenetelmää PVA-aineiston keräämisessä, koska tavoitteena on saada tietoa päättyneistä toiminnoista, hankkeiden vaikuttavuudesta ja tulevaisuuteen vaikuttavista päätöksistä Oulun Eteläisen alueen matkailualan elinkeinon kehittämisessä. Arvioinnin tavoitteet määriteltiin etukäteen. Tiedossa oli myös sidosryhmien rajattu osallistumismahdollisuus arviointiin. (ks. Nelimarkka & Kauppinen 2007, 18.)

### **4.3. Eri vaihtoehtoisten mallien kuvaaminen**

IVA-ennakkoarviointimenetelmässä tärkeintä on kuvata eri vaihtoehdot tai ratkaisut samanarvoisesti. Vaihtoehdot voivat olla keskenään ristiriitaisia, jopa utopistisia, mutta niiden on edustettava niiden segmenttien tulevaisuutta, johon tuleva päätös vaikuttaa. (Stakes 2003). Tämän opinnäytetyön alkuvai-

heen vaihtoehtoiset mallit asetin itse. Näiden mallien taustalla oli työkokemukseni matkailualan tutkimus- ja kehittämistoiminnassa Oulun Eteläisen alueella. Sovelsin IVA-ennakkoarvioinnissa käytettyä eri vaihtoehtoisten mallien kuvaamisen menetelmää PVA-menetelmän aineiston tuottamiseen.

Tässä opinnäytetyössä oli kolme eri alkuvaiheen vaihtoehtoista mallia. Esittelemme ne seuraavaksi.

**VE0- malli** eli tämän hetkinen tilanne oli se, että verkostoitumista ei ole ollut muuta kuin Kalajoen Hiekkasärkkien alueella esim. yhteismarkkinoinnin muodossa. Yhteismarkkinointia ja matkailutoimijoiden verkostoitumista oli yritetty esimerkiksi paikkakunnittain, mutta se ei ollut jäänyt pysyväksi toiminnaksi. Oulun Eteläisen aluekeskusohjelma oli rahoittanut CENTRIAn koordinoimaa matkailuverkostotoimintaa vuoteen 2006 saakka. Verkoston toimijat olivat hanketoimijoita ja matkailun asiantuntijoita, mutta yrittäjät eivät kokeneet verkoston toimintaa tärkeäksi. Uuden EU -ohjelmakauden alkaessa aluekeskusohjelma tarkastelee jokaisen rahoittamansa verkoston merkitystä aluekehitystyössä. Mitään päätöksiä verkostotoiminnan jatkumisesta ei ole vielä tehty. Vuodelle 2007 CENTRIA sai kertaluonteisen rahoituksen matkailuverkoston kehittämiseksi matkailun kehittämissympäristöksi 10 000 euroa.

**VE1- malli** kuvasi huonointa mahdollista ratkaisua tulevaisuudessa, eli yritykset eivät halua verkostoitua, vaan uskovat itsenäisen toiminnan olevan oikea toimintatapa. Myöskään EU- ja muut rahoittajat eivät myönnä rahoitusta verkoston toimintaan ja muihin hanketoimijoiden hakemiin matkailuhankkeisiin. Näin ollen Oulun Eteläisen aluekeskusohjelmakaan ei näe tarpeelliseksi rahoittaa verkostotoimintaa nyt alkaneella ohjelmakaudella vuoden 2007 jälkeen.

**VE2-malli** kuvasi optimaalista tilannetta. Matkailuyrittäjät uskovat yhteistyöhön ja verkostoitumiseen. Rahoitus matkailun kehittämissympäristön ja mahdollisesti koko palvelualojen yhteenliittymän muodostamiseen löytyy ja kehittämissympäristö perustetaan. Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulun tutki-

mus- ja kehittämysyksikkö CENTRIAn ja Kalajoen ammattiopisto Arteman toiminta alueen matkailukehittäjänä vakiintuu.

Alkuvaiheiden malleja esittelin Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulun tutkimus ja kehitysyksikkö CENTRIAn matkailutiimin toimijoille. Tämän keskustelun tavoitteena oli testata IVA-ennakkoarviointimenetelmän soveltuvuutta palvelujen vaikutusten arviointimenetelmäksi eli PVA:ksi, esitellä opinnäytetyön tutkimuskysymykset ja teemahaastattelun aiheet ja vaihtoehdot VE0, VE1 ja VE2 matkailu- ja ravitsemisalalan koulutusohjelmajohtajalle ja matkailu- ja ravitsemisalalan tutkimus- ja kehitystyössä oleville henkilöille. Vastaajina oli kolme henkilöä.

Heti keskustelun aluksi esitettiin epäilyjä siitä, tuleeko opinnäytetyöstäni liian laaja, koska teemahaastatteluni kohderyhminä olivat kaikki matkailu- ja ravitsemisalalan hanketoiminnan sidosryhmät. Perustelin valintaani esittelemällä IVA- ennakkoarviointimenetelmän idean, jossa nimenomaan etsitään tutkimusongelmaan liittyviä vastauksia mahdollisimman usean eri näkökulman edustajilta tasapuolisesti. Tavoitteena ei ole mahdollisimman suuri kohdejoukko, vaan muutama laajempi, todella aiheeseen perehtyvä informantti.

Keskustelun aikana vaihtoehtojen VE0, VE1 ja VE2 pääteemoja muokattiin ajankohtaisemmiksi. Heti haastattelun alussa esitettiin mielipide siitä, että VE2 eli mahdollisimman positiivinen tulevaisuuden kuva on liian positiivinen toteutuakseen vuoteen 2013 mennessä. Vaihtoehto VE2 muutettiin ryhmän kommenttien mukaisesti realistisemmaksi tulevaisuutta kuvaavaksi vaihtoehdoksi.

Näin muodostuivat uudet vaihtoehtoiset mallit:

**VE0** eli tämän hetkinen tilanne on se, että verkostoitumista ei ollut olemassa kovinkaan paljon kuin Kalajoen Hiekkasärkkien alueella. Hanketoiminnassa on yksittäisiä aktiivisia yrityksiä mukana, mutta ne alkavat väsyä hanketoimintaan. He ovat jo saaneet siitä tarpeellisen lisäarvon oman yrityksen kehittämiseen.

EU- ohjelmakauden vaihtuminen pysäytti hetkellisesti rakennerahastojen ohjelmien kautta saatavan tuen. Oulun Eteläisen aluekeskusohjelma päättyi, KOKO- ohjelma tulee sen tilalle. Mikä on sen rooli matkailuelinkeinon tukijana, on vielä epäselvää.

**VE1** kuvaa huonointa mahdollista ratkaisua vuonna 2013. Yritykset eivät halua verkostoitua eivätkä osallistua yhteistoimintaan hankkeiden kautta, vaan uskovat itsenäisen toiminnan olevan oikea toimintatapa. Myöskään EU- ja muut rahoittajat eivät myönnä rahoitusta alueen matkailun kehittämiseen.

**VE2** kuvaa realistista ihannetilannetta vuonna 2013. Matkailualan eri toimijoiden työ jatkuu hitaasti mutta varmasti, niiden ja myös alueen matkailullinen tunnettuus kasvaa. Heidän verkostoitumishalukkuus kasvaa ja yhteinen kiinnostus esimerkiksi matkailuyhdistyksen perustamiseen lisääntyy. Koheesio- ja kilpailukykyohjelma eli KOKO antaa rahaa kehittämisympäristön toimintaan niin kuin edellisellä ohjelmakaudella Oulun Eteläisen aluekeskusohjelma eli AKO, yritysten alueellinen tasa-arvo kasvaa, Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulun tutkimus- ja kehittämissyksikön CENTRIAn ja muiden hankeorganisaatioiden toiminta jatkuu entisellään, Oulun Eteläisen alueen matkailusesonki laajenee vähitellen.

#### **4.4 Matkailualan toiminnan tavoitteet**

PVA-menetelmän eri vaihtoehtoisten mallien kuvaamisessa voidaan käyttää useita eri tapoja. Tässä opinnäytetyössä matkailualan toiminnan eri vaihtoehtoisten mallien vaikutuksia Oulun Eteläisen alueella kuvataan määrittelemällä toiminnan tavoitteet. Sen jälkeen voidaan tarkastella sitä, kuinka tavoitteet toteutuvat eri vaihtoehtoisissa malleissa. Asetettuja tavoitteita on sekä määrällisiä että laadullisia. Kun toiminnoille asetetut tavoitteet esitetään esimerkiksi teemahaastattelun aiheina, ne yleensä herättävät arvokeskustelua. Samalla voi syntyä myös uusia vaikutuksia. (ks. Stakes 2003.)

Tässä opinnäytetyössä matkailualan eri vaihtoehtoisten mallien VE0, VE1 ja VE2 vaikutuksia kuvataan toiminnan tavoitteilla, koska matkailualan toimintaa

Oulun Eteläisen alueella ja elinkeinon kehittymistä kannattaa tarkastella tavoitehakuisesti matkailualan olemassa olevien kehittämishaasteiden vuoksi. Matkailuyritysten liiketoimintaa, yritysten lukumäärää ja verkostoitumishalukkuutta alueella tarkasteltiin edellä mainittujen eri vaihtoehtoisten mallien kautta asettamalla toiminnalle tavoitteet nykytilanteessa VE0, negatiivisessa tilanteessa VE1 sekä positiivisessa tilanteessa VE2. Alueen vetovoimaisuuden ja matkailullinen imago lisääminen ovat toiminnan tavoitteina kyseisissä vaihtoehtoisissa malleissa, koska olettamukseni oli, että näiden tavoitteiden kehittämisessä oli vielä paljon parannettavaa. Matkailualan tutkimus- ja kehittämisalan asiantuntijoiden vakiintuminen ja laajentuminen koko alueelle on tärkeä tavoite, koska heidän kauttaan alueelle voidaan tuottaa uutta matkailualan asiantuntemusta. Näin myös matkailualan kehittämistyön rahoittajien usko toimintaa vahvistuu nykytilanteesta eteenpäin. (Taulukko 8.)

TAULUKKO 8. Matkailualan toiminnan kohteet ja tavoitteet Oulun Eteläisen alueella

Toiminnan kohde OE- alueella	Toiminnan tavoite
Matkailuyritykset	Matkailuyritysten liiketoiminnan kasvaa Matkailuyritysten määrä lisääntyy OE-alueella Matkailuyritysten verkostoitumishalukkuus kasvaa
Alueen vetovoimaisuus	OE- alueen vetovoimaisuus kasvaa
Matkailualan kehittäjät ja asiantuntijat	Matkailualan kehittäjien ja asiantuntijoiden toiminta laajenee ja vakiintuu matkailun kehittäjinä
Matkailualan rahoitustoiminta ja hankkeiden resurssit	Rahoittajien luottamuksen vakiintuu
Matkailullinen imago	Alueen imago matkailukohteena ja yksittäisten yritysten imago matkailuyrityksenä kasvaa

## 4.5 PVA-aineiston hankinta

Tässä opinnäytetyössä aineisto PVA- menetelmään hankittiin teemahaastattelulla. Teemahaastattelussa ollaan kielellisessä vuorovaikutuksessa tutkittavan kanssa, joista tärkeimpiä etuja ovat joustavuus aineiston keräämisvaiheessa, haastateltavan toimiminen aktiivisena osapuolena sekä tutkimuskysymysten aihealue on vähän kartoitettu ja tuntematon. Tämän opinnäytteen keskeisin etu teemahaastattelumenetelmän käytössä oli etukäteistieto siitä, että haastattelumenetelmä tuottaa vastauksia monitahoisesti ja moniin suuntiin. (ks. Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 199-200.)

Teemahaastattelun etuna voidaan pitää sitä, että sen avulla saadaan joustavasti huomioitua haastateltavat ja kerättyä tietoa eri tilanteissa. Haastatteluaiheiden järjestystä voi tarvittaessa muuttaa, ja se antaa mahdollisuuden myös tulkinnan tekemiseen. Vastaajiksi suunnitellut henkilöt saadaan helposti mukaan haastatteluun. (Hirsjärvi ym. 2008, 200–201; Bell 2006: 157.) Tämän opinnäytetyön haastatteluaineiston keräämisen kannalta tärkeää oli myös se, että teemahaastattelussa haastattelun aihepiirit eli toiminnan kohteet ja toiminnan olivat määritellyt, mutta kysymysten tarkka muoto ja järjestys hahmotuivat vasta haastatteluprosessin aikana. (ks. Hirsjärvi ym. 2007, 199-200.)

Teemahaastattelulle on myös ominaista, että haastateltavat ovat kokeneet tietynlaisen tilanteen. Haastattelu suunnataan siis tutkittavien henkilöiden subjektiivisiin kokemuksiin. Teemahaastattelulla voidaan tutkia yksilön ajatuksia, tunteita, kokemuksia ja myös sanatonta kokemustietoa. Siinä korostuu haastateltavien oma elämysmaailma. Teemahaastattelu tuo tutkittavien äänen kuuluviin. (Hirsjärvi ym. 2000, 47–48 .) Haastattelussa saatu tieto on aina sidoksissa siihen tutkimusympäristöön, josta tutkimuksessa ollaan kiinnostuneita. Haastattelussa korostuu kokemukset tutkittavasta tilanteesta sekä kyky ja halukkuus keskustella aiheesta. (Kylmä & Juvakka 2007, 79–80.) Tässä opinnäytetyössä haastatteluihin osallistuneiden yhteinen ja toisaalta myös subjek-



tiivinen tilanne oli toimiminen OE- alueen matkailun kehittämis- ja yritystoiminnassa.

Haastatteluaineisto pyrittiin kokoamaan niin, että se kattaa koko Oulun Eteläisen alueen kaikki matkailualan toimijat Haapavesi - Siikalatvan, Nivala - Haapajärven sekä Ylivieskan seutukunnissa. (Taulukko 9. ) Haastatteluaineisto kerättiin haastattelemalla mm. alueen matkailuyrittäjiä. Matkailualan yrittäjät (n=4) tässä haastatteluaineistossa tulivat kahden seutukunnan alueelta. Yrittäjät olivat minulle tuttuja yhteistyökumppaneita ja heillä oli kokemusta matkailualan hanketoiminnasta Oulun Eteläisen alueella. Haastattelun toteuttamisajankohta, joulukuusta 2008 helmikuuhun 2009, hankaloitti yrittäjien osallistumista haastatteluun. Osa haastateltavista oli lomalla, koska kiireinen joulusesonki oli juuri päättynyt ja osa heistä oli suunnittelemassa matkailualan messujen markkinointia.

Toinen haastatteluun osallistunut ryhmä (n=3) oli matkailualan hankkeiden rahoittajat. Näitä rahoittajia olivat mm. Haapavesi- Siikalatvan, Nivala- Haapajärven ja Ylivieskan seutukunnat, Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulu. Heidän toimintaansa on esitelty luvussa 3.2. He voivat myöntää hankkeelle suoraan rahoituksen tai antaa puoltavan lausunnon hankerahoituksesta esimerkiksi Pohjois-Pohjanmaan liittoon, joka myöntää EU:n tai muun kansainvälisen rahoituksen rakennerahoitusohjelman mukaiselle hankkeelle.

Matkailualan yksityinen asiantuntija (n=1) osallistui tämän opinnäytetyön ennakkoarvioinnissa käytettyyn haastatteluun ja antoi myös tutkimusaineistoksi oman tutkimusaineistonsa.

Haastatteluun osallistuneet yksityiset henkilöt (n=3) olivat henkilöitä, jotka eivät ole olleet matkailualan yritys- tai hanketoiminnassa mukana. He osallistuvat haastatteluun oman mielenkiintonsa mukaan esiteltyäni heille opinnäytetyöni tutkimuskysymykset. Heidän asuinpaikkansa sijaitsee Oulun Eteläisen alueella.

TAULUKKO 9. Haastateltavat seutukunnittain

Matkailualan toimijat eli haastateltavat	Haastateltavat yhteensä	Haastateltavat seutukunnittain	Lukumäärä seutukunnittain
Matkailualan yritykset	n = 4	Nivala-Haapajärven seutukunta	2
		Ylivieskan seutukunta	2
Matkailuhankkeiden rahoittajat ja t & k - toimija	n = 3	Nivala-Haapajärven stk	1
		Ylivieskan stk	1
		koko alue	1
Matkailualan asiantuntijat	n = 1	koko alue	1
Yksityiset henkilöt	n = 3	Haapavesi-Siikalatva stk	1
		Nivala-Haapajärven stk	1
		Ylivieska stk	1
Yhteensä	n = 11	Yhteensä	11

Aineiston kerääminen tehtiin vierailemalla matkailualan yrityksissä ja muiden toimijoiden luona. Soitin yrityksiin ja muille toimijoille etukäteen, kerroin opinäytetyöni tutkimuskysymyksistä, PVA-menetelmästä ja haastattelun tavoitteista. Yleensä lähetin PVA-menetelmän mukaisesti laatimani kysymykset (Liite 1) etukäteen sähköpostilla tutustuttaviksi. Osa haastateltavista ei halunnut saada materiaalia etukäteen. Otin mukaan haastattelutilanteeseen kannettava tietokoneen. Toimin itse vastausten kirjaajana. En nauhoittanut haastattelutilannetta, vaan haastattelun alussa kerroin, että esitän aina teeman päättyessä haastateltavalle kirjaamani vastaukset. Teemahaastattelun alussa esittelin uudestaan opinäytetyöni aiheen, tutkimuskysymykset ja PVA-menetelmän pääperiaatteet. Esittelin teemahaastattelun eri vaihtoehtoiset mallit, joista ensin keskityttiin VE0-malliin eli matkailualan nykytilanteeseen haastateltavan näkökulmasta. Vein haastattelua eteenpäin esittämällä kysymyksiä, joiden taustalla olivat matkailualan toiminnalle asetetut tavoitteet. Kirjoitin vastaukset

suoraan word-tiedostoon, joka tarkistettiin yhdessä haastateltavan kanssa haastattelun päätyttyä.

Liitteessä 2 esitän esimerkin esittämistäni kysymyksistä eri vaihtoehtoisten mallien ja asetettujen toiminnan tavoitteiden mukaisesti. Esimerkkinä ovat kysymykset matkailualan yrittäjille.

Haastattelun aihe kiinnosti hyvin kaikkia niitä matkailualan toimijoita, joihin päätin ottaa yhteyttä. Asiantuntijoiden, matkailun kehittäjien ja rahoittajien kanssa haastattelun ajankohdat löytyivät melko nopeasti. Eniten vaikeuksia löytää sopiva ajankohta oli matkailualan yrittäjien kanssa. Tämän ymmärtää hyvin, sillä osa yrittäjistä oli lomalla kiireisen joulusesongin jälkeen, osa osallistumassa keskitalven messutapahtumiin tarkoituksena myydä seuraavaa sesonkia, ja osa toimijoista oli juuri laatimassa uusia hankehakemuksia tulevalle EU-ohjelmakaudelle. Haastattelu kesti yleensä 1½ - 2 tuntia.

## 4.6 PVA-aineiston analyysi

Grönforsin (1982) mukaan sisällön analyysi on menettelytapa, jonka avulla analysoidaan dokumentteja, esimerkiksi haastatteluja, raportteja systemaattisesti ja objektiivisesti. Sisällön analyysimenetelmässä tavoitteena on saada kuvaus tutkittavasta ilmiöstä tiivistettyyn, sanalliseen muotoon johtopäätösten tekoa varten. Sisällön analyysin myötä tutkijan tehtävä on tuottaa analyysin tiivistelmistä johtopäätökset.(Grönfors 1982,161; Tuomi & Sarajärvi 2002,111.)

Tässä opinnäytetyössä sisällön analyysi eteni Tuomen & Sarajärven (2002, 111) esittämää aineistolähteistä sisällön analyysiprosessia mukaillen seuraavasti.

1. Haastatteluteemojen muodostaminen ja yhteydenotto matkailualan toimijoihin puhelimitse
2. Haastattelujen kirjaaminen suoraan haastattelun yhteydessä esittäen haastattelujen teemat ja eri vaihtoehtoiset mallit VE0, VE1 ja VE2
3. Haastattelujen lukeminen ja sisältöön perehtyminen

4. Pelkistettyjen ilmausten etsiminen ja samankaltaisuuksien alleviivaaminen tietyllä värillä
5. Samankaltaisuuksien yhdistäminen matkailualan toiminnan tavoitteisiin eri vaihtoehtoisissa malleissa
6. Näistä syntyvien käsitteiden muodostaminen ja käsitteiden soveltaminen tuloksiksi PVA – ennakoarvioinnin toteuttamista mukaellen

Haastattelujen jälkeen seurasi sisällön analyysi. Sen aloitin lukemalla VE0 eli nykytilanteen liittyvät vastaukset. Sen jälkeen etsin jokaiseen asettamaani tavoitteen alle soveltuvat haastattelun vastaukset. Käytin apuna värikyniä. Esimerkiksi, Oulun Eteläisen alueen yritystoimintaa kuvaavat vastaukset alleviivasin punaisella kynällä, Oulun Eteläisen alueen imagon ja alueella olevien yritysten imagoa kuvaavat vastaukset alleviivasin oranssilla kynällä. Kun olin läpikäynyt kaikki VE0 tilannetta kuvaavat vastaukset ja eriteltyt ne asetettujen tavoitteiden alle eri värejä käyttäen, kirjoitin haastatteluista tulokset. Samaa menetelmää käytin mallien VE1 ja VE2 analyysissä.

## **5 MATKAILUALAN HANKETOIMINTA JA VERKOSTOITUMINEN OULUN ETELÄISEN ALUEELLA**

Tässä opinnäytetyössä pyrittiin löytämään vastaukset kahteen tutkimuskysymykseen, jotka asetin oman työkokemukseni perusteella Oulun Eteläisen alueella matkailualan tutkimus-, kehittämis- ja opetustehtävissä vuosina 2004 - 2008. PVA-menetelmään liittyvään haastatteluun olen muotoillut haastattelun teemat PVA:ssa esitettyjen toiminnan tavoitteiden kautta. Tutkimuskysymyksiä käsittelin matkailualan eri vaihtoehtoisissa malleissa VE0, VE1 ja VE2. PVA-menetelmää käyttäen saatiin tuloksia myös tutkimuskysymysten ulkopuolelta. Ne tukevat edellä esittämiäni tutkimuskysymyksiä ja matkailualan keskeisiä kehittämishaasteita Oulun Eteläisen alueella.

## 5.1 Matkailualan hanketoiminta

Tässä opinnäytetyössä tarkasteltiin ensimmäisenä, miten päättyneet matkailualan hankkeet näkyvät Oulun Eteläisen alueen matkailualan elinkeinon kehittymisessä nyt tulevaisuudessa.

### 5.1.1 Hanketoiminnan nykytilanne (VE0)

Kansalliset ja kansainväliset hankerahoitukset ovat olleet tukemassa Oulun Eteläisen alueen matkailuelinkeinotoiminnan aloitustoimenpiteitä ja jopa kehittymistä päättyneellä ohjelmakaudella. Kaikki haastateltavat kertoivat, että hankerahoitukset ovat tukeneet yrityksiä mm. liikeidean kehittämisen ja liiketoiminnan markkinoinnissa. Myös investointihankkeita saatiin alueelle. Hanketoiminta on kuitenkin kohdistunut suurimmalta osin yksittäisen yrityksen liiketoiminnan kehittämiseen ja ruohonjuuritason investointeihin esimerkiksi laiturin rakentamiseen tai www-sivujen laatimiseen.

*”Onhan sitä EU-rahaa tarjolla, mutta harvat sitä saa ja lyhyeksi aikaa. Justiin, kun saadaan jotain aloitettua, raha loppuu.”*

Yleisesti koettiin, että hankkeiden toiminta-aika (1 - 3 vuotta) oli liian lyhyt pysyvän liiketoiminnan tai muun pysyvän yhteisen liiketoiminnan aikaan saamiseksi. Hankkeet etenivät hitaasti, kun usein hankkeiden alussa kaikki toimijat olivat vieraita toisilleen ja verkostojen luomiseen meni ensimmäinen toimintavuosi. Varsinaiseen kehittämiseen ja tavoitteiden saavuttamiseen jäi vain 1 - 2 vuotta.

Matkailualan hankkeiden tavoitteet todettiin saavutetun hyvin. Hankkeen päättyttyä yrityksen tai alueen toiminta palautui kuitenkin usein hanketta edeltävään tilanteeseen, koska hankevetäjien rooli koordinoijana ja hankkeiden antama rahallinen kehittämistuki päättyivät. Positiiviseksi liiketoiminnan edistämisen kannalta koettiin se, että yritysten välistä yhteistoimintaa ja verkostoitumista edistävät hankkeet pääsivät melko hyvin asetettuihin tavoitteisiinsa. Eli haastateltavat kokivat, että päättyneen ohjelmakauden kehittämishankkeet aloittivat keskustelun yritysten välisen yhteistoiminnan ja verkostoitumisen

merkityksestä ja hyödyistä alueen liiketoiminnan ja matkailullisen tunnettuuden edistämiseksi.

### **5.1.2 Hankerahoitusta ei myönnetä (VE1)**

Negatiivisimman eli VE1- mallin toteutuessa matkailualan yritysten saama rahallinen tuki ei kuitenkaan lopu täysin, sillä he voivat hakea kansallista rahoitusta kehittämistoiminnalleen, esimerkiksi kunnalta tai seutukunnalta. Rahoittajat tulevat olemaan erittäin kriittisiä myöntäessään yrityskohtaisia rahoituksia. Enää pelkästään esitteiden tai muun markkinointimateriaalin valmistamiseen ei myönnetä rahoitusta. Seuraavaksi esimerkkinä erään seutukunnan rahoituksesta vastaavan mielipide:

*”Jos EU-rahaa ei ole jaossa, kuntatasolla mietitään tarkasti matkailualan hankerahoitusta, saadaanko hankkeisiin kohdennetut rahat takaisin verotuloina.”*

Matkailualan tutkimus- ja kehittämisorganisaatioiden sekä yksityisten asiantuntijoiden toiminta vähenee tai loppuu kokonaan, jos EU-rahoitustuki loppuu. Samalla heidän asiantuntijuutensa matkailualan kehittäjänä loppuu, vaikka tutkimuksen mukaan heidän asiantuntijuuttaan tarvitaan alan kehittämisessä. Yrittäjät ja muut toimijat jäävät yksin. Tutkimus- ja kehittämisorganisaatiot ovat myös osallistuneet hankerahoitukseen EU-rahoituksen varmistuttua. Näin niiden jakama rahoitus jää pois alan kehittämistyössä.

### **5.1.3 Matkailuelinkeino kehittyy (VE2)**

Suurin osa haastateltavista ilmoitti, että positiivisen eli VE2-mallin toteutuessa alueella toimivat matkailualan hankkeet edistävät Oulun Eteläisen alueen elinkeinon kehittymistä. Rahoittajien mielestä kansallista tai kansainvälistä hankerahoitusta ei enää myönnetä esimerkiksi www-sivujen tai muun markkinointimateriaalin valmistamiseen vaan tavoitteena on tukea ns. ruohonjuuritason kehittämistä laajempaan yritysten väliseen ja alueelliseen kehittämistyöhön. Seutukunnat haluavat rahoittaa vain hankkeita, jotka varmasti palvelevat koko alueen tai seutukunnan elinkeinon kehittymistä.

*”xxxx seutukunta kohdentaa rahoitustaan entistä tarkemmin sellaisiin hankkeisiin, jotka työllistävät hyvin ja edistävät alueen matkailullista vetovoimaa.”*

Toisaalta yrittäjien mielipide oli se, että hankerahoitusta tarvitaan edelleen aivan arkipäivän yritysosaamisen ylläpitämiseen ja kehittämiseen. Yritysten kansainvälistymiseen koettiin tarvittavan hankkeen tuomaa tukea. Kansainvälistyminen oli yrittäjien mukaan vasta alkamassa. Hankerahoitus alueen kehittämistyössä koettiin yleisesti erittäin tärkeäksi, ja sen koettiin palvelevan koko aluetta. Hanketoiminnan sijasta voitaisiin kuitenkin puhua alueellisesta palvelusta ja kehittämistyöstä. Hanketoiminta terminä voi olla joillekin yrittäjille ns. punainen vaate, joka estää halukkuuden sitoutua hankkeisiin. Kun hankkeen tavoitteet ja yrittäjän saama etu esitetään toisella tavoin, voi sitoutuminen olla tehokkaampaa.

Hankkeiden hallinnoijaksi tarvitaan matkailualan ja hanketoiminnan asiantuntija, joka voi olla tutkimus- ja kehittämisorganisaatio, kuten Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulun tutkimus- ja kehittämisyksikkö, CENTRIA tai Kalajoen ammattiopisto Artema. Haastateltavat kokivat tärkeäksi elinkeinon kehittämisen kannalta, että hankkeen tavoitteet ja toiminta siirtyy yritysten vakituiseksi toiminnaksi. Ihanteellisinta on, että hankkeen luoma toiminta jatkuu hankkeen päättymisen jälkeen. Jos kyseessä on yhteistoimintaa ja verkostoitumista edistävä hanke, tarvitaan heti hankkeen alussa ns. veturiyritys, joka on matkailualan asiantuntija. Tämä yritys voisi jatkaa verkostotoiminnan koordinaattorina hankkeen päättymisen jälkeen.

*”Kunnon hankkeen aikana, siihen sitoutuu veturiyritys, jolla on valovoimainen johtaja. Ihan niin kuin Hjallis Harkimo omassa yritystoiminnassaan. Tai Levillä yritykset ovat lähteneet yhdessä markkinoimaan aluetta. Sellaista tarvitaan tännekin.”*

Hankkeen hallinnoija on neutraali taho, joka hallitsee hankebyrokratian, mutta veturiyritys kokoaa alueen toimijat yhteen ja kehittää elinkeinoa yhdessä muiden toimijoiden kanssa. Hallinnoijan ja byrokratian osuus ei saa kuitenkaan olla kovin suuri hankkeen budjetissa. Tärkein kohde on alueen yritysten liiketoiminnan kehittäminen. Olipa hankkeen vetäjä tai koordinaattori kuka tahansa, hankkeen tavoitteiden asettelu ja hankkeen vetäjän toiminnan täytyy olla

jatkossakin yrittäjien ja liiketoiminnan tarpeiden edistämisen mukaista. Hankkeen vetäjä ei saa vaihtua hankkeen toiminnan aikana, vaan hänen täytyy sitoutua heti hankkeen alkaessa tavoitteiden toteuttamiseen.

## **5.2 Matkailualan toimijoiden verkostoituminen**

Toisena tutkimuskysymyksenä käsittelin sitä, mikä on matkailuyritysten ja muiden matkailualan toimijoiden keskinäisen verkostoitumisen merkitys matkailuelinkeinon kehittämisessä Oulun Eteläisen alueella nyt ja tulevaisuudessa.

### **5.2.1 Toimijoiden asennoituminen verkostoitumiseen(VE0)**

Nykytilanteessa tulosten mukaan matkailuyritystoiminnalle on ominaista itsenäinen toiminta, jopa itsekkyyys. Yrittäjät eivät tunne toisiaan eikä yritystoimintaa, joten epäluulo ja kateus estävät tällä hetkellä yhteisen verkostoitumis- ja kehittämistoiminnan. He eivät halua luovuttaa omaa liikeideaansa toisten yrittäjien käyttöön. He epäilevät menettävänsä oman toimeentulonsa, jos he jatkavat osaamistaan muiden yrittäjien ja toimijoiden kanssa. Matkailuyrittäjien asiantuntemus perustuu kokemustietoon, eikä tutkimustietoon tai koulutukseen. Niinpä esimerkiksi liiketoiminnan tuotteistaminen, markkinointi ja verkostoituminen eivät tue koko alueen liiketoiminnan kehittymistä vaan ovat yksittäisiä toimenpiteitä yksittäisissä yrityksissä.

*”Olihan täällä pieniä kuntakohtaisia hankkeita ja muuta, joilla pystyi kehittämään omaa liiketoimintaa ja kai koko aluettakin, mutta esteenä oli varmaankin luottamuspuula.”*

### **5.2.2 Toimijoiden resurssien loppuminen (VE1)**

Negatiivisen mallin eli VE1-mallin toteututessa tulosten mukaan matkailun toimijoiden pienimuotoinen verkostoituminen ja matkailuverkoston toiminta loppuu alueella. Yrittäjät jatkavat itsenäistä toimintaa. Matkailualan yritystoiminta jatkuu ennallaan niillä alueilla, missä sillä on pitkä perinne, esimerkiksi Kalajoen Hiekkasärkkien alueella. Myös muutama yksittäinen yrittäjä jatkaa toimintaansa Kalajoen Hiekkasärkkien ulkopuolella, jos heidän liike-ideaansa



on toiminut ennen EU-rahoituskauden. Nämä yritykset uskovat, että kanta-asiakkaat löytävät heidät joka tapauksessa.

*”Oman yrityksen markkinointi tapahtuisi hyvin halvalla ja vaatimattomasti. Toiminta kyllä jatkuu omalla painollaan. Päivä kerrallaan. Ja kyllä ne minut jo tuntevat, jotka tänne haluavat tulla. Ainakin kesällä.”*

Osa matkailualan yrittäjistä uskoo jatkavansa verkostoitumista, vaikka rahoitusta verkostoitumisen kehittämiseen ei myönnetä ja yleinen mielenkiinto verkostoitumiseen on vähäistä. He ilmoittavat tarvitsevansa koordinaattorin, joka johtaa verkostoitumista. Koordinaattorin työnantajana voisi olla kyläyhdistys tai matkailuyhdistys. Koordinaattorin täytyy olla matkailualan asiantuntija. Siitä, onko koordinaattori paikallinen vai alueen ulkopuolinen asiantuntija, oltiin erimielisiä. Osa haastateltavista uskoi verkostoituvansa esimerkiksi Levin matkailutoimijoiden kanssa, jolloin he hyötyisivät suuremmasta verkostotoiminnasta.

*”Kyllä me se koordinaattori tarvittaisiin, mutta kuka sen palkan maksaisi? Kuntako?”*

### **5.2.3 Mielenkiinto verkostoitumiseen (VE2)**

Positiivisen vaihtoehdoisen mallin toteutuessa Oulun Eteläisen alueella uskotaan matkailuun. Sinne syntyy uusia matkailuyrityksiä ja vanhat, eläkkeelle siirtyvät yrittäjät löytävät jatkajan toiminnalleen. Yrittäjät uskovat ns. kumppanuustoimintaan. He haluavat jakaa omaa osaamistaan toisen yrittäjän kanssa ja pystyvät näin toteuttamaan laadukkaita palvelukokonaisuuksia. Räätelöityjen palvelukokonaisuuksien tarve kasvaa ja yrittäjät hankkivat osaamista näiden tuottamiseen. Yrittäjät hankkivat koulutusta liiketoimintaosaamiseen, innovaatioiden tuotteistamiseen ja tietotekniikan taitojen kehittämiseen.

Tulosten mukaan kaikki toimijat kokivat yhteismarkkinoinnin olevan merkittävän osan matkailutoimijoiden verkostoitumista alueella. Verkostoituminen onnistuu silloin, kun jokainen toimija uskoo hyötyvänsä siitä tasapuolisesti. Ver-

kostoituminen tuottaa Oulun Eteläisen alueesta yhtenäisen matkailualueen ja silloin alueen sisäinen ja ulkoinen markkinointi onnistuu.

*”Verkostoitumalla saat oman palkkasi ja ansaitseen, mitä yksin markkinointikustannukset vie.”*

Matkailuverkoston koordinoijaksi tarvitaan henkilö tai organisaatio, joka tuntee alueen, toimijoiden ja alueelle tulevien matkailijoiden tarpeet. Toisaalta esitettiin myös seuraava näkemys:

*”Matkailuverkoston vetäjä tai koordinoija voisi tulla alueen ulkopuolelta, tuntematta alueen historiaa ja rasiitteita, eräänlaisena konsulttina, joka pelastaa koko tilanteen, tuo viimeisen tiedon ja auttaa eteenpäin alueen kehittämisessä.”*

Erään seutukunnan toimijat esittivät, että matkailualan toimijoiden verkostoitumisen edistäjänä tai vetäjänä voisi olla kyläyhdistys. Silloin koko kyläyhteisö sitoutuu kylän ja maaseutumatkailun kehittämiseen yhdessä muiden matkailutoimijoiden kanssa. Tällä hetkellä toimintamallia ei vielä ole hyväksytty, mutta vaihtoehdoisen mallin, VE2 toteutuessa se voisi olla alueen arkipäivää vuonna 2013, uskotaan tässä seutukunnassa.

Tuloksissa esitettiin kuitenkin eriäviä mielipiteitä verkoston toiminta-alueesta. Koettiin, että toimiva verkosto perustuu toimijoiden keskinäiseen luottamukseen ja toistensa liike-idean tuntemiseen. Se ei saa olla ns. väkisellä tehty. Varsinkin yrittäjät kokivat, että ensin aloitetaan lähialueen matkailutoimijoiden kanssa. Sen jälkeen, kun verkosto toimii ja matkailutuotteet ovat laadukkaita, voidaan laajentaa verkostoyhteistyötä koko alueen verkostoyhteistyöksi ja yhteismarkkinointialueeksi.

### **5.3 Oulun Eteläisen alueen tunnettuus**

PVA-menetelmässä asetetut toiminnan tavoitteet tuottivat tuloksia myös tutkimuskysymysten ulkopuolelta. Toiminnan tavoitteiden käsittelyt eri vaihtoehdoissa malleissa kuitenkin oli perusteltua, jotta itse tutkimuskysymyksiin saatiin vastaukset.

### 5.3.1 Nykytilanne (VE0)

Seuraavaksi esitän yhteenvedon matkailualan nykytilanteesta tavoitteiden mukaisesti. Tavoitteet vaihtoehtoisten mallien VE0, VE1 ja VE2 toteutuessa on esitetty yhteenvetona taulukossa 10.

Kaikki haastateltavat kyseenalaistivat Oulun Eteläisen alueen matkailuelinkeinon olemassaolon. Esitettiin, että kyseessä olisi matkailu- ja palvelutoimialan epämääräinen yhdistelmä. Toisaalta epäiltiin koko matkailuelinkeinon olemassa oloa tällä alueella. Alueen matkailu käsitettiin enemmän harrastusmaiseksi sivutoimialaksi.

Tällä hetkellä Oulun Eteläisen alueelle tulevat matkailijat ovat työmatkalaisia, jotka asettuvat alueelle komennuksen ajaksi. Eläkeläiset ovat tyypillisiä päivämatkustajia. Kalajoelle suuntautuu kesällä Oulun Eteläisen alueen sisäisiä päiväkävijöitä. Erilaiset leirit, kokoukset ja pikkujoulut työllistävät koko alueen matkailuyrittäjiä kesäsesongin ulkopuolella. Kesäisin alueella vietetään paljon suku- ja perhejuhlia, jotka lisäävät liiketoimintaa perinteisen lomamatkailun rinnalla. Jonkin verran kesäsesongin liiketoimintaa kasvattavat myös mainittiin myös kansainväliset asiakkaat, erityisesti Kalajoen Hiekkasärkkien alueella.

Haastateltavat kuvailevat Oulun Etäisen alueen matkailuimagoa kiinnostamattomaksi. He kertovat, että alueella ei ole varsinaisesti matkailuimagoa, koska matkailijoilla ei ole matkailullisia odotuksia tulleessaan ensimmäistä kertaa alueelle. Alue on pirstaleinen sekä maantieteellisesti että hallinnollisesti. Oulun Eteläisen alue on maantieteellisesti merenranta-alue ja metsä-Suomen-alue. Vuosina 2000-2006 EU-tukialuejärjestelmä jakoi alueen kahteen osaan; tavoiteohjelma 1- ja tavoiteohjelma 2-alueisiin. Pirstaleisuudesta kertoo myös se, että alueen yrittäjät markkinoivat aluetta eri nimikkeiden alla, esimerkiksi Oulun Eteläinen, Keski-Pohjanmaa, Kalajoen matkailu. Ainoa matkailullinen imago on Kalajoen matkailulla. Matkailijat tuntevat jo sen matkailutarjonnan, mutta mitä muuta alueen matkailu tarkoittaa, ei tiedetä.

Oulun Eteläisen alueen matkailuyritykset ovat pääasiassa mikroyrityksiä eli 1 – 2 henkilöä työllistäviä yrityksiä. Ominaista näille yrityksille on maatilamatkai-

lu sekä yritystoiminnan keskittyminen kyläympäristöön. Yrittäjät ovat usein hyvin iäkkäitä, jotka ovat aikoinaan liittäneet maatilán yhteyteen matkailuyritystoimintaa. Nyt osa yrittäjistä on siirtymässä eläkkeelle ja huoli yritystoiminnan jatkajasta on aiheellinen. Vain Kalajoen Hiekkasärkkien alueella sijaitsee suurempia yrityksiä, joiden liikeidea keskittyy pelkästään matkailutoimintaan.

### **5.3.2 Matkailualan negatiivinen tulevaisuuden kuva (VE1)**

Jos negatiivisin malli toteutuu OE- alueella, niin alueen kehittyminen matkailu-alueena pysähtyy. Ja päättyneellä EU-ohjelmakaudella saavutetut tulokset matkailuelinkeinon kehittämisessä häviävät. OE- alueen matkailullinen piristeisuus säilyy, matkailija ei saa tietoa alueesta ja matkailualan toimijoiden yhteistyöhalukkuus ei kasva.

### **5.3.3 Matkailualan positiivisin tulevaisuuden kuva (VE2)**

Kun positiivinen malli VE2 toteutuu, Oulun Eteläisen alueen matkailullinen imago vahvistuu keskittyen alueen historiaan sekä erä- ja metsästysmatkailuun. Matkailullisen imagon vahvistuessa koko alueen tunnettuus kasvaa, myös Kalajoen Hiekkasärkkien ulkopuolella. Mm. tiedotusvälineet ovat kiinnostuneita koko alueen matkailutuotannosta. Sesonki laajenee kesäsesongin ulkopuolelle mm. talvimatkailuun, historiaan ja erä- ja luontomatkailuun liittyvien matkailukokonaisuuksien kehittämisen myötä.

Yhteisesti todettiin, että tätä haastattelua ja opinnäytetyötä tehdessä ollaan vasta luomassa Oulun Eteläisen alueen matkailullista imagoa. Vuoteen 2013 on liian vähän aikaa, jotta matkailullinen positiivinen imago olisi silloinkaan olemassa ja tunnettu laajemmin. Mutta vuonna 2013 imagon luomisessa on päästy jo eteenpäin, kun kaikki positiivisen mallin tavoitteet saavutetaan.

Positiivisen vaihtoehtoisen mallin toteutuessa Oulun Eteläisen alueelle syntyy uusia matkailuyrityksiä ja vanhat, eläkkeelle siirtyvät yrittäjät ovat löytäneet jatkajan toiminnalleen. Yrittäjät uskovat ns. kumppanuustoimintaan. He haluavat jakaa omaa osaamistaan toisen yrittäjän kanssa ja pystyvät näin toteuttamaan laadukkaita palvelukokonaisuuksia. Räätelöityjen palvelukokonaisuuksien tarve kasvaa ja yrittäjät hankkivat osaamista näiden tuottamiseen. Yrittä-

jät hankkivat koulutusta liiketoimintaosaamiseen, innovaatioiden tuotteistamiseen ja tietotekniikan taitojen kehittämiseen.

Matkailu elinkeinona vahvistuu positiivisen vaihtoehdoisen mallin toteutuessa. Se edellyttää kunnan, yritysten ja muiden toimijoiden uskomista matkailuelinkeinon. Matkailu elinkeinona tuottaa tuloa koko Oulun Eteläisen alueella, kun se nyt näkyy positiivisena tulona vain Kalajoen hiekkasärkkien alueella. Matkailuelinkeinon toteuttamiseen vaaditaan kaikkien matkailutoimijoiden sitoutumista ja verkostoitumista, todettiin haastattelussa.

TAULUKKO 10. PVA-menetelmän yhteenveto

Tavoitteet/ vaihtoehdot	VE0 Matkailualan toiminta pysyy ennallaan, pientä yhteistyötä mutta vähäistä, odotetaan rahoituksen varmistumista, mutta kiinnostus yhteistyöhön on olemassa	VE1 Ei ulkopuolista rahoitusta matkailun kehittämiseen, ei kiinnostusta verkoston muodostamiseen ilman ulkopuolista rahoitusta, ei kiinnostusta hanketoimintaan	VE2 Alueen tunnettuus kasvaa vähitellen, hankkeiden rahoitus turvataan, sesonki laajenee, matkailualan toimijoiden verkostoituminen jatkuu
Matkailuyritysten liiketoiminnan kasvaminen matkailualan yritystoiminnan kehittämisen näkökulmasta	Matkailua itsenäisenä elinkeinona ei ole alueella, matkailuyritykset itsenäisiä mikroyrityksiä	Yritysten itsenäinen toiminta jatkuu, verkostoitumishalukkuutta alueen ulkopuolelle	Matkailuyritykset kehittävät liikeideansa, verkostoituvat ja osallistuvat hanketoimintaan
OE-alueen vetovoimaisuus kasvaa asiakkaan/matkailijan näkökulmasta	Asiakasprofiili on pirstaleinen	Vakituiset, vanhat asiakkaat matkustavat edelleen alueelle	Asiakkaat tietävät saavansa laadukasta palvelua
Tutkimus- ja kehittämistoimijoiden roolin vakiintuminen	Toimijat ovat hallinnoineet yksittäisiä, lyhytkestoisia hankkeita	Tutkimus- ja kehittämistoiminta supistuu	Hankkeiden hallinnoijien toiminta vakiintuu ja asiantuntijuus tunnustetaan
Rahoituslähteet laajenevat ja hankkeiden koko kasvaa (Rakennerahastot, AKO yms.)	Satunnaisia, lyhytkestoisia matkailualan hankkeita on rahoitettu	Vain kansallisia rahoituksia myönnetään, kuntarahoitusta on vaikea saada	Alueen hanketoiminta on uskottavaa ja niille myönnetään rahoitusta
OE:n alueen matkailuimagon ja sen alueella olevien yritysten imagon parantuminen	Alueella ei ole matkailuimagoa, aluetta ei tunneta matkailukohteena	Alueen imago tarkoittaa Kalajoen Hiekkasärkin imagoa	Imago kehittyä erä- ja luontomatkailun ympärille

## 6 POHDINTA JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, mitkä ovat Oulun Eteläisen alueen matkailuyrittäjien, rahoittajien, asiantuntijaorganisaatioiden ja alueen asukkaiden näkemykset matkailuprojektien eli hankkeiden merkityksestä Oulun Eteläisen alueen matkailun elinkeinon kehittämisessä. Tavoitteena oli myös selvittää, miten edellä mainitut toimijat kokevat päättyneiden hankkeiden vaikutuksen elinkeinon kehittämisessä ja matkailualan toimijoiden verkostoitumisen merkittävyyden toiminnassaan.

Opinnäytetyöni aihe oli ajankohtainen työskennellessäni Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulussa tutkimus- ja kehittämistehtävissä sekä matkailu- ja ravitsemisalana opettajana restonomi amk-tutkintoon johtavassa koulutuksessa Ylivieskassa vuosina 2004 - 2008. Vuoden 2007 aikana useat hallinnoimamme matkailualan hankkeet päättyivät. Uusia hankerahoitushakemuksia kirjoitettiin, vaikka mitään uusia hankkeita koskevia konkreettisia ohjelma-asiakirjoja, rahoitusperusteita yms. ei ollut saatavilla. Meillä kauan hanketoiminnassa hallinnoijina ja alan asiantuntijoina työskenneillä oli tarve turvata matkailualan hanketoiminta ja sen rahoitus vuosille 2007 - 2013. Minulle oli epäselvää, mikä oli muiden hanketoimijoiden mielipide päättyneen ohjelma-kauden hankkeiden vaikutuksista ja mielenkiinto jatkaa hanketoimintaa.

Oulun Eteläisen aluekeskus oli rahoittanut alueen matkailuverkoston ja myöhemmin matkailun kehittämisympäristön toimintaa. Sen myöntämä rahoitus päättyi vuonna 2007. Sen jälkeen Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulun matkailualan koulutusohjelma ja matkailutiimi toimivat kehittämisympäristön vetäjinä omalla rahoituksellaan vuoteen 2009 saakka. Muutama alueella toiminut hanke yritti kehittää alueellista matkailuverkostotoimintaa, ja joitakin pienempien alueiden matkailuyhdistyksiä perustettiin. Kysymys siitä, onko perusteltua suunnitella koko Oulun Eteläisen alueen matkailualan toimijoiden yhtenäistä matkailuverkostoa, askarrutti minua toimiessani matkailualan hankkeiden projektipäällikkönä sekä matkailu- ja ravitsemisalana opettajana.

## 6.1 Vaihtoehtoiset mallit Oulun Eteläisen alueen kehittämisessä

Vaihtoehtoisen mallin (VE0) eli matkailualan nykytilanteen esille tuominen konkreettisesti matkailualan toimijoille antoi lähtökohdat matkailun kehittämistyölle verkostomaisena toimintatapana sekä uskoa sitoutumiseen hanketointaan tulevaisuudessa. Osalla matkailualan toimijoista oli jo kokemusta sekä verkostoitumisesta että osallistumisesta hanketoimintaan. Yksi kehittämistyön lähtökohta oli, että Oulun Eteläisen alueen koettiin yleisesti olevan vielä hyvin pirstaleinen alue matkailullisesti. Alueella ei ole yhtenäistä matkailuimagoa, eikä aluetta tunneta yhtenäisenä matkailualueena edes alueen sisäisten toimijoiden kesken. Heidän mielipiteensä kuvaa myös mielestäni myös alueelle saapuvien asiakkaiden mielikuvaa alueen imagosta. Tätä opinnäytetyössä ei tutkittu, koska tutkimuskysymykset keskittyivät alueen toimijoiden keskinäisen toiminnan kehittämiseen.

Tämän opinnäytetyön aikaisen pysymisessä tulevaisuudessakin samanlaisena eli VE0:na tulokset kuvaavat Oulun Eteläisen alueen matkailualan kehittämisen haasteita kuten Työ- ja elinkeinoministeriö kuvasi niitä julkaisemassaan Matkailun yleisosassa vuonna 2007. Työ- ja elinkeinoministeriö nimeää tärkeimmiksi kehittämisen kohteiksi matkailualan yhteistyön ja kumppanuuden esimerkiksi yhteismarkkinointia kehittämällä. Oulun Eteläisen alueella on ollut pienimuotoista verkostoitumistoimintaa mutta mielenkiinto pitkäjänteiseen, koko aluetta koskevaan yhteistyöhön ja verkostoituminen puuttuu. Yksittäiset yritykset jatkavat toimintaansa perinteiden mukaan ja alan tulevaisuutta ei haluta miettiä. Toivolan (2005) esittämien luottamuskyvyn ja avoimuuden kehittäminen antaa resursseja alan kehittämiseen positiiviseen suuntaan.

Komppula (2000) on kuvannut Törnroosin (1997) kehittämää verkostojen rakennetta ja kerroksellisuutta. Tässä opinnäytetyössä verkoston sisimmän ytimen muodostavat ne alueella toimivat matkailualan yrittäjät, joilla on mielenkiintoa toimijoiden väliseen yhteistyöhön hanketoiminnan ja keskinäisen verkostoitumisen kautta. Verkoston ytimessä ovat ne palveluorganisaatiot, joiden toiminta perustuu matkailuyritysten toiminnan kehittämiseen esimerkiksi tar-



joamalla heille hanketoimintaa ja koulutusta. Näitä organisaatioita ovat Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulun tutkimus- ja kehittämissyksikkö CENTRIA ja Kalajoen ammattiopisto Artema. Näillä toimijoilla on yhteinen tavoite eli matkailualan liiketoiminnan kehittäminen ja Oulun Eteläisen alueen matkailullisen imagon parantaminen. Verkoston uloimmassa osassa ovat matkailualan hanke- ja yhteistoiminnan rahoittajat esimerkiksi alueen seutukunnat, jotka myöntävät osarahoituksen hankkeille saadessaan puoltavan lausunnon päärahoituksen antajalta esimerkiksi EUn rakennerahastoilta. Heidän päätöksensä vaikuttavat suoraan verkoston ytimeen eli matkailualan yrittäjiin ja palveluorganisaatioihin. Tuloksena on negatiivisin vaihtoehtoinen malli (VE1). Silloin palveluorganisaatioiden toiminta lakkaa ja muutamat yrittäjät jatkavat perinteiden mukaan itsenäistä toimintaa.

Positiivisen vaihtoehtoisen mallin(VE2) eli hankerahoituksen toteutuminen ja toimijoiden verkostoitumisen alkaminen antaa paljon aineksia alueen matkailualan kehittämiseen. Matkailualan hankerahoitukseen osallistuvien osarahoittajien eli Oulun Eteläisen aluekeskusohjelman ja alueen seutukuntien kannattaa miettiä rahoituksen myöntämistä, koska haastatellut matkailualan toimijat kokivat osallistumisen matkailualan hankkeisiin ja sitä kautta alan kehittämiseen erittäin mielekkääksi ja alaa kehittäväksi toiminnaksi. He olivat saaneet resursseja aivan yritystoiminnan ruohonjuuritason työhön, mutta heillä oli halukkuutta jatkaa hankeyhteistyötä myös hankkeissa, jossa keskitytään esimerkiksi yritysten väliseen yhteistyöhön ja kansainvälistymiseen.

Tässä opinnäytetyössä matkailualan toimijoiden verkostoituminen koettiin tarkoittavan samaa kuin alueellinen yhteismarkkinointi. Vaikka siihen saataisiin resursseja positiivisen vaihtoehtoisen mallin toteutuessa, toimijat halusivat aloittaa verkostoitumisen lähialueen toimijoiden kesken. Koko Oulun Eteläisen alueen kattava matkailutoimijoiden verkosto koettiin liian suureksi verkostoksi yksittäisen yrityksen kehittämisen kannalta.

Palveluprosessin eri vaiheita voidaan kuvata asiakasnäkökulmasta katsottuna, asiakkaasta riippumattomiin ja asiakkaan käynnistämiin prosesseihin. Itse palvelutuotantoprosessissa on siten kysymys sisäisten ja ulkoisten tuotannonteki-

jöiden integroinnista. (Brax 2007,13; Jaakkola & Orava & Varjonen 2009, 15.) Asiakaspalvelussa on otettava huomioon se, että asiakas kokee ja kuluttaa vain osan palveluprosessia. Asiakas kiinnittää huomiota erityisesti tuotantoprosessin näkyvään osaan. (Grönroos 2009, 80.) PVA - arviointimenetelmä sopii tämän opinnäytetyön perusteella asiakkaasta riippumattomiin palveluprosessin vaiheisiin. Matkailualan hanketoiminta ja verkostoituminen yhteismarkkinoinnin kautta on suurimmalta osaltaan palveluprosessia, jota asiakas ei ole itse käynnistämässä. Matkailualan yritysten osallistuminen hanketoimintaan ja voi parhaillaan kehittää heidän palveluprosessiaan ennen kuin asiakas on siinä mukana konkreettisesti arvioimassa palvelua. Matkailualan toimijoiden verkostoituminen esimerkiksi yhteismarkkinointia kehittämällä lisää alueen yhteistoiminnallisuutta ja yhteenkuuluvuuden tunnetta eli tulosten mukaan ns. kumppanuustoimintaa.

## **6.2 PVA-menetelmä Oulun Eteläisen alueen kehittämisen työkaluna**

Ihmisiin kohdistuvien vaikutusten ennakoarviointimenetelmään eli IVA- menetelmään perehdyin Jyväskylän ammattikorkeakoulun ylemmän amk-tutkinnon opintojaksolla. IVA -menetelmää käytetään arvioinnin, suunnittelun ja päätöksenteon työkaluna. Sen avulla kuvataan ratkaisuvaihtoehtoja ja jäsennetään näkökulmia. IVA -menetelmä kohdistuu pääasiassa valmisteilla olevien päätösten ja hankkeiden vaikutuksiin. (Kauppinen & Nelimarkka 2007,7; Kauppinen & Tähtinen, 2003,3.) Tämän opinnäytetyön aikana Jyväskylän ammattikorkeakoulu otti käyttöön sovelluksen IVA- ennakoarvioinnin menetelmästä eli palvelujen vaikutusten menetelmän, PVA:n. PVA - menetelmä eroaa IVA- ennakoarviointimenetelmästä esimerkiksi tarpeellisuuden harkinnan perusteellisuuden suhteen. PVA - menetelmän käyttöä ei tarvitse perustella, vaan se on yksi kehittämisen työväline muiden joukossa. PVA - menetelmä antaa mahdollisuuden eri näkökulmien ja vaihtoehtojen esilletuomiseen huomioon ottaen myös tunnetilat. (Mertanen & Ryttyläinen 2010, 2-3.) PVA- menetelmä ei ole ollut aikaisemmin käytössä alueen matkailuelinkeinoon liittyvässä tutkimuksessa, joten omat kokemukseni menetelmän periaatteista vaikuttivat sen käyttöönottoon tässä opinnäytetyössä.

Tavanomainen PVA- menetelmä soveltui hyvin tämän opinnäytetyön tavoitteisiin ja tutkimuskysymyksiin. Tiesin jo opinnäytetyöni tutkimuskysymysten suunnitteluvaiheessa keitä haluan haastatella saadakseni aineistoon usean eri toimijan näkökulman. Tavoitteenani oli saada kerättyä haastatteluaineisto niiltä toimijoilta, joiden kanssa olin tehnyt yhteistyötä vuosina 2004 -2007. Asetin arviointimenetelmän toiminnan tavoitteet ja eri vaihtoehtoiset mallit itse jo etukäteen työkokemukseni perusteella. Ne eivät muuttuneet varsinaisessa haastattelussa. Suurimmat muutokset tein ns. koehaastattelussa, jonka tein Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulun tutkimus- ja kehittämissyksikössä CENTRI-Assa ennen varsinaisen haastattelukierroksen aloittamista.

Teemahaastattelun etuna voidaan pitää sitä, että sen avulla saadaan joustavasti huomioitua haastateltavat ja kerättyä tietoa eri tilanteissa ( Hirsjärvi ym. 2007, 199-200). Tämän opinnäytetyön aineiston keräämisen kannalta tärkeää oli, että teemahaastattelussa haastattelun aihepiirit eli toiminnan kohteet ja tavoitteet olivat määritellyt, mutta kysymysten tarkka muoto ja järjestys hahmottuivat vasta haastatteluprosessin aikana. Siitä esimerkkinä esitän liitteessä 3. matkailuyrittäjille esitetyn ”haastattelupatteriston”. Haastateltavalla oli käytössään liitteessä 2. esitetty PVA-menetelmätaulukko, jonka vaihtoehtoiset menetelmät VE0, VE1 ja VE2 sekä toiminnan tavoitteet esittelin haastattelun kuluessa. Tässä opinnäytetyössä haastatteluihin osallistuneiden yhteinen ja toisaalta myös subjektiivinen tilanne oli toimiminen Oulun Eteläisen alueen matkailun kehittämis- ja yritystoiminnassa. Haasteltavien vastaukset kirjasin itse word-tiedostoon, jonka hyväksyin haastateltavalla haastattelun päätyttyä. Haastateltavien äänen, tunnetilan ja tarkan sanallisen vastauksen olisin saanut paremmin tallennettua, jos minulla olisi ollut käytössä esimerkiksi videokamera. Silloin olisin voinut keskittyä paremmin itse haastattelutilanteeseen ja kommunikointiin haastateltavan kanssa. Toisaalta tunsin haastateltavat jo työkokemukseni perusteella, ja keskinäinen luottamus haastattelun toteuttamiseen oli valmiina. Haastateltavat paneutuivat hyvin haastattelun teemoihin ja esittämiini kysymyksiin. He tunsivat aiheen tärkeäksi, koska haastattelun teemat koskivat heille todellisia arkipäivän kysymyksiä. Haastattelutilanteessa olisi voinut olla mukana myös PVA-menetelmän ja haastattelun toteuttamisen

asiantuntija. Olen itse Oulun Eteläisen alueen matkailualan asiantuntija ja on mahdollista, että haastattelun aikana kirjasin word-tiedostoon enemmän sellaista palautetta, jota olin itse jo etukäteen olettanut saavani. Oulun Eteläisen alueen asiantuntija yhdessä PVA-menetelmäasiantuntijan ja teemahaastattelun asiantuntijan kanssa tuottaisivat varmasti puolueetonta tietoa tutkittavasta aiheesta.

Oulun Eteläisen alueella on tehty vähän matkailualan tutkimusta. Matkailualan tutkimus- ja kehittämisorganisaatioiden ja matkailualan opiskelijoiden kannattaa ottaa yhdeksi tutkimuksenteon työmenetelmäksi palvelujen vaikutusten arviointimenetelmän eli PVA:n. Se tuottaa realistista tietoa tutkittavan aiheen nykytilanteesta ottaen huomioon monipuolisesti eri toimijoiden näkökulmat. Kun eri vaihtoehtoisiksi malleiksi otetaan tutkittavat teemat puolueettomasti, arviointimenetelmä tuottaa uutta tietoa matkailualan kehittämistyöhön kaikille alan toimijoille. Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulun tutkimus- ja kehittämissyksikkö CENTRIA Ylivieskassa voisi olla PVA-menetelmän käyttöönottajana alan tutkimuksen teossa alueella. Alueen yritykset tarvitsevat puolueetonta tietoa liiketoimintansa kehittämiseen. He hyötyisivät menetelmän tuloksista ja CENTRIA ottaisi omaksi palveluliiketoiminnakseen menetelmän hallinnan ja sen tuottamien tulosten käyttöönoton alueella.

### **6.3 Opinnäytetyön johtopäätökset**

Opinnäytetyön tuloksista voidaan esittää seuraavat johtopäätökset:

1. Oulun Eteläisen alue ei ole yhtenäinen matkailualue, eikä sillä ole yhtenäistä matkailuimagoa.
2. Oulun Eteläisen alueen yritykset ovat hyötäneet päättyneistä matkailualan hankkeista. Ne ovat saaneet resursseja ns. ruohonjuuritason kehittämiseen, esimerkiksi markkinointimateriaalin tuottamiseen. Siihen ne tarvitsevat jatkossakin resursseja, koska matkailualan toiminta ei ole vielä alueella varsinaista toimialaan liittyvää liiketoimintaa vaan yksittäisten yritysten pyrkimystä siihen.

3. Matkailualan yrityksillä ja muilla toimijoilla on mielenkiintoa kehittää jatkossakin alueen matkailua osallistumalla hanketoimintaan. Ilman hanketoiminnan tuomia resursseja alue ei kehity yhtenäiseksi. Hanketoiminnan hallinnoijaksi tarvitaan toimija, joka on ns. hankebyrokratian asiantuntija. Hankkeiden toiminta-ajan täytyy olla pitempi kuin 2-3 vuotta. Vasta silloin alueelle saadaan rakennettua pysyvää matkailu-alan liiketoimintaa.
4. Oulun Eteläisen alueen yritykset uskovat matkailualan verkostoitumiseen. Verkostoituminen tarkoittaa erityisesti yhteismarkkinointia. Matkailuverkoston koordinaattoriksi halutaan joko alueen perinteen tai matkailun puolueeton asiantuntija alueen ulkopuolelta.
5. Verkostoituminen kannattaa aloittaa ensin alueellisemmin esimerkiksi seutukunnittain tai jo alkamassa olevien pienimuotoisten alueellisten asiapohjaisten matkailuverkostojen perusteella. Silloin toimijat oppivat tuntemaan toisensa. Jatkossa on mahdollista koota koko Oulun Eteläisen aluetta koskeva matkailuverkosto.

## 6.4 Jatkotutkimushaasteet

Tämän opinnäytetyön perusteella esitän jatkotutkimushaasteiksi seuraavia aiheita:

1. Palvelujen vaikutusten arviointimenetelmän toteuttaminen kolmannen eli maxi-tason menetelmänä Oulun Eteläisen alueen matkailututkimuksessa. Tämä menetelmä on sovellus IVA-ennakkoarviointimenetelmästä. Silloin tutkimukseen voidaan sitouttaa alueen matkailualan toimijat pitkäjänteisempään tutkimukseen. Tutkimus voidaan suunnitella aiempaa perusteellisemmin, matkailualan tutkimukseen liittyviä tutkimuskirjallisuutta voidaan hyödyntää syvällisemmin ja eri toimijoiden sitoutumiseen löytyy nykyistä enemmän resursseja. Näin tutkimuksen tuloksia voidaan hyödyntää koko alueen matkailun kehittämisessä.

2. Oulun Eteläisen alueen matkailutulon selvittäminen. Tässä opinnäytetyössä en ole voinut tuoda esille alueen matkailutuloa ja sen hyödyntämistä eri vaihtoehtoisissa malleissa, koska aluetta koskevaa matkailutuloselvitystä ei ole koskaan tehty. Näin kukaan ei tiedä, mitä se on tällä hetkellä alueella. Tilastokeskuksen julkaisemat tilastot esittävät alueella rekisteröityvien yöpymisten määrän tai matkailualueen yritysten määrän, mutta nekin eivät ole realistisia tilastoja suhteutettuna matkailualan tilanteeseen alueella.

## LÄHTEET

Arantola, H. & Simonen, K. 2009. Palvelemisestä palveluliiketoimintaan. Asiakasymmärrys palveluliiketoiminnan perustana. Tekesin teknologiakatsaus 256/2009. Helsinki: Tekes.

Blek, T. & Ryttyläinen, K. 2007. Ihmisiin kohdistuvien vaikutusten arviointi. Luento. Palveluliiketoiminnan koulutusohjelma.

Brax, S. 2007. Palvelut ja tuottavuus. Teknologiakatsaus 204. Tekes: Helsinki.

Bell, Judith 2006: Doing your Research Project. A guide for first-time researchers in education, health and social science. 4. Edition. Berkshire: Open University Press.

Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus. 2010. Viitattu 12.2.2010.

<http://www.ely-keskus.fi/fi/Sivut/default.aspx>

European Commission. 2004. Project cycle management guidelines. Volume 1. Supporting effective implementation of EC External Assistance. EuropeAid Cooperation Office.

Grönfors, M. 1982. Kvalitatiiviset kenttätutkimusmenetelmät. 2. painos. Juva: WSOY.

Grönroos, C. 2009. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. 3. uudistettu painos. Englannin kielisestä alkuteoksesta Service Management and Marketing, Customer Management in Service Competition (Third Edition 2007, John Wiley & Sons, Ltd.) suomentanut Maarit Tillman. Helsinki: WSOYpro.

Harju-Autti, A. 2003. Majoitustoiminta. Toimialaraportti. Toimiala Infomedia. KTM.

Hietala, S. 2010. Arteman matkailuhankkeet 2002 – 2007. Sähköpostiviesti 18.3.2010. Vastaanottaja A. Savikoski. Kalajoen ammattiopisto ARTEMA/ KAIKU- aikuiskoulutus ja hankeyksikön koulutus- ja hankeassistentin kokooma taulukko.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Otava

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2008: Tutki ja kirjoita. osin uudistettu painos. Helsinki: Tammi.

Kalajokilaakson koulutuskuntayhtymä. Artema Kalajoen ammattiopisto. Viitattu 1.9.2009. <http://www.kam.fi/artema/>

Kauppila, P. 2009. Matkailuun yhtenäinen toimialaluokitus. Kaleva 11.11.2009.

Kauppinen, T. & Nelimarkka, K. 2002. Ihmisiin kohdistuvien vaikutusten arviointi suunnitelmissa ja ohjelmissa. Yhteiskuntapolitikka.67, 5.

Kauppinen, T., Nelimarkka, K.2007. Ihmisiin kohdistuvien vaikutusten arviointi. Stakes. Oppaita 68. Stakes:Gummerus.

Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulu 2009. CENTRIA Tutkimus ja kehitys. Viitattu 30.3.2009. <http://ylivieska.centria.fi/>

Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulu 2010. Tulostanut Tarja Irva. 26.02.2010. [www.cou.fi/portaali/projektit](http://www.cou.fi/portaali/projektit).

Komppula, R. 2000. Matkailuyrityksen sitoutuminen verkostoon. Tapaustutkimus. Pohjois-Karjalan maakunnallinen matkailuverkosto. Rovaniemi: Lapin yliopisto.

Kylmä, J., Vehviläinen-Julkunen, K. & Lähdevirta, J. 2003. Laadullinen terveystutkimus – mitä, miten ja miksi? Duodecim (119). 609–615.



Liimatainen, L. & Ryttyläinen, K. 2006. Innovoi Vaikuta Arvioi. Ihmisiin kohdistuvien vaikutusten arviointi. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja.

Mertanen E. & Ryttyläinen K. 2010. PVA menetelmänä. Teoksessa E. Mertanen, A. Mikkonen & A. Nurminen. Oppimista kehittämässä. Ylempi amk-tutkinto matkailu- ravitsemis- ja talousalalla. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja-sarja, 16 - 23.

Nivala-Haapajärven seutukunta. Hankeluettelot vuosina 2000-2007. Viitattu 15.2.2010. <http://www.nivala-haapajarvi.fi/index.php?sivu=kehittamishankkeet&lang=fi>

Nivala-Haapajärven seutukunta. Viitattu 3.4.2009. <http://www.nivala-haapajarvi.fi/index.php?sivu=etusivu&lang=fi>

NHS-KOKO 43. NHS-KOKO ohjelmaehdotus. Nivala-Haapajärven ja Haapavesi-Siikalatvan seudun Koheesio- ja kilpailukykyohjelmaehdotus. Tulostettu 26.01.2010. <http://www.oulusouth.com/showattachment.asp?ID=32813&DocID=26237>

Nuottimäki, P.2009. Notehill. Haastattelu. 30.1.2009.

Oulun Eteläisen aluekeskusohjelma 2008. Viitattu 23.9.2008. <http://www.oulusouth.com/index.asp>

Oulun Eteläisen matkailustrategia 2004 - 2010. 2004. Oulun Eteläisen aluekeskusohjelman matkailuverkosto.

Routio, P. 2005. Kyselevät tutkimustavat. Viitattu 3.8.2007. <http://www2.uiah.fi/projekti/metodi/064htm>.

Sarpola, A. 2009. Rehtori, Kalajoen ammattiopisto Artema. Kalajokilaakson koulutuskuntayhtymä. Haastattelu. 3.9.2009.

Seppänen-Järvelä, R. 2004. Prosessiarviointi kehittämissuunnitelmassa. Opas käytäntöihin. FinSoc arviointiraportteja. Stakes: Helsinki.

Stakes 2003. Ihmisiin kohdistuvien vaikutusten arviointi-käsikirja. Viitattu 30.3.2009. (<http://www.stakes.fi/verkkajulkaisut/muut/Aiheita8-2003.pdf>)

Soukka, S. 2009. Koulutusohjelmajohtaja. Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakoulu. Haastattelu. 25.3.2009.

Terveystieteiden tutkimuskeskus. 2009. Hankkeen arviointi. Viitattu 5.12.2009. [http://www.health.fi/index.php?page=arv\\_tyokaluja&i=100175](http://www.health.fi/index.php?page=arv_tyokaluja&i=100175)

Tilastokeskus. Oulun Eteläinen. Liikenne ja matkailu. Viitattu 6.4.2008. [http://tilastokeskus.fi/tup/seutunet/download/ouluetela/matk\\_yopym.ppt](http://tilastokeskus.fi/tup/seutunet/download/ouluetela/matk_yopym.ppt)

Tilastokeskus 2009. Yritysten toimipaikkojen lukumäärä, henkilöstö ja liikevaihto seutukunnittain, Pohjois-Pohjanmaalla ja koko maassa 2008. Toimialaluokitus 2-numerotasolla. TOL 2008. Viitattu 9.12.2009. [http://tilastokeskus.fi/tup/seutunet/download/ouluetela\\_taulukot/toimip\\_tol\\_sk.xls](http://tilastokeskus.fi/tup/seutunet/download/ouluetela_taulukot/toimip_tol_sk.xls)

Toivola, T. 2005. Yrittäjyys verkostotaloudessa. Yksin tekemisestä verkostomaiseen toimintaan. Vaasa: Vaasan yliopisto.

Toivola, T. 2006. Verkostoituva yrittäjyys. Strategiana kumppanuus. Helsinki: Edita.

Tuomi, J., Sarajärvi, A. 2002. Laadullinen tutkimus ja sisällön analyysi. Helsinki: Tammi.

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2009. Koko alue kasvuun. Mikä on KOKO. Viitattu 8.11.2009. <http://www.tem.fi/index.phtml?s=3102>

Työ- ja elinkeinoministeriö.2008. Toimialapalvelu. Matkailun yleisosa. Viitattu 7.6.2008.

[http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/459/Matkailun\\_yleisosa\\_2007\\_netti.pdf](http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/459/Matkailun_yleisosa_2007_netti.pdf).

Työ- ja elinkeinoministeriö.2008. Toimialapalvelu. Maaseutumatkailu. Viitattu 7.6.2008

[http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/463/Maaseutumatkailu\\_2007\\_netti.pdf](http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/463/Maaseutumatkailu_2007_netti.pdf). L

Ylivieskan seutukunta. 2008. Koheesio- ja kilpailukykyohjelma KOKO 2010-2013. Ohjelmaehdotus. Tulostettu 26.01.2010.

<http://www.oulsouth.com/showattachment.asp?ID=32815&DocID=26237>

Ylivieskan seutukunta. Viitattu 3.4.2009.

[http://www.ysk.fi/alltypes.asp?d\\_type=5&menu\\_id=9745&menupath=9745#97](http://www.ysk.fi/alltypes.asp?d_type=5&menu_id=9745&menupath=9745#97)

[45](#)

Ylivieskan seutukuntayhdistys ry. 2006. Ylivieskan seutukunnan toimintaker-tomus 2005. Seutukuntahallitus 19.4.2006.

# LIITTEET

## Liite1. PVA- taulukko

Tavoitteet/vaikutukset	<b>VE0</b> Matkailualan toiminta pysyy ennallaan, pientä yhteistyötä mutta vähäistä, odotetaan rahoituksen varmistumista, mutta kiinnostus yhteistyöhön on olemassa	<b>VE1</b> Ei rahoitusta verkoston muodostamiseen, ei kiinnostusta verkoston muodostamiseen ilman ulkopuolista rahoitusta, ei kiinnostusta hanketoimintaan	<b>VE2</b> Alueen tunnettuus kasvaa vähitellen, hankkeiden rahoitus turvataan, sesonki laajenee, matkailualan toimijoiden verkostoituminen jatkuu
Matkailuyritysten liiketoiminnan kasvaminen matkailualan yritystoiminnan kehittämisen näkökulmasta			
OE-alueen vetovoimaisuus kasvaa asiakkaan/matkailijan näkökulmasta			
Tutkimus- ja kehittämistoimijoiden roolin vakiintuminen			
Rahoituslähteet laajenevat ja hankkeiden koko kasvaa (Rakennerahastot, AKO yms.)			
OE:n alueen matkailuimagon ja sen alueella olevien yritysten imagon parantuminen			
OE:n asukkaiden rooli vahvistuu alueen matkailussa			

## **Liite 2. Haastattelussa esitetyt kysymykset. Esimerkkinä matkailuyrittäjät**

### **Oulun Eteläisen alueen matkailun nykytila (= VE0)**

- Miten kuvaillet Oulun Eteläisen matkailun tilannetta vuoteen 2008 loppuun mennessä? (jos vertaat esim. 2000-luvun alkuun)
- Mistä asiakkaat tulevat alueelle? Ovatko he kotimaisia vai ulkomaisia asiakkaita? Jos ulkomaisia, niin mistä maasta he tulevat? Ovatko he päiväkävijöitä vai pitempiaikaisia asiakkaita?
- Onko asiakasmäärä mielestänne alueella noussut vai laskenut vuositasolla verrattuna 2000-luvun alkuun?
- Mikä on paras sesonkikuukausi/kuukaudet yrityksenne liikevaihdon mukaan?
- Kuinka monessa EU-rahoitteisessa hankkeessa yrityksenne on ollut mukana ko.aikana?
- Ovatko nämä hankkeet toiminnallaan saaneet positiivista vai negatiivista vaikutusta yrityksenne liiketoimintaa tai imagoa ajatellen?
- Jos niin, minkälaista? kerro esimerkkejä?
- Onko hankkeiden hallinnointi sujunut mielestäsi hyvin/huonosti esim. Arteman/ Centrian hallinnoimina?
- Mitä muuta voisit kertoa oman yrityksesi tämän hetken tilanteesta?
- Voidaanko mielestäsi puhua laajemmasta alueesta alueena kuin Kalajoen Hiekkasärkät esimerkiksi, Oulun Eteläisen matkailualue?
- Onko teillä yhteistyötä muiden matkailuyritysten kanssa Oulun Eteläisen alueella?(Ylivieskan, Nivala-Haapajärven ja Siikalatvan seutukunnat)
- Jos on, niin minkälaista?

**Negatiivinen tulevaisuuden visio eli VE1 vuoteen 2013 saakka.**

Mitä Oulun Eteläisen alueen matkailuyrityksille ja erityisesti sinun omalle yrityksellesi tapahtuu, jos

- Eu ei myönnä matkailun kehittämiseen rahoitusta vuosina 2008-2013?
- alueenne matkailuyritykset eivät halua tehdä yhteistyötä vaan toimivat jokainen yksinään
- Pohdi tätä negatiivista tulevaisuutta edellä mainittujen kysymysten kautta eli katso aihealueen 1 kysymyksiä ja ajattele tulevaisuutta mahdollisimman negatiivisesti hanketoiminnan loppuessa ja kaiken muunkin yritys yhteistyön lamaantuessa

**Seuraavaksi näitä teemoja pohditaan mahdollisimman positiivisesti tulevaisuutta ajatellen vuoteen 2013 asti. (=VE 2)**

Mitä Oulun Eteläisen alueen ja erityisesti sinun omalle yrityksellesi tapahtuu, jos,

- Eu myöntää hyvin matkailun kehittämiseen rahoitusta vuosina 2008-2013?
- alueenne matkailuyritykset haluavat tehdä yritys yhteistyötä keskenään ja jopa verkostoitua laajemminkin Oulun Eteläisen alueella
- Pohdi tätä positiivista tulevaisuutta edellä mainittujen kysymysten kautta eli katso aihealueen 1 kysymyksiä ja ajattele tulevaisuutta mahdollisimman positiivisesti hanketoiminnan kehittyessä alueella ja kaiken muunkin yritys yhteistyön virkistyessä.

### **Liite 3. Määritelmät**

#### Projekti tai hanke

Projekti tai hanke on kertaluonteinen, tavoitteellinen toimintamuoto, joka on varta vasten muodostetun organisaation tehtäväksi annettu työkokonaisuus. Hankkeen kesto ja resurssit ovat ennalta määritellyt.

#### Aluekeskusohjelma

Aluekeskusohjelma, AKO, on alueiden kehittämislain mukainen valtioneuvoston erityisohjelma. Sen tavoitteena on kaupunkiseutujen elinvoimaan perustuvan, koko maan kattavan aluekeskusverkoston vahvistaminen. Aluekeskusohjelmassa määritellään kehittämisen tavoitteet ja niitä toteuttavat toimenpiteet.

#### Koheesio- ja kilpailukykyohjelma

Koheesio- ja kilpailukykyohjelma, KOKO, on alueiden kehittämislain 14 § mukainen valtioneuvoston aluepoliittinen erityisohjelma.

#### Rakennerahastot

Euroopan unionin jäsenvaltioiden tehtävänä on unionin alueiden ja jäsenvaltioiden välisten taloudellisten erojen tasoittamisen. Merkittävin unionin käytettävissä oleva väline ovat rakennerahastot. Rakennerahastojen tarkoituksena on edistää taloudellista kehitystä ja luoda työpaikkoja tukemalla esimerkiksi, naisten uudelleen koulutusta tai ympäristönsuojelua koskevia investointeja.