



KAMK • University
of Applied Sciences



Katsaus Business-osaamisalueen TKI-toimintaan 2019

Katri Takala & Jari Järviluoma (toim.)

Katsaus Business-osaamisalueen TKI-toimintaan 2019

Katri Takala & Jari Järviluoma (toim.)

Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B

Raportteja ja selvityksiä 98

Yhteystiedot:

Kajaanin Ammattikorkeakoulun kirjasto

PL 240, 87101 KAJAANI

Puh. 044 7157042

Sähköposti: amkkirjasto@kamk.fi

<http://www.kamk.fi>

Kannen kuva:

Marine Hannuschke / Outdoors Kainuu -hanke

Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B 98 / 2019

ISBN 978-952-7219-50-8

ISSN 1458-915X

SISÄLLYSLUETTELO

BUSINESS-OSAAMISALUEEN STRATEGIASTA.....	2
Arto Karjalainen	
KATSAUS BUSINESS-OSAAMISALUEEN TKI-TOIMINNAN MAHDOLLISUUKSIIN.....	6
Katri Takala	
LIIKETALOUDEN HANKKEIDEN VASTAAVUUS BUSINESS-OSAAMISALUEEN STRATEGIAAN.....	9
Hannele Siipola	
YLEMMÄT AMMATTIKORKEAKOULUTUKSET TKI-TOIMINNAN EDISTÄJÄNÄ.....	13
Jaana Lappalainen	
ELÄMYSTALOUTTA INNOVATIIVISELLA OTTEELLA.....	17
Elina Jääskeläinen & Maarit Vuorinen	
REKEY-HANKE KASVATTAAMATKAILUKOULUTUKSEN VETOVOIMAA.....	21
Arto Heikkinen	
ÄLYLLÄ AKTIIVISEKSI -HANKE TUKEE OPISKELIJOIDEN KOKONAISVALTAISTA HYVINVOINTIA.....	24
Sanna Pakkala-Juntunen	
VASTUULLISUUDESTA VIESTIMINEN MATKAILUALALLA.....	26
Virpi Keränen	
GATEWAY TO LAND OF NATIONAL PARKS -HANKE EDISTÄÄ MATKAILUN KESTÄVYYTTÄ, YMPÄRIVUOTISUUTTA JA ALUEEN TUNNETTAVUUTTA.....	30
Pasi Korhonen	
BUSINESS-OSAAMISALUE KEHITTÄMÄSSÄ KESTÄVÄÄ MATKAILUA AZERBAIDZANIN MAASEUDULLA.....	34
Marjukka Turunen	
VIRTUAALITODELLISUUS – UUDENLAINEN NÄYTTÖTEKNIikka VAI JOTAIN MUUTA?.....	36
Kyösti Koskela	
DIGITALISAATIO MATKAILUN MUUTOSAJURINA – ALUSTATALOUS HAASTAA BISNEKSEN.....	38
Virpi Keränen	
KAINUULAISTEN MATKAILUYRITTÄJIEN NÄKEMYKSIÄ TEKNOLOGIAN KÄYTÖN MAHDOLLISUUKSISTA.....	43
Perttu Huusko	
VALTO-HANKKEELLA VAPAA-AJANASUMISESTA LIIKETOIMINTAA.....	56
Jari Järviluoma, Pekka Kauppila & Mikko Keränen	
VAPAA-AJANASUNNOT, TILA-AIKA-ULOTTUVUUS JA ALUETALOUDELLISET VAIKUTUKSET PAIKALLISTASOLLA: NÄKÖKULMIA VAPAA-AJANASUMISEN KEHITTÄMISEEN.....	68
Pekka Kauppila	

BUSINESS-OSAAMISALUEEN STRATEGIASTA

Arto Karjalainen, yliopettaja, Kajaanin ammattikorkeakoulu

Taustaa

Kajaanin ammattikorkeakoulu (KAMK) on pärjännyt valtakunnallisesti hyvin Suomen ammattikorkeakoulujen joukossa. Kajaanissa on osattu hyödyntää julkisia rahoituskanavia tilojen, laitteiden ja toimintojen kehittämiseen. Pienen ammattikorkeakoulun dynaamisuus on mahdollistanut monia hyviä asioita. Koulutuksia ja hankkeita on pystytty nopeasti suuntaamaan aluekehitystarpeisiin ja uusia vetovoimaisia koulutuksia on ollut mahdollista käynnistää pikaisella aikataululla. Pienen organisaation nopeus on tuottanut hyviä tuloksia. Ne ovat nähtävissä mm. Opetus- ja kulttuuriministeriön (OKM) mittareissa, joissa Kajaani on yksi Suomen parhaita ammattikorkeakouluja.

Kainuu alueena tarjoaa kovan haasteen koulutuksen ja hanketoiminnan kehittämiseen. Nuoriso vähenee ja alueen vetovoima ei riitä uusien nuorien houkuttelemiseen Kainuuseen. Kajaanin ammattikorkeakoulun koulutus koostuu pienistä koulutusaloista, jotta Kainuuseen saadaan kaikille aloille koulutettua osaavaa työvoimaa. Muista korkeakouluista valmistuneet eivät Kainuuseen muuta kuin poikkeustapauksissa.

Kajaanin ammattikorkeakoulun pitkäaikaisena haasteena on ollut koulutusten vetovoima. Lisäksi korkeakoulujen taloudelliset haasteet ovat koskeneet Kajaanin ammattikorkeakoulua jo pitkään. Kaikkien haasteiden keskellä aluekehityksen vaikuttavuus täytyy olla keskiössä aina, kun uusia avauksia mietitään tai säästökohteita etsitään. Kajaanin ammattikorkeakoulun organisaatio uusittiin keväällä 2019, jotta edellä mainituista haasteista selvitäisiin. Viidestä koulutusyksiköstä siirryttiin kolmeen osaamisalueeseen: Business, Teknologia ja Sote. Uusi organisaatio tuo uudet haasteet mutta myös uusia mahdollisuuksia. Liiketalouden ja aktiiviteettimatkailun (liikunta ja matkailu) yksiköistä muodostettiin uusi Business-osaamisalue. Sen tarkoituksena on korostaa liiketoimintaosaamisen merkitystä matkailussa ja liikunnassa, sillä liikunnan työpaikat ovat siirtymässä kuntasektorilta yritystoiminnan puolelle. Uuden yksikön ensimmäisiin tehtäviin kuului myös uuden yksikön strategian luominen.

Strategiatyön eteneminen

Business-yksikkö organisoitui heti aluksi strategian kehitystyön vahvasti huomioiden. Yksikköön muodostettiin strategiaryhmä, johtoryhmä ja aineryhmät. Strategiaryhmän tehtävänä oli uuden strategian luominen

osaamisalueelle. Johtoryhmän tehtävänä oli yksikön operatiivisten toimintojen organisointi, akuuttien uudistuksien toteuttaminen ja strategiaryhmän työn kommentointi. Aineryhmät toimivat ideoijina, kommentoijina ja lähtötilanteen kartoituksessa tiedon lähteenä. Työn edistymistä käydään läpi aineryhmissä ja yksikkökouksissa.

Varsinaisessa strategiatyössä katsottiin lähtötilanne SWOT-analyysiä mukailien ja tavoitteet asetettiin tältä pohjalta. Yleiset periaatteet tavoitteiden asettamisessa muodostivat suuntaviivat. Tärkeinä asioina pidettiin mm. sitä, että keskitytään oikeisiin konkreettisiin asioihin, tavoitteiden määrä tulee olla kohtuullinen ja ymmärrettävä, ja monesta asiasta pitää uskaltaa kieltäytyä, hyvistäkin. Näistä lähtökohdista varsinaisiksi tavoitteiksi muodostui:

- vetovoiman kasvattaminen,
- aluekehityksen tehostaminen ja
- työyhteisön motivaation kasvattaminen.

Näissä tavoitteissa ei sinänsä ole mitään uutta. Haasteellisinta oli tavoitteiden määrän pitäminen suppeana. Monet muut esillä olevat tavoitteet todettiin lopulta keinoiksi tavoitteiden saavuttamiseksi eikä niitä siksi tarvinnut nostaa omiksi tavoitteiksi.

Jokaista asetettua tavoitetta konkretisointiin. Vetovoimaisuuden todettiin tarkoittavan, että KAMK on hyvässä maineessa oleva vetovoimainen ammattikorkeakoulu, joka edelleen säilyttää paikkansa Suomen parhaana ammattikorkeakouluna. Aluekehityksen parantaminen tarkoittaa, että KAMK tukee alueen kehitystä itsenäisenä maakuntana tuomalla alueelle uusia osaajia. Lisäksi tuetaan olemassa olevia yrityksiä uuteen liiketoimintaan ja uuden yritystoiminnan kehittymistä. Työyhteisö toimii, kun työntekijöiden ja tiimien innostus, positiivisuus, luovuus ja vapauden tunne kumpuaa omasta työstä eikä ulkoa asetetuista palkkioista. Taloudellisten paineiden ja jatkuvien organisaatiomuutosten keskellä tämä tavoite ei olekaan ihan helpompia.

Strategiatyöhön ei varsinaisesti kuulu toimenpiteiden määrittäminen ja suunnittelu. Strategiaryhmässä käytiin asiaan liittyvää keskustelua kuitenkin varsin vilkkaasti. Onhan toimenpiteet sitä ruohonjuuritason konkretiaa, josta on helpoin keskustella. Se koskee jokaisen omaa työtä. Keskustelun tavoitteena oli myös kirkastaa eri koulutusten yhteisiä läpileikkaavia asioita, joilla vetovoimaa ja aluekehitystä saavutetaan. Läpileikkaaviksi yhteisiksi asioiksi (mahdollistajiksi) nousivat:

- innostavat kärjet
- uudet teknologiat
- vastuullisuus ja kestävä kehitys

- yrittäjyys ja uusi liiketoiminta
- kansainvälisyys
- laatu ja tehokkuus

Innostavat kärjet mahdollistajana nousi esille, kun käytiin keskustelua siitä, kuinka vetovoimaisia koulutuksia, esim. eSport ja liikunta, voitaisiin hyödyntää liiketalouden koulutuksen oppimisympäristönä. Ehkä näiden avulla voitaisiin erikoistua ja saada liiketalouden koulutuksen vetovoimaa kasvatettua. Pienelle ammattikorkeakoululle on tärkeää, että koulutukset erottautuisivat valtakunnallisesti. Erottuminen ja erikoistuminen lisäävät myös opiskelijoiden motivaatiota. Motivaatio puolestaan parantaa tuloksia. Uudet teknologiat nähtiin tärkeänä osana kaikkea koulutusta. Digitalisaatio etenee vauhdilla tarjoten uusia liiketoimintamahdollisuuksia. KAMK:n vahva VR/AR-osaaminen (Virtual Reality/Augmented Reality) tulee saada paremmin hyödyntämään koulutuksia. Vastuullisuus ja kestävä kehitys pitää saada paremmin mukaan koulutuksiin, ei irrallisena koulutuksena, vaan huomioitavaksi kaikilla opintojaksoilla. Yrittäjyys ja uudet liiketoimintamahdollisuudet ovat tärkeitä Kainuun alueelle. Sitä tulee edelleen korostaa. Uudet teknologiat tarjoavat siihen uusia mahdollisuuksia. Kansainvälisyys paremmin osaksi kaikkea koulutusta ja hanketoimintaa tukemaan vahvemmin aluekehitystä. Ei kansainvälistymistä kansainvälistymisen takia, vaan se aluekehityksen työkaluksi. Kansainväliset opiskelijat tulee saada kotoutettua, jotta heistä saadaan osaajia paikallisiin yrityksiin. Laatu ja tehokkuus näinä taloudellisesti vaikeina aikoina on aina esillä. Tehokkuutta ei kuitenkaan saa tehdä laadun kustannuksella. Opintosuunnitelman kehittämällä voidaan kuitenkin tarjota opiskelijalle useampia osaamispolkua ja saman aikaisesti tehokkaalla ryhmäjaolla päästään myös säästöihin.

Strategiatyön tulokset

Strategiatyön tuloksena saatiin yhteinen näkemys tavoitteista ja kokonaiskuva niistä keinoista, joilla tavoitteisiin pyritään. Työn tuloksena syntyi useita ehdotuksia toimenpiteiksi. Toimenpidelistaa työstetään edelleen aineryhmissä ja yksikkökokouksissa. OPS-suunnittelussa uudet tavoitteet toimivat suunnittelun lähtökohdina. OPS-rakenne tulee muuttumaan huomattavasti, kun strategian tavoitteita huomioidaan. Poikkileikkaavia tavoitteita jokainen yksikön työntekijä miettii myös omasta näkökulmastaan. Mietinnän ja suunnittelun kohteena esim. mitä uudet teknologiat ja kansainvälisyys tarkoittavat omilla opetusjaksoilla.

Strategiatyö on edelleen kesken. Työ jatkuu. Resursseja strategiatyön toteutukseen haetaan julkisilta rahoittajilta. Taloustilanne pakottaa muutokseen, mutta toisaalta vain motivoitunut henkilökunta saa tuloksia aikaiseksi. Jokaisen tulisi olla motivoitunut miettimään omaa osuutta strategian toteutuksessa. Jokainen voi

pienellä kehittämispanoksella muuttaa omaa työtään strategian suuntaan. Jokaisen tulisi miettiä esimerkiksi niitä uusia teknologioita, jotka liittyvät omiin opetusjaksoihin.

Uskon, että muutokset ovat henkilötasolla pieniä. Pienillä muutoksilla on kuitenkin iso vaikutus, kun suuri joukko niitä tekee. Motivaatiota henkilöstöstä löytyy, jos asiat perustellaan hyvin. Kommunikointi tavoitteista ja toimenpiteistä on oltava jatkuvaa ja systemaattista. Opetussuunnitelmien suunnittelun onnistumisella on iso rooli kokonaisuuden onnistumisessa. Uuden opetussuunnitelman tulee olla strategian mukainen. Edelleen tarvitaan kannustusta uuden opetussuunnitelman toteuttamiseen yksilötasolla.

KATSAUS BUSINESS-OSAAMISALUEEN TKI-TOIMINNAN MAHDOLLISUUKSIIN

Katri Takala, TKI-vastaava, Kajaanin ammattikorkeakoulu

Kajaanin ammattikorkeakoulussa (KAMK) muodostettiin liikunnan, matkailun ja liiketalouden suomen- ja englanninkielisistä koulutuksista uusi osaamisalue 1.4.2019. Kolmen koulutuksen tiivis yhteistyö mahdollistaa uuden osaamisen tuottamisen valtakunnallisesti. Tämä osaaminen voi liittyä liiketoiminnan osaamiseen kuten markkinointi-, brändi-, talous-, asiakasanalyysi/data-analytiikka-, tapahtuma ja dataperustaiseen terveysliikunta (sisältäen exergamingin, liikunnallisen digitaalisen pelaamisen) osaamiseen. Opintojaksojen läpileikkaavina teemoina ovat digitaalisuus ja kestävä kehitys. Nykyajan liiketoiminnan osaajan tuleekin hallita digitaalisuus ja teknologia esimerkiksi markkinoinnissa, tuotekehityksessä sekä asiakasdatan hyödyntämisessä ja analysoimisessa (ADMA- Association for data-driven marketing and advertising 2019).

Business-osaamisalueen strategiatyössä nousi esille, että osaamisalueella on keskeistä tehostaa aluekehitystä. Tätä tehostamista voidaan tehdä TKI-toiminnan kautta yhdessä alueen yritysten kanssa. Kainuu-ohjelman (Kainuun liitto 2017) mukaan tavoitteena on vahvistaa positiivista maakuntakuvaa, jotta saadaan lisää asukkaita, työntekijöitä, opiskelijoita, matkailijoita ja investointeja Kainuuseen. Tässä tekemisessä KAMK ja Business-osaamisalue ovat mukana. Yrittäjyys, matkailu ja hyvinvointi ovat alueen kannalta keskeisiä vetureita ja osaamisalueella on näihin teemoihin liittyvää asiantuntijuutta. Lisäksi korkeakoulujen ja yritysten tulee panostaa tietoisuuden lisäämiseen toistensa toiminnan osalta ja niiden välille tulee kehittää sujuva yhteistyömalli (Galan-Muros & Davey 2019) esimerkiksi datan ja tekoälyn hyödyntämisen eteenpäin viemiseksi (vrt. Huttunen 2019). On huomioitava, että erilaisten digitaalisten ratkaisujen kehittäminen ja kestävä kehitys ovat keskiössä yrityksestä rippumatta (vrt. Jokelainen, Paldanius & Sivonen toim. 2019).

Uusi osaamisalue antaa mahdollisuuksia myös TKI-toiminnan kirkastamiseen. TKI-toiminnan ja koulutuksen painopisteiden tulee olla samansuuntaisia unohtamatta Kainuun alueen tarpeita. Tällä hetkellä osaamisalueella on 30 hanketta, jotka liittyvät liikuntaan, matkailuun, liiketoimintaan ja yrittäjyyteen, eSportsiin, koulutuksen kehittämiseen tai pelillistämiseen. Osaamisalueella on Virtual Reality (VR) ja Augmented Reality (AR) -tiimi, jolla on vahvaa asiantuntijuutta pelillistämisen saralla. Tämä osaaminen tuo lisäarvoa myös osaamisalueen TKI-toimintaan.

Jatkossa osaamisalueen TKI-toiminta voi keskittyä esimerkiksi neljään vahvuusalaan: 1) kestävä kehitys, 2) tapahtumat, 3) dataperustaiset palvelut ja 4) hyötypelisovellukset (VR/AR). Kaikkien tulevaisuuden hankkei-

den tulisi liittyä joko yhteen tai useampaan vahvuusalaan vahvistaen näin uuden profiilin syntymistä osaamisalueelle. Kestävä kehitys tarkoittaa sitä, että ympäristö, ihminen ja talous otetaan tasavertaisesti huomioon päätöksenteossa ja toiminnassa (ks. Ympäristöministeriö 2019). Kestävä matkailu voi olla yksi tämän vahvuusalan kärkiteemoista. Myös opinnoissa on mahdollisuus huomioida kestävän kehityksen näkökulma. Esimerkiksi talousopinoissa tasapainoisen kasvun näkökulma ja liikunnassa ihmisen hyvinvoinnin edistäminen (sosiaalinen ja kulttuurinen kestävyys). Tapahtumat ovat Kainuun alueelle tärkeitä matkailun vetureita. Vuokatissa on useita hiihdon kansallisia ja kansainvälisiä kilpailutapahtumia ja koko kansaa liikuttavia tapahtumia. Lisäksi uusi rakenteilla oleva Vuokatti Areena on yksi tulevista tapahtumakeskuksista unohtamatta muita maakunnan tapahtumia (esimerkiksi Kuhmon kamarimusiikkifestivaali). Kansainväliseen, Business-osaamisalueen eSports koulutukseen kuuluvat olennaisena osana erilaiset elektronisen urheilun kilpailutapahtumat, joita voidaan hyödyntää niin oppimisympäristönä kuin TKI-toiminnan näkökulmasta aluekehityksen vahvistajina. Dataperustaiset palvelut tulevat olemaan tulevaisuudessa keskiössä yrityksissä: miten olemassa olevasta datasta voidaan ”louhia” uusia palveluja. Dataa on paljon esimerkiksi tilitoimistoissa, asiakaspalvelussa ja terveysliikuntasektorilla (terveys- ja kuntomittaukset). Business-osaamisalueen Älysalia voidaan kehittää dataperustaisen terveysliikunnan suuntaan. Se voi toimia liikunnallisen digitaalisen pelaamisen (exergaming), pelillistetyn kuntosaliharjoittelun ja kuntotestauksen validoitujen mittausmenetelmien alustana. Hyötypelisovellukset ovat VR/AR-tiimin tuottamia pelejä eri toimialoille. Tiimi on kehittänyt muun muassa oppimispelejä, turvallisuuspelejä ja reittisovelluksia niin luontoliikuntaan kuin paikkaopastukseenkin liittyen.

Business osaamisalueen TKI-toiminnassa on paljon mahdollisuuksia. Siinä voidaan toimia liiketalouden, liikunnan ja matkailun rajapinnoilla yllä esiteltyjen vahvuusalojen sisällä. Näin voidaan saada Kainuun alueelle uutta osaamista.

Lähteet

ADMA- Association for data-driven marketing and advertising (2019). *The digital transformation of marketing*. Saatavilla osoitteesta: https://www.adma.com.au/sites/default/files/ADMA_FINALDigital_Whitepaper-Digital_Edition.pdf (Viitattu 8.10.2019).

Galan-Muros, V. & Davey, T. (2019). The UBC ecosystem: putting together a comprehensive framework for university-business cooperation. *The Journal of Technology Transfer* 44:4, 1311-1346.

Huttunen, R. (2019). Kohti hiilineutraalia taloutta: kestävä kasvua edistävä energia- ja ilmastopolitiikka. *Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja* 2019:24. 45 s.

Jokelainen, K., Paldanius, L. & Sivonen, P. (toim.) (2019). *Itä- ja Pohjois-Suomen elinkeinot murroksessa - Älykkään erikoistumisen strategia 2019- 2023*. Grano Oy. 18 s.

Kainuun liitto (2017). Kainuu-ohjelma. Maakuntasuunnitelma 2035. Maakuntaohjelma 2018-2021. *Kainuun liiton julkaisuja* A:10. 55 s.

Ympäristöministeriö (2019). *Mitä on kestävä kehitys?* Saatavilla osoitteesta: https://www.ymparisto.fi/fi-FI/Ymparisto/Kestava_kehitys/Mita_on_kestava_kehitys (Viitattu 9.10.2019).

LIIKETALouden HANKKEIDEN VASTAAVUUS BUSINESS-OSAAMISALUEEN STRATEGIAAN

Hannele Siipola, koulutuksen kehittäjä, Kajaanin ammattikorkeakoulu

Aiemman organisaatorakenteen (2016-2019 maaliskuu) mukaisen Liiketalouden osaamisalueen vahvuusalaksi oli strategiakaudelle 2016-2024 määritelty liiketoimintapotentiaali, jota tavoiteltiin tuottamalla osaamista aluetta kehittäen. Liiketoimintapotentiaalin myötä liiketalouden osaamisalueen tehtävänä oli tuottaa ja kehittää liiketoimintamahdollisuuksien tunnistamis- ja kehittämisoaamista sekä osaamista käynnistää ja kehittää kannattavaa kansainvälistä liiketoimintaa kaikilla Kajaanin ammattikorkeakoulun osaamisalueilla sekä Kainuun alueella koulutuksella ja TKI-toiminnalla. Tavoitteena oli myös edistää innovatiivista ja yrittäjämäistä kulttuuria Kajaanin ammattikorkeakoulussa ja Kainuussa. Koko toiminnan perusta oli siis osaamisen tuottaminen (opiskelija, henkilökunta, alue) aluetta kehittäen koulutuksen, hankkeiden, palvelujen sekä työelämätoimeksiantojen avulla tavoitteena kansainvälistyminen sekä digitalisaation, yrittäjyyden ja yrittäjävalmiuksien kehittyminen. Koulutuksen ytimeksi tavoiteltiin ja rakennettiin opiskelijan yrittäjyys- ja innovaatiopolkua. Käytännön opetuksen toteutuksessa tavoiteltiin valmentavaa otetta.

Liiketalouden osaamisalueen hankekantaa rakennettiin systemaattisesti mahdollistamaan toiminnan kehittäminen tavoitteiden mukaisesti. Hankkeilla kehittämisen fokuksena olivat oppilaitoksen sekä alueen veto-voiman, yrittäjyyden ja liiketoiminnan kehittäminen.

Yrittäjyyden edistäminen ja liiketoiminnan kehittäminen

Rye Connect -hankkeessa (15.4.2015-14.4.2018) tuettiin ja kehitettiin nuorten yrittäjyyttä Pohjois-Euroopassa ja Arktisella alueella. Mittavassa (budjetti 1,6 milj euroa) Northern Periphery and Arctic Programme hankkeessa toimi Kajaanin ammattikorkeakoulu lead partnerina. Muita partnereita olivat Advantage ja Rural Development Council Pohjois-Irlannista sekä Greenland Business. Hankkeen aikana kehitettiin kattava kumppanuusverkosto (19 kumppania 9 eri maassa). Hankkeen workshoppeissa ja tapahtumissa tavoitettiin yli 2000 nuorta osallistujaa. Liiketoimintasuunnitelmia hankkeen vaikutuksesta syntyi yli 130. Hankkeen Pre Start- ja Start valmennusten avulla aloitti 36 yritystä. Hankkeessa järjestettiin Growth- ja Reboot-mentorointia yrityksille sekä kehitettiin kumppani-, mentori- ja sijoittajaverkostotoimintaa. Eri kieliversioina tuotettiin online-palvelut ja -työkalut yrittäjyyden tukemiseksi verkossa. Hanke palkittiin 2018 Arctic Awardsilla.

Yrittäjyyden edistämiseksi ja yhteisen eri koulutusasteet yhdistävän yrittäjyyspolun rakentamiseksi Kainuussa toteutetaan **YES Kainuu** -hanke (1.3.2018-31.5.2020). ESR -hankkeen (budjetti n. 295 000 euroa) tavoitteena on luoda ja käynnistää Kainuuseen yrittäjyyskasvatusta koordinoiva asiantuntijaverkosto, joka toimii YES

(Yrittäjyyden Edistäminen Suomessa) ry:n aluepalveluiden tuottajana. Hankkeen aikana luodaan edellytykset asiantuntijaverkoston pysyväälle toiminnalle. Yrittäjyyskasvatuksen tuloksena tavoitellaan yrittäjämäisen toimintakulttuurin vahvistumista kouluissa sekä koulutuksen ja elinkeinoelämän aktiivisen vuoropuhelun lisääntymistä. YES-verkosto toimii yhteistyössä Nuori Yrittäjyys ry:n (NY) kanssa. Hankkeen myötä pyritään luomaan Kainutlaatuinen yrittäjyyspolku kainuulaisille oppilaille ja opiskelijoille perusopetuksesta korkeakouluun saakka. Hankkeessa ollaan parhaillaan laatimassa myös Kainuun alueen yrittäjyyskasvatusstrategiaa yhteistyössä Kainuun kuntien opetus- ja sivistystoimen henkilöstön kanssa.

ELY-keskuksen Ympäristön kehittämisavustuksella rahoittamassa (budjetti n. 240 000 euroa) **Yrityskiihdyttämöhankkeessa** (1.9.2018-31.8.2020) on tavoitteena mallintaa ja käynnistää kiihdyttämötoimintaa sekä lisätä KAMK:sta tulevien elinvoimaisten ja kasvuhaluisten start up- yritysten määrää. Kiihdyttämö tulee sijaitsemaan KAMK:n kampuksella tarjoten kasvualustan ja tukien uusien yritysten syntymistä Kajaaniin ja Kainuuseen. Tavoitteena on, että kiihdyttämö integroituu tiiviiksi osaksi maakunnan kasvupalvelutoimintoja sekä yrityspalveluekosysteemiä.

Älykkäät palvelut yrityksille -hankkeen (1.5.2017- 31.12.2019) tavoitteena oli kehittää ja luoda uutta kainuulaista osaamista ja vientisuuntautunutta yritystoimintaa tiivistämällä korkeakouluasteen ja työelämän yhteistoimintaa uusilla innovatiivisilla tavoilla. Yhteistyön kehittämistä tavoiteltiin erityisesti kasvuun ja kansainvälistymiseen tähtäävien yritysten kanssa alueella koulutuksessa, palveluissa ja TKI-toiminnassa. Tavoitteena oli myös aktivoida opiskelijoita perustamaan yrityksiä. Kainuun tulevaisuusrahastohankkeen budjetti oli 225 000 euroa.

Liiketoiminnan kehittämiseen osaamista haettiin korkeakouluverkostossa toteutettavalla OKM:n rahoittamalla (budjetti 15 500 euroa) **DigiErko Digitaalisen liiketoiminnan kehittäjä** (1.10.2017-31.12.2023) -koulutushankkeella. Tavoitteena hankkeessa oli erikoistumiskoulutuksen (30 op) käynnistäminen ja toteuttaminen. Koulutuksen tavoitteena oli antaa valmiudet kehittää PK-yrityksen liiketoimintaa digitaalisessa ympäristössä. Koulutuksen kohderyhmänä olivat kasvu- ja kehittymishaluisten PK-yritysten vastuullisissa tai asiantuntijatehtävissä toimivat henkilöt ja yrittäjät. Hanketta edelsi korkeakouluverkostossa OKM -hankerahoituksella tuettu opetussuunnitelmatyö. Koulutuksen toteuttavat yhteistyössä Oulun ja Kajaanin ammattikorkeakoulu sekä Savonia-, Centria- ja Karelia-ammattikorkeakoulu. Pilottiryhmässä Kajaanin ammattikorkeakoulun paikoilla (8) aloitti kuusi opiskelijaa opintonsa.

Sharpen (SMEs HRM Attraction, Retention and Performance Enhancement Network) -hankkeen (1.9.2016-31.8.2019) tavoitteena oli tuottaa henkilöstöhallintoon liittyvää oppimateriaalia sekä tukea opetussuunnitelmien mukauttamista työmarkkinoiden vaatimuksiin yhteistyöalueilla tutkimuksen ja yritysten organisaatioiden yhteistyön kautta. Projektin yhteistyössä toteuttaneet korkeakoulut olivat Kajaanin ammattikorkeakoulu, Technical University Liberec (TUL) Tšekistä, Zwickau Westsächsische-Hochschule (ZUAS) Saksasta, The University of Huddersfield (UoH) Iso-Britanniasta ja Socialiniu Mokslu Kolegija Klaipėda (SMK) Liettuasta. Hankkeessa tuotettiin mukana olleiden alueiden osalta tutkimustuloksia henkilöstöjohtamisesta ja kansainvälisesti vertailukelpoista tietoa PK-yritysten henkilöstöhallinnon prosesseista haastavassa tilanteessa, jossa PK-yrityksillä on pulaa ammattitaitoisesta työvoimasta. Tarkoituksena oli ymmärtää yritysten toimintaympäristöä paremmin ja kehittää työkaluja, joilla PK-yritykset voivat houkuttaa työntekijöitä. Tässä Erasmus+ -hankkeessa Kajaanin ammattikorkeakoululle myönnetyn tuen osuus oli 46 130 euroa.

Vetovoiman vahvistaminen ja tulevaisuuden liiketoimintamahdollisuudet alueella

eSports-koulutuksen valmisteluhankkeella (1.9.2017-31.5.2018) oli ensisijaisena tavoitteena suunnitella ja käynnistää kansainvälinen BBA tutkintoon johtava eSports Business koulutus Kajaanin ammattikorkeakoulussa. Elektronisen urheilun BBA koulutuksen suunnitteluhanke (budjetti n. 36 000 euroa), jonka rahoittajana oli Kainuun tulevaisuusrahasto, oli osa laajempaa Kainuussa kehitteillä olevaa e-urheilijan polkua. Hankkeessa suunnitellun koulutuksen on tarkoitus tukea eSports-toimialan ja pelialan kehitystä sekä yrittäjyyttä Kainuussa ja luoda yhteistyöverkostoja. Hankeen avulla ensimmäinen tutkintoon johtava opiskelijaryhmä aloitti heti syksyllä 2018 ja toinen syksyllä 2019.

eSports -koulutuksen valmisteluhankkeen yhtenä tavoitteista oli rakentaa verkostoa koulutuksen toteuttamiseksi. Kansainvälisten yhteistyökumppaneiden kanssa suunniteltiin ja toteutetaan (1.9.2018-31.8.2021)

Esports Centers&Social Inclusion (eCSI) -hanke. Hankkeen kokonaistuen määrä on n. 325 000 euroa, josta Kajaanin ammattikorkeakoulun osuus on 64 000 euroa. Erasmus+ rahoitteen hankkeen partneriyliopistot ovat Ranskasta (Unicaen), Walesista (Glyndwr) sekä Espanjasta (UMU). Tavoitteena hankkeessa on luoda yhteiset säännöt edistämään eettisiä, osallistavia ja kestäviä käytänteitä e-urheilussa. Tavoitteena on myös luoda e-urheilun alalle oppimateriaalia ja edistää e-urheilun tietoisuutta. Hankkeessa on tarkoitus luoda yhteinen tietopankki, johon kootaan pedagoginen aineisto, osaajarekisteri sekä pelin taitopohjaa.

Merkittävä linjaus Liiketalouden osaamisalueen johtoryhmässä tehtiin päättämällä suunnata Kajaanin ammattikorkeakoulun liiketalouden tradenomikoulutusta Vähittäiskaupan asiantuntijakoulutukseen ainoana korkeakoulututkintoon johtavaa koulutusta tarjoavana Suomessa. ELY-keskuksen rahoittaman (budjetti n.

33 000 euroa) **Älykkään vähittäiskaupan verkostojen luominen ja osaamistarpeiden kartoitus** -hankkeen (1.8.2019- 31.12.2019) tavoitteena oli luoda vähittäiskaupan osaaaja- ja kehittäjäverkosto, jossa Kajaanin ammattikorkeakoulun koulutusta yhdessä suunnitellaan ja toteutetaan. Toinen hankkeen tavoite oli opetus-suunnitelmatyön pohjaksi tehtävä vähittäiskaupan alan osaamistarvekartoitus.

Alueen pitovoiman edistäminen

Alueen ja oppilaitosten veto- ja pitovoimaa edistämään suunniteltiin ja toteutetaan alueen maahanmuuttajien kotouttamisprosessiin ja oppimispolkuihin liittyviä hankkeita. **NewLife** -hanke (1.8.2016-31.12.2017) oli budjetillaan noin 150 000 euroa. Kajaanin ammattikorkeakoulu on kumppanina **Osallisuudella ja yhteistyöllä sujuviin oppimispolkuihin** -hankkeessa (26.6.2018-30.6.2020), jossa Centria-ammattikorkeakoulu on päätoimittaja (budjetti n. 270 000 euroa). Molempien hankkeiden rahoittajana on Maahanmuuttajien kotouttamisen edistäminen / Suomen rakennerahasto-ohjelma. Hankkeiden tavoite oli edistää maahanmuuttajien oppimispolkuja. NewLife-hankkeessa tarjottiin valmentavaa tukikoulutusta myöhemmin korkeakouluun tutkinto-opiskelijaksi hakeutuville. Osallisuudella ja yhteistyöllä sujuviin oppimispolkuihin -hankkeessa keskitytään osallistavien menetelmien avulla polkua tasoittamaan. NewLife-hankkeen tuloksena työssä kehittymisen opinnollistamis- ja ahotointiosaaminen kehittyivät Kajaanin ammattikorkeakoulussa sekä monikulttuurinen koulutus- ja työelämäyhteistyö tiivistyivät maakunnassa.

Tulevia hakijoita Kajaanin ammattikorkeakoulun kansainvälisiin koulutuksiin ja matkailijoita alueelle tavoiteltiin **Summer Orienteering and Education camp for Chinese teenagers** (1.6.2018-31.3.2019) -hankkeella. Hankkeen budjetti oli 10 000 euroa. Hanke toteutettiin yhdessä Kainuun rastiviikko ry:n ja Huakai Oy:n kanssa kesällä 2019 pilotoituna kesäkoulukokeiluna kiinalaisille teineille Kainuussa.

Tavoitteet ja hankekanta linjassa

Liiketalouden osaamisalueella strategiakaudella 2016-2024 ennen uutta organisaatiota käynnistetyt ja meneillään olevat hankkeet ovat hyvin linjassa nykyisen organisaatorakenteen myötä Business-osaamisalueella tarkistettuihin tavoitteisiin. Meneillään ja päättymässä olevan hankekannan avulla pyritään vaikuttamaan aluekehitykseen yrittäjyyttä ja liiketoiminnan kehittymistä tukemalla sekä veto- ja pitovoimaa vahvistamalla. Uutena koulutusavauksena ja -kärkenä hankekannalla pyrittiin vahvistamaan eSports-koulutusta ja -osaamista alueella. Kansainvälisyys- ja digiosaaminen liiketoiminnassa ovat luonnollisena osana kehittämistavoitteita. Tästä on siis hyvä jatkaa!

YLEMMÄT AMMATTIKORKEAKOULUTUKSET TKI-TOIMINNAN EDISTÄJÄNÄ

Jaana Lappalainen, yliopettaja, Kajaanin ammattikorkeakoulu

Ne yritykset, jotka saavat parhaat osaajat ja jotka osaavat hyödyntää liiketoimintapotentiaalin ja uusien teknologioiden luomat mahdollisuudet liiketoiminnassa, menestyvät globaalissa kilpailussa parhaiten.

Toimintaympäristön nopeat muutokset, toimintojen kansainvälistyminen sekä talouden rakennemuutokset vaativat yritysten liiketoiminnan kehittämistä ja henkilöstön osaamisen ja asiantuntijuuden kehittämistä. Muutokset edellyttävät yritysten ja organisaatioiden työntekijöiltä kykyä vastata muuttuviin ja laajeneviin työelämän kvalifikaatioihin eli osaamisvaatimuksiin. Kehittämistehtäviin profiloituneilla ja ammatillisen osaamisen jatkuvaan kehittämiseen suuntautuvilla osaajilla on työelämässä kova kysyntä.

Kajaanin ammattikorkeakoulu (KAMK) on tärkeä alueen elinkeinoelämän yhteistyökumppani ja osaavan työvoiman kouluttaja, joka palvelee koulutuksillaan ja kaikella toiminnallaan alueen yritysten kehitystarpeita. KAMK voi edesauttaa yrityksiä myös edistämällä yritysten välistä yhteistyötä. Alueellisen innovaatiopolitiikan näkökulmasta on tärkeää, että ammattikorkeakoulu tekee yhteistyötä sekä alueen yritysten että eri elinkeinotoimijoiden kanssa. Koska innovaatiot ja osaaminen määrittelevät aiempaa enemmän yritysten menestystä, on korkeakouluilla suuri merkitys sijaintialueensa elinkeinoelämän kehittäjänä ja yhteistyökumppanina tutkimus-, kehittämis- ja innovaatiotoiminnassa.

Kajaanin ammattikorkeakoulun tutkimus-, kehitys- ja innovaatiotoiminta (TKI-toiminta) kehittää yhdessä yritysten kanssa niiden tuotteita, palveluita ja prosesseja sekä tekee tarvelähtöisiä soveltavia tutkimuksia yritysten kehittämisen tueksi. TKI-toiminta on vahvaa kaikilla osaamisalueilla. KAMK tarjoaa monipuolisia eri alojen asiantuntijapalveluja yrityksille, julkisyhteisöille ja yhdistyksille. Lisäksi KAMK on mukana monissa maakunnallisissa, kansallisissa ja kansainvälisissä hankkeissa koordinoijana tai yhteistyökumppanina. Yritysten käytössä on monipuolinen projektin valmisteluosaaminen sekä erilaisten rahoitusohjelmien tuntemus. Rahoitusohjelmaosaamista löytyy mm. EU:n aluekehitys- ja sosiaalirahastoista, Business Finlandin ohjelmista, EU:n tutkimuksen ja teknologian ERA-NET -ohjelmista sekä ITEA-ohjelmasta.

Business-osaamisalueen strategia korostaa ammattikorkeakoulun merkitystä aluekehityksen edistäjänä. Business-osaamisalue tarjoaa kaikkien toimialojen yrityksille kehittämisspalveluja erityisesti liiketoimintamahdollisuuksien tunnistamisessa ja liiketoiminnan kehittämisessä. Aluekehitystä voidaan edistää yritysten

kanssa tehtävän TKI-toiminnan kautta. Datan ja tekoälyn ja data-analytiikan hyödyntäminen liiketoiminnassa on yksi koulutusten painopiste, joka näkyy kaikissa ammattikorkeakoulun perustutkintojen ja YAMK-tutkintojen opetussuunnitelmissa. Erityisesti kaikissa YAMK-koulutuksissa korostuvat tutkimus-, kehittämis- ja innovaatiotoiminta ja uusien teknologioiden hyödyntäminen liiketoiminnassa. Lisäksi opetusmenetelmät tukevat sekä asiantuntijuuden että luovuuden ja innovatiivisuuden kasvua ja sitä kautta uudenlaisten innovaatioiden syntymistä.

Erilaisten digitaalisten ratkaisujen kehittäminen, uusien teknologioiden hyödyntäminen ja kestävä kehitys ovat liiketoiminnan kehittymisen kannalta avainasemassa. Kajaanin ammattikorkeakoulussa on vahvaa asiantuntijuutta kehittyvissä teknologioissa sekä data-analytiikan ja tekoälyn käyttämisen mahdollisuuksista liiketoiminnassa. KAMK:ssa on Virtual Reality (VR) ja Augmented Reality (AR) tiimit, joilla on vahva asiantuntijuus pelillistämisen saralla. Se tuo lisäarvoa TKI-toimintaan.

Yhteistyö ammattikorkeakoulun kanssa palvelee yrityksiä sekä liiketoiminnan kehittämisessä että henkilöstön osaamisen kehittämisessä mutta myös tulevien osaajien rekrytoinnissa. Yritysten ja oppilaitosten yhteistyöllä on tärkeä merkitys osaavan työvoiman saatavuuden varmistamisessa ja myös työurien pidentämisessä. Yritysten kanssa tehtävällä tutkimus- ja kehittämistoiminnalla voidaan vahvistaa ja kehittää yritysten liiketoimintaa ja samalla tuoda lisäarvoa ammattikorkeakoulun omaan toimintaan. Yrityksille hyöty tulee ennen kaikkea siitä, että yhteistyö palvelee yritysten kehittämis- ja innovaatiotoimintaa sekä innovaatioiden ja teknologioiden kaupallistamista. Lisäksi ammattikorkeakoulun tarjoamat muut palvelut tukevat yritysten TKI-toimintaa ja uusien liiketoimintamahdollisuuksien löytymistä.

YAMK-koulutukset voivat toimia merkittävässä roolissa yritysten kehittämisessä ja TKI-toiminnan mahdollistajana. Kajaanin ammattikorkeakoulussa on vuoden 2020 syksystä alkaen kahdeksan ylempään ammattikorkeakoulututkintoon johtavaa koulutusta, joista neljä koulutusta on Business-osaamisalueella. Ylemmät ammattikorkeakoulututkinnot (YAMK-tutkinnot) ovat maisteritason tutkintoja. Business-osaamisalueella on neljä ylempään ammattikorkeakoulututkintoon johtavaa koulutusta: **Liiketoiminnan kehittäminen ja johtaminen, Master's Degree in International Business Management, Liikunta-alan kehittäminen ja johtaminen** sekä **Matkailualan kehittäminen ja johtaminen**.

Ylemmät ammattikorkeakoulututkinnot (YAMK-tutkinnot) ovat työelämän kehittämisen tutkintoja, jotka suoritetaan työn ohessa noin kahdessa vuodessa. Ne tarjoavat yritysten ja organisaatioiden työntekijöille ja

yrittäjille mahdollisuuden osaamisen kasvuun koko organisaatiossa ja ennen kaikkea mahdollisuuden kehittää yritysten toimintaa. Opinnoissa korostuvat työelämän käytänteiden ja toiminnan kriittinen ja tutkimuksellinen arviointi ja sen kautta toiminnan kehittäminen. Kaikkien opintojaksojen oppimistehtävät tehdään omaan organisaatioon ja näin sekin mahdollistaa omalta osaltaan yritysten kehittymisen. Tällaisten oppimistehtävien avulla voidaan myös saada aikaan innovaatioita. Koulutus on hyvin läheisesti sidoksissa työelämään – kaikki opintojaksot on suunniteltu niin, että niiden avulla kehitetään omaa osaamista ja samalla kehitetään omaa työyhteisöyritystä ja sen toimintaa.

Ylempään ammattikorkeakoulututkintoon johtavien opintojen tavoitteena (Asetus ammattikorkeakouluista 1129/2014) on, että tutkinnon suorittaneella on laajat ja syväiset tiedot sekä tarvittavat teoreettiset tiedot toimia työelämän kehittäjänä vaativissa asiantuntija- ja johtamistehtävissä. Kehittäjän ja TKI-toimijan rooli korostuu YAMK-opinnoissa. Koulutuksessa painottuvat erityisesti johtamisosaaminen, tutkimus- ja kehittämisosaaminen ja innovaatio-osaaminen ja uusien teknologioiden hyödyntäminen liiketoiminnassa. YAMK-koulutusten osaamistavoitteena on tuottaa asiantuntijoita, jotka osaavat tuottaa uutta tietoa ja uudistaa toimintatapoja, johtaa projekteja, johtaa tutkimus-, kehittämis- ja innovaatiohankkeita ja kehittää asiakaslähtöistä, kestävää ja taloudellisesti kannattavaa toimintaa. Lisäksi osaamistavoitteissa on, että tutkinnon suorittanut osaa luoda ja johtaa verkostoja ja kumppanuuksia. Tavoitteena on, että tutkinnon suorittanut osaa ratkaista vaativia, monimutkaisia ja ennakoimattomia ongelmia tutkimus- ja innovaatiotoiminnassa, jossa kehitetään uusia tietoja, tuotteita, toimintaa ja menettelyjä. Osaamistavoitteissa on myös, että opiskelija osaa soveltaa ja yhdistää eri alojen tietoja ja soveltaa uusia strategisia lähestymistapoja.

Ammattikorkeakoulu tukee valmentavan opettajuuden pedagogiikalla opiskelijoiden osaamisen kasvua. Coaching on kumppanuutta ajattelua herättävässä ja luovassa prosessissa, joka inspiroi asiakasta, YAMK-opiskelijaa, henkilökohtaisen ja ammatillisen potentiaalinsa täysipainoiseen hyödyntämiseen. Koska kaikki kehittämistehtävät tehdään opiskelijan omaan työyhteisöön, mahdollistaa se TKI-toiminnan kolmikantayhteistyön, joissa toimijoina ovat opiskelija, hänen työyhteisönsä ja ammattikorkeakoulu. Organisaatioiden rajapinnoilla voi innovaatioita syntyä luontevasti, kun erilaiset ja erilaista osaamista omaavat ihmiset haastavat toisensa. Tällaisilla ryhmillä ja verkostoilla voidaan saada aikaan innovatiivista toimintaa.

YAMK-koulutukset on Kajaanin ammattikorkeakoulussa koottu Master School -brändin alle. Tämä mahdollistaa koulutusten välisen yhteistyön entistä tiiviimmin ja ennen kaikkea se avaa uusia mahdollisuuksia opiskelijoille verkostoitua eri alojen opiskelijoiden ja asiantuntijoiden kanssa. YAMK-koulutusten opiskelijathan ovat

työelämässä olevia asiantuntijoita, jotka ovat lähteneet kehittämään omaa osaamistaan ja myös omia työnantajaorganisaatioitaan. Kun YAMK-koulutusten opintojaksoille osallistuu eri osaamisalojen erilaisen taustakoulutuksen omaavia opiskelijoita, on ryhmässä hyvin erilaista osaamista, joka mahdollistaa uusien innovaatioiden syntymisen. Sitä kautta voidaan saada aikaan uutta tai uudistunutta liiketoimintaa. Master School haluaakin tehdä entistä enemmän TKI-toimintaa yritysten kanssa sekä tehdä ja toteuttaa yhteisiä TKI-hankkeita.

ELÄMYSTALOUTTA INNOVATIIVISELLA OTTEELLA

Elina Jääskeläinen, markkinoinnin ja viestinnän lehtori, Kajaanin ammattikorkeakoulu

Maarit Vuorinen, markkinoinnin ja viestinnän lehtori, Kajaanin ammattikorkeakoulu

Tervetuloa elämystalouteen

Monikulttuurisen opetuskokonaisuuden taustalla oli tuoda elämystalouden ymmärrystä kansainvälisen markkinoinnin opiskeluun. Nykypäivänä asiakkaat hakevat yllättäviä ja persoonallisia elämyksiä ja yhä useammin palveluntarjoajat vastaavat juurikin tähän tarpeeseen suunnittelemalla ja markkinoimalla niitä. Pinen ja Gilmoren (1998) mukaan seuraava palvelutarjonnan kilpailukenttä siirtyy kokemusten ja elämysten näyttämöille. Palveluympäristö itsessään voi jo synnyttää erityisen elämyksen. Elämyksiä tarjotaan nykyisin myös muilla palvelunäyttämöillä kuin pelkästään teattereissa, konserteissa tai teemapuistoissa.

Koska ihmiset janoavat koko ajan uusia elämyksiä, muun muassa pysyväksi luonnehditut teemaravintolat tuskin säilyvät hengissä ikuisesti vaan vaihtavat ilmettä jatkuvasti. Tästä on juonteena elämystalouden yksi nykypäivän ilmiö: pop-up-ravintola. Pop-up-ravintolat ovat väliaikaisravintoloita, jotka ilmestyvät yllätyksellisiin paikkoihin tietyksi ajaksi.

Keväällä 2019 myös Kajaaniin rakennettiin erilainen elämysnäyttämö Kajaanin ammattikorkeakoulun kansainväliselle viikolle. Yhdistämällä erityisalojen ammattiopisto Luovin sekä Kajaanin ammattikorkeakoulun liiketalouden opiskelijoiden osaaminen luotiin teemoitettu pop-up-ravintola ”Streets of Europe with a Northern Twist”. Yhden illan ajan erilaisia makuelämyksiä suomalaisesta, ranskalaisesta ja espanjalaisesta keittiöstä tarjonnut ravintola kuoriutui kansainväliseksi ja elämykselliseksi kohtaamispaikaksi sekä aidoksi verkostoitumisympäristöksi. Ilta oli menestys ja elämykset taattu.

Yhteisöllisestä kehitysideoinnista kohti vahvoja ammatillisia taitoja

Opiskelijat rakensivat ymmärrystä opetuskokonaisuuden taustalle myös palvelujen laatukuiluajattelusta *Problem Based Learning (PBL)* -lähestymistavan avulla. PBL on ongelmalähtöinen (ongelmaperustainen) oppimismenetelmä, joka tarjoaa opiskelijoille tehokkaan tavan tehdä yhteistyötä ja jossa opettaja valmentaa ja toimii fasilitaattorina. Opiskelijat hakevat tietoa itsenäisesti sekä vaihtavat ajatuksia omissa työryhmissä. Ajatuksia kirjataan 8-portaisen prosessin edetessä muistioihin ja ”vuorokirjoittamisella” kootaan tietoa yhtei-

seen dokumenttiin ja lopulta tuodaan ratkaisuehdotuksia valittuun työelämän haasteeseen. (Helelä & Fagerholm 2009; Delaney, Pattinson & O'Brien 2009.) Opiskelijat käyttävät wiki-työkalua, jossa ryhmä käyttäjiä ylläpitää ja kehittää yhteistä sisältöä (Leino 2011).

Jos PBL-lähestymistavan kuvaaminen jäisi tähän, voisi se melkein pä kuvata mitä tahansa nykypäivän ammatikorkeakoulun oppimistilannetta tai ainakin tavoitetta, johon pyritään: Opettaja valmentaa ja opiskelijoita osallistetaan suunnittelutehtäviin ja pyydetään ratkaisemaan erilaisia työelämälähtöisiä haasteita. PBL-ajattelu nojaa kuitenkin erityisen vahvasti yhteisölliseen kehitysideointiin. Tiedon jakaminen siirtyy yhteisöllisille alustoille, jotka muuntuvat ideointitiloiksi ja keskusteluryhmiksi, jotka puolestaan tehostavat ongelmanratkaisua. Ideat näkyvät heti kaikille ja niitä voi kommentoida. Yhteistoiminnasta jää wikiin jälki: Kuka teki ja mitä ja miten onnistuttiin? (Leino 2011.)

Oppimisympäristö muuntuu Euroopan kaduiksi ja kujiksi

Innovatiivinen pedagogiikka ja uudenlaiset opetusmenetelmät mahdollistavat myös erilaisten oppimisympäristöjen kokeilun. Markkinoinnin projektit ovat usein tapahtumavetoisia tai markkinointiviestinnän kehittämiseen liittyviä, käytännönläheisiä toimeksiantoja. Palvelun kehittämiseksi ja markkinoinnillisen konseptin luomiselle yhden illan ravintola oli kiehtova oppimisympäristö. Mukana projektissa olivat Kajaanin ammattikorkeakoulun toisen vuoden markkinoinnin ja International Business -koulutuksen opiskelijat. Ravintolan tilat ja keittiöfasilitetit löytyivät tien toiselta puolen Luovin tiloista.

Olemme olleet aiemmin toteuttamassa pop-up-konseptia yhteistyökouluissa Belgiassa ja Hollannissa, joten konseptin pedagoginen malli oli etukäteen suunniteltu. Käytännön toteutus on kuitenkin joka kerta ainutlaatuinen, sillä tilat, ihmiset ja teemat vaihtuvat. Yhteistä on kuitenkin mahdollisuus tarjota opiskelijoille ympäristö, jossa yhdistyvät projektijohtamisen taidot, tapahtuman tuotanto- ja suunnitteluosaaminen sekä monikulttuurisuuden ja erilaisuuden ymmärtäminen. Opettajille pääsy kurkistamaan erityisalojen opetukseen sekä käytännönläheiseen ongelmanratkaisemiseen tuo myös hyvää vaihtelua ja oppia oman työn kehittämiseen.

Luovin perusluokkahuonetilat muuntuivat yhden illan ajaksi Euroopan kaduiksi ja elämykselliseksi kohtaamispaikaksi. Me opettajat rakensimme yhteistyössä kokonaissuunnittelun, projektijohtamisen ja käytännön toteutuksen osaksi omaa opetustamme, sujuvasti yhteistyössä yli välissämme olevan tien ja koulutusasteiden.

Kansainvälinen verkosto tuki innovatiivisen pedagogisen otteen tavoitteita ja teoreettisen taustan tuomista käytäntöön. Tapahtuman tilasuunnittelu, reseptien testaus ja modifiointi sekä sponsorihaku aloitettiin noin

kuukautta aiemmin viikon huipentumaa – välillä yhteistä kieltä hakien suomalaisten markkinoinnin opiskelijoiden toimiessa tulkkina keittiön vilkskeessä.

Itse tapahtumaan saimme vahvistuksen myös belgialaisesta hotellialan korkeakoulusta; VIVESin opettajakollegat toivat suklaan ja oluen yhteissävelen osaksi illan makuja ja olivat mukana konseptin toteutuksessa. Ilta lumosi elämyksellisyydellään, mutta myös tarjosi käytännön haasteiden ratkaisemista. Työelämävalmiudet ja ongelmanratkaisukyky kehittyivät useammallakin opiskelijalla. Opimme, että kaikkeen ei voi etukäteen valmistautua ja joskus haaste tulee vastaan odottamattomassa paikassa. Tällöin oma-aloitteisuus ja valmius ratkaista asia sekä hakea lisätietoa korostuvat – juuri sitä, mitä *Problem Based Learning* -metodissa teoriatunneilla haimmekin.

Myös Luovilla yhteistyön tulokset olivat pidempikantoisia.

”Kansainvälisyys on osana opetusta myös meidän valmentavien ryhmien opetussuunnitelmissa. Yhteistyöprojekti toi meille uudenlaisen mahdollisuuden harjoitella erilaisia työelämävalmiuksia ruoanvalmistuksen lisäksi. Näitä olivat esimerkiksi somistaminen ja ohjelmatuotanto meidän ravintola- ja catering-alan opiskelijoiden kanssa. Sekä tietenkin myös tutustuminen korkeakouluopiskelijoihin. Tällainen yhteistyö eri koulutusasteiden kanssa on tietääkseni ainutlaatuista, ja kokemukset ovat olleet erittäin hyviä. Tapahtumasta riitti meille pitkään puhuttavaa ja pohdittavaa, puhumattakaan muutaman viikon kielikylvystä monikansallisessa keittiössä”, summaa Luovin ammatillinen erityisopettaja **Aki Pääkkönen**.

MIKSI? Opiskelija oppii:	LOPPUTULOS? Opiskelija omaksuu:
<ul style="list-style-type: none"> • yhdistämään teoriaa ja käytäntöä palvelukonseptin toteutuksessa • ymmärtämään elämystaloutta, pop-up-ilmiotä, tarinankerrontaa sekä kulttuurien välisiä eroja ja yhtäläisyyksiä • suunnittelemaan ja toteuttamaan tapahtuman, luomaan sisältömarkkinoinnin strategian, kehittämään käytännössä palveluita sekä rakentamaan yhteistyökumppanimarkkinointia 	<ul style="list-style-type: none"> • käytännön työelämätaitoja kuten paineen alla työskentelyä sekä joustavuutta • ajanhallintaa, vastuullisuutta ja tiimityötä • rohkeutta kohdata uusia haasteita • toisen arvostamista ja tahdikkuutta • tapoja luoda yksilöllisiä ja monikulttuurisia asiakaskokemuksia • innovatiivisen lähestymistavan konseptisuunnitteluun ja sisällöntuotantoon

Pedagogisen mallin mukaisesti opiskelijoiden kanssa suoritettiin tapahtuman jälkeen palautekeskustelu sekä itse- ja vertaisarviointi. Positiivisimmiksi asioiksi opiskelijat nostivat käytännön tekemisen ja lopputuloksen näkemisen, mahdollisuuden toimia oma-aloitteisesti ja itsenäisesti suunnittelussa sekä yhteistyön Luovin henkilöstön kanssa. Haasteita toi vieraan kielen käyttö ja työskentely monikulttuurisessa ympäristössä, toisaalta sitä pidettiin jälkeen päin erittäin hyvänä asiana ja rohkeana hyppynä itsensä ylittämiseen.

TAUSTAA

Kajaanin ammattikorkeakoulun kansainvälinen viikko: Kuudetta kertaa järjestettävälle kansainväliselle viikolle osallistuu noin 60 henkilöä 15 eri maasta. Kajaanin ammattikorkeakoulun kansainvälisen viikon tavoitteena on tukea opiskelijoiden kotikansainvälistymistä, tarjota opettajille ja muulle henkilöstölle mahdollisuuksia verkostoitua yhteistyökorkeakoulujen kanssa sekä tukea kansainvälisiä vaihtoja.

Ammattiopisto Luovi on valtakunnallisesti toimiva ammatillinen erityisoppilaitos. Luovi tarjoaa valmentavaa koulutusta sekä ammatillista tutkintokoulutusta.

Pop-up-ravintolat ovat väliaikaisravintoloita, jotka usein ilmaantuvat yllätyksellisiin paikkoihin sekä tapahtumiin, joissa voi olla suuriakin kävijämääriä. Nimitys juontaa lyhytaikaisuudesta, koska ne toimivat yleensä yhdestä illasta muutamaan viikkoon.

Lähteet

Delaney, Y, Pattinson, B. & O'Brien, M. (2009). *Problem Based Learning Guide*. 57 s. University of Limerick.

Helelä, M. & Fagerholm, H. (2009). *Problem-Based Learning. PBL Guide*. Saatavilla osoitteesta:

<http://myy.haaga-helia.fi/~liibba/PBLguide.pdf> (Viitattu 26.11.2019).

Leino, A. (2011). *Sosiaalinen netti ja menestyvän pk-yrityksen mahdollisuudet*. 349 s. Infor, Helsinki.

Pine, J. & Gilmore J.H. (1998). Welcome to the Experience Economy. *Harvard Business Review*, Jul-Aug, 97 - 105.

REKEY-HANKE KASVATTA A MATKAILUKOULUTUKSEN VETOVOIMAA

Arto Heikkinen, tuntiopettaja, Kajaanin ammattikorkeakoulu

Suomen matkailu elää tällä hetkellä kovaa kasvun vaihetta. Matkailun osuus Suomen bruttokansantuotteesta on jo 2,5 prosenttia ja matkailun ydinklusteri työllistää henkilötyövuosina suoraan yli 72 000 työntekijää (Jänkälä 2019). Vuonna 2018 Suomen matkailu jatkoi kasvuaan edellisvuoden ennätystasosta ja ulkomaiset yöpymiset kasvoivat 1,3 prosenttia vaikuttavaan 6,8 miljoonaan (Visit Finland 2019). Myös kotimaassa majoituksen sisältäneiden matkojen määrä pysyi edellisvuoden tasolla (Tilastokeskus 2019).

Matkailuala on kasvun myötä uudenlaisten haasteiden edessä ja osaavan työvoiman saatavuus estää jo paikoitellen matkailuyritysten kasvamisen ja kehittymisen (Jänkälä 2019). Alalla on tällä hetkellä työvoimapula ja kohtaanto-ongelma eli alan yritykset eivät saa palkattua riittävästi osaavaa työvoimaa ja se jarruttaa alan kasvua (Hiltula 2018). Osin heikentyneen vetovoiman vuoksi alan koulutukseen hakeutuu aikaisempaa vähemmän hakijoita ja alan työpaikkoihin sitä kautta vähemmän tekijöitä (Mauno 2019). On siis ensiarvoisen tärkeää, että matkailusta muodostuu sen tätä päivää vastaava kuva eli kansainvälinen ja lukuisia työmahdollisuuksia tarjoava toimiala. Kuitenkin etenkin kasvukeskusten ulkopuolella matkailualalla on iso merkitys koko alueen elinvoimaisuudelle. (Mara ry. 2017.)

Matkailu- ja ravitsemisalana ja sen koulutuksen vetovoimaa voidaan kasvattaa lisäämällä yhteistyötä oppilaitoksen ja alan yritysten välillä. Tähän haasteeseen vastattiin opetus- ja kulttuuriministeriön rahoituksella toteutetulla kolmivuotisella (1.1.2017-31.12.2019) Restonomien koulutuksen ja elinkeinon yhteiskehittäminen, ReKey -hankkeella. Hankkeessa muodostettiin konsortio, jossa olivat mukana kaikki restonomikoulutusta tarjoavat 13 ammattikorkeakoulua Suomesta. Lisäksi mukana oli useita matkailu- ja ravitsemisalana elinkeinon edustajia, jolloin syntyi luonnollisia kontakteja työelämään ja opiskelijoiden verkostoitumiseen. Hankkeen päätavoitteena oli kehittää ammattikorkeakoulujen välistä sekä koulutuksen ja työelämän välistä vuorovaikutusta yhteistoimintamallin avulla. Lisäksi osana hanketta toteutettiin uudenlaisia oppimisympäristöjä ja mallinnettiin hyviä käytäntöjä. Uudistettuja verkostoja hyödynnettiin alueellisesti tukemaan matkailu- ja ravitsemisalana yritysten kehitystä. (Mantere 2016.)

Kajaanin ammattikorkeakoulu oli aktiivisesti mukana toteuttamassa hankkeen toimenpiteitä. Kajaanin ammattikorkeakoulu toteutti mm. yhteistyössä Lapin ammattikorkeakoulun kanssa RestoJamat innovaatiokilpailun, jossa eri ammattikorkeakoulujen opiskelijatiimit ratkovat yrityksiltä ja elinkeinoelämästä tulleita haas-

teita 48 tunnin ajan verkkoysteiden kautta eri paikkakunnilla ympäri Suomen. Tapahtumassa opiskelijat luovat suhteita toimeksiantajayrityksiin sekä kasvattavat osaamistaan toimimalla tiiviissä yhteistyössä elinkeinoelämän kanssa. Tapahtumassa mukana olevat yritykset ja tahot saavat ratkaisuehdotuksia haasteisiin, uusia ideoita liiketoimintaan sekä uusia työtapoja, kuten nopean innovoinnin hyödyntäminen tuotekehityksessä. Järjestettyjen tapahtumien kautta on luotu toimiva malli elinkeinoelämän kanssa tehtävälle kehittämistyölle ja samalla tuotu restonomikoulutusta elinkeinoelämän tietoisuuteen. RestoJamit toteutettiin marraskuussa 2018 Kajaanissa sekä maaliskuussa 2019 Rovaniemellä ja jamit jatkuvat jälleen maaliskuussa 2020.

Lisäksi hankkeen aikana Kajaanin ammattikorkeakoulun matkailualan koulutuksessa kehitettiin uusi ActivityLAB oppimisympäristö, jossa opiskelijat toteuttavat elinkeinoelämästä tulevia projekteja osana opintojaan. ActivityLABin projektien toimeksiannot tulevat suoraan yrityksiltä, yhdistyksiltä jne., jolloin opiskelijat voivat soveltaa opittuja tietoja käytännössä, luoda verkostoja alan toimijoihin ja oppia työelämässä tarvittavia taitoja, jotka valmistavat opiskelijoita vastaamaan tulevaisuuden työelämän haasteisiin. Projektien ohella kasvatetaan tietopohjaa perinteisillä luennoilla ja lukupiireissä. Näin opiskelijat saavat riittävät tiedot ja taidot toimeksiantojen suorittamiseen. ActivityLAB siis yhdistää projektien kautta saatua tietoa sekä luennoilla opittua ja kehittää opiskelijan osaamista monipuolisesti. Toimeksiantajina toimineiden matkailualan yritysten palaute toteutetuista projekteista on ollut innostunutta ja positiivista. ActivityLABin projektioppimisen mallista onkin tullut pysyvä osa Kajaanin ammattikorkeakoulun restonomikoulutusta, johon kaikki Kainuun matkailutoimijat ovat tervetulleita osallistumaan.

ReKey-hankkeen aikana Kajaanin ammattikorkeakoulun yhteistyö muiden restonomikoulutusta tarjoavien ammattikorkeakoulujen kanssa on syventynyt ja hankkeessa on tuotettu uutta tietoa työelämäyhteistyön eri muodoista. Hankkeen avulla Kajaanin ammattikorkeakoulu on solminut uusia suhteita alueen elinkeinoelämään sekä parantanut jo olemassa olevien kumppaneiden kanssa tehtävien yhteiskehittämistoimien laatua. Lisäksi hanke paransi restonomikoulutuksen tunnettavuutta alueella ja toi elinkeinoelämän tietoisuuteen uusia kehittämistyökaluja sekä osaamista.

Lähteet

Hiltula, K. (2018). Lapissa olisi töitä vaan tekijöitä ei löydy: Listasimme 5 syytä pohjoisen työvoimapulaan. Yleisradio Uutiset 17.4.2018. Saatavilla osoitteesta: <https://yle.fi/uutiset/3-10163886> (Viitattu 16.12.2019).

Jänkälä, S. (2019). Matkailun toimialaraportti. *Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 2019:3*. Saatavilla osoitteesta: http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161292/TEM_3_2019_Matkailun_toimialaraportti.pdf (Viitattu 16.12.2019).

Mantere, P. (2016). ReKey hankehakemus. Kajaanin ammattikorkeakoulun sisäinen asiakirja.

Mantere, P. (2019). ReKey - Restonomien koulutuksen ja elinkeinon yhteiskehittäminen. Saatavilla osoitteesta: <https://wiki.eduuni.fi/pages/viewpage.action?pageId=44570059> (Viitattu 16.12.2019).

Mara ry. (2017). Matkailu- ja ravintola-alan vetovoima hienoisessa laskussa. Saatavilla osoitteesta: <https://www.mara.fi/ajankohtaista/uutiset/2017/matkailu-ja-ravintola-alan-vetovoima-hienoisessa-laskussa.html> (Viitattu 16.12.2019).

Mauno, P. (2019). Matkailuala kiinnostaa vielä yläasteella, myöhemmin vetovoima katoaa. Turun Sanomat 10.12.2019. Saatavilla osoitteesta: <https://www.ts.fi/uutiset/kotimaa/4794795/Matkailuala+kiinnostaa+vielä+yläasteella+myöhemmin+vetovoima+katoaa> (Viitattu 16.12.2019).

Tilastokeskus (2019). Suomalaisten matkailu. Saatavilla osoitteesta: <https://www.stat.fi/til/smat/index.html> (Viitattu 16.12.2019).

Visit Finland (2019). Matkailun kehitys 2018. Saatavilla osoitteesta: <https://www.businessfinland.fi/495239/contentassets/65a2dc680c4749ea9695b48d5f214280/yopymisten-kehityskatsaus-2018.pdf> (Viitattu 16.12.2019).

ÄLYLLÄ AKTIIVISEKSI -HANKE TUKEE OPISKELIJOIDEN KOKONAISVALTAISTA HYVINVOINTIA

Sanna Pakkala-Juntunen, projektipäällikkö, Kajaanin ammattikorkeakoulu

Kajaanin ammattikorkeakoululla teetettiin keväällä 2017 opiskelijoiden hyvinvointikysely, jossa kartoitettiin opiskelijoiden fyysistä, psyykkistä ja sosiaalista hyvinvointia sekä kerättiin kehittämisideoita toiminnan parantamiseksi. Tuolloin hyvinvointikyselystä selvisi, että liki 85 prosenttia kyselyyn vastanneista opiskelijoista arvioi istuvansa koulupäivän aikana viisi tuntia tai enemmän ja koulupäivän jälkeen istuminen jatkui yli viisi tuntia lähes 60 prosentilla vastaajista. Tähän ongelmaan lähdettiin hakemaan ratkaisua keväällä 2018 alkaneen kolmivuotisen Älyllä Aktiiviseksi -hankkeen avulla, jota rahoittaa Opetus- ja Kulttuuriministeriö. Hankkeessa tehdään yhteistyötä mm. opiskeluterveydenhuolto Vitalin, opiskelijakunta KAMOn sekä korkeakoulu-liikuntapalveluja tarjoavan KaMoven kanssa. Hankkeen toiminnalle suuntaviivoja antaa hyvinvointikyselyn lisäksi keväällä 2018 päivitetyt Opiskelijoiden Liikuntaliiton julkaisemat Korkeakoululiikunnan suositukset (2018), jossa istumisen vähentäminen on nostettu keskeiseksi teemaksi.

Älyllä aktiiviseksi -hankkeen isona tavoitteena on opiskelijoiden opiskelu- ja työkyvyn parantaminen, painottaen toimenpiteitä erityisesti tekniikan- sekä tietojenkäsittelyalan opiskelijoille, joiden fyysinen passiivisuus on kokemuksen perusteella verrattain korkeampaa kuin muilla aloilla. Älyllä Aktiiviseksi -hankkeessa järjestetään ko. alojen opiskelijoille kuntotestausta kaksi kertaa vuodessa, vertaisliikuntaryhmiä sekä kaikille opiskelijoille avointa matalan kynnyksen liikuntatoimintaa, kuten kehonhuoltoa. Näiden toimenpiteiden lisäksi on hankittu aktivoivia istuimia, seisomapisteitä sekä taukoliikuntavälineistöä luokkahuoneisiin, jotta istumista on helpompi opiskelupäivien aikana tauottaa. Hankkeessa tuotetaan lisäksi virtuaalista liikuntamateriaalia, jolla halutaan edistää opiskelijoiden omaehtoista, aikaan ja paikkaan sitoutumatonta liikuntaa.

Hanke käynnisti myös liikuntavälinelainaamotoiminnan yhteistyössä Kajaanin ammattikorkeakoulun kirjaston henkilöstön kanssa opiskelijoiden ja henkilökunnan omaehtoisen liikunnan edistämiseksi. Lainaamon toimintaa on edelleen kehitetty meneillään olevan toisen hankevuoden aikana ja lainaaminen on mahdollistettu myös toisen asteen opiskelijoille. Liikuntavälinelainaamosta löytyy muun muassa lumikenkiä, sykemittareita, frisbeegolf-välineistöä sekä perinteistä kuntoiluvälineistöä aina kahvakuulista putkirulliin. Uudemmissa hankinnoissa huomioitiin Kajaaniin syksyllä 2019 valmistuneiden monitoimikentän ja jääharjoitushallin puitteet ja välinelainaamoon hankittiin mm. tempuscootteja, tennismailoja sekä jääkiekon harrastamista varten jääkiekkomailoja ja -kypäriä.

Yksi korkeakoulunliikunnan suosituksista on yhteisen liikunta- ja terveysneuvontaketjun laatiminen erityisesti vähän liikuntaa harrastavien opiskelijoiden tueksi, mikä on otettu huomioon hankkeen toiminnan suunnittelussa. Hankkeessa on suunniteltu ja pilotoitu harrastekaveritoimintamalli, jonka tavoitteena on edistää korkeakouluopiskelijan kokonaisvaltaista hyvinvointia, ehkäistä syrjäytymistä sekä lisätä arjen aktiivisuutta. Opiskelija ohjautuu hyvinvointipalvelujen asiantuntijoiden (terveydenhoitaja, kuraattori, opintopsykologi ja oppilaitospappi) kautta hyvinvointituutorin eli harrastekaverin luokse. Harrastekaverin kanssa opiskelija voi kokeilla uutta harrastusta on kyseessä sitten liikunnallinen aktiviteetti tai vaikkapa harrastus kulttuurin parissa. Harrastekaveritoiminnan tueksi on tarjolla korkeakoululiikuntapalvelujen lisäksi muun muassa teatterireseptejä sekä Kaiku-kortti.

Älyllä aktiiviseksi -hanke on suunniteltu kolmevuotiseksi. Ensimmäisen ja toisen hankevuoden kokemusten ja palautteiden perusteella voidaan jo todeta, että jo yksi tunti ohjattua liikuntaa opiskeluvuoden aikana tukee opiskelijan kokemusta oman hyvinvoinnin paranemisesta sekä kiinnittymistä omaan opiskeluryhmään. Viimeisen hankevuoden isoimpana tavoitteena on juurruttaa hyvät käytänteet mm. liikunnallisista tutor-tunneista sekä nörttien liikuntakerhosta vakiintuneeksi toiminnaksi sekä laajentaa korkeakoululiikunnan palveluita toiselle asteelle lainaamotoiminnan lisäksi. Keskeistä hankkeen toiminnassa kuitenkin on, että jokainen löytää itselleen mielekkään tavan viettää aikaa Kajaanissa opiskelujen ohella ja kaiken tämän tuloksena opiskelijan opiskelukyky sekä fyysinen, psyykinen ja sosiaalinen hyvinvointi paranee.

Lähteet

Korkeakoululiikunnan suositukset (2018). Korkeakoululiikunnan päivitettyt suositukset ja muita korkeakoululiikunnan ajankohtaisia teemoja. Opiskelijoiden Liikuntaliitto & Opiskelun ja koulutuksen tutkimussäätiö Otus. *Opiskelijoiden Liikuntaliiton julkaisuja A9/2018*. 156 s. Saatavilla osoitteesta: https://oll.fi/as-sets/uploads/2018/02/Korkeakoululiikunnan_suosituks-2018_netiversio.pdf (Viitattu 25.10.2019).

VASTUULLISUUDESTA VIESTIMINEN MATKAILUALALLA

Virpi Keränen, TKI-suunnittelija, Kajaanin ammattikorkeakoulu

Suomen matkailu on hyvässä nosteessa ja kasvanut viimeisen parin vuoden aikana ennätysvauhtia. Ulkomaiset yöpymiset kasvoivat 1,3 prosenttia 6,8 miljoonaan vuonna 2018. Matkailukysynnän kasvu on rakenteellista, ja tulee hyvin pitkälle yritysten kansainvälisen myynnin ja markkinoinnin panostuksesta. Jotta tässä kellossa pysytään jatkossakin, kestävä kehittämisen huomioiminen on entistä tärkeämpää matkailun kasvun jatkumiselle ja kilpailukyvyn säilymiselle. Matkailun tulee tuoda hyvinvointia talouden ja työllisyyden näkökulmasta, mutta myös huomioiden kestävä kehityksen sosiaalisen, kulttuurisen ja ympäristöllisen näkökulman. Matkailualan vastuullisuus puhuttaa hetki hetkeltä yhä enemmän, niinpä myös yrityksiltä odotetaan vastuullisuutta liiketoiminnassaan kasvavassa määrin. Matkailusta aiheutuvien haittojen välttäminen edellyttää ennakoivaa matkailun suunnittelua ja johtamista aluetasolla. Maapallon tämänhetkisistä ympäristöriskeistä suurin on ilmastonmuutos, joten hiilijalanjäljen laskennan merkitys matkailussakin kasvaa.

Käsitteet

Kestävä kehitys (sustainability) on yleisesti ottaen toimintaa, joka vastaa tämänhetkisen yhteiskunnan tarpeisiin vaarantamatta tulevien sukupolvien mahdollisuutta tyydyttää omia tarpeitaan. Kestävä matkailu on matkailua, joka huomioi nykyiset ja tulevat taloudelliset, sosiaaliset ja ympäristölliset vaikutukset siten, että matkailijoiden, matkailuyritysten, matkailukohteiden, ympäristön ja paikallisväestön tarpeet on huomioitu. Vastuullinen matkailun yritystoiminta on kestävä ja kannattavaa liiketoimintaa, jossa huomioidaan yrityksen suorat ja epäsuorat vaikutukset ympäröivään yhteiskuntaan. Kestävä kehitys voidaan nähdä tavoitteena, johon yritys vastuulla pyritään. (FCG 2018.)



Kuva 1. Vastuullisuus ja kestävä kehitys (Lapin ammattikorkeakoulu 2019).

Valtakunnallisia linjauksia ja tutkimuksia

Suomen hallitus päivitti vuonna 2016 Suomen arktisen politiikan tavoitteita arktisen alueen kehityksestä ja Suomen arktisesta roolista linjaamalla kolme strategian painopistettä, jotka ovat arktinen osaaminen, kestävä matkailu ja infrastruktuurin ratkaisut. Kestävän matkailun linjasta toteutetaan Arktinen kestävä matkailu-ohjelman avulla vuosina 2018–2019. Ohjelman käytännön toteutuksesta vastaa Business Finlandin Visit Finland -yksikkö Työ- ja elinkeinoministeriön ohjauksessa. Arktinen kestävä matkailu-ohjelma on osa hallituksen Matkailu 4.0-toimenpidekokonaisuutta, jossa kohdennetaan rahoitusta myös kestävä matkailun edistämiseen. Vuonna 2018 käynnistyneessä projektissa toimenpiteet huomioivat ekologisen, taloudellisen ja sosiokulttuurisen kestävyden näkökulmat. (Business Finland 2018.)

Visit Finlandin hankkeen kyselytutkimuksen tulosten mukaan yritykset kokevat vastuullisen matkailun entistä tärkeämmäksi kilpailuvaltiksi, jopa ainoaksi tavaksi harjoittaa matkailuliiketoimintaa. Matkailijat, yhä enenevässä määrin, luovat painetta yrityksiin ja päättäjiin kulutusvalinnoillaan, toiveillaan ja vaatimuksillaan. (FCG 2018.) Vastuullisuus on siis myyntiä lisäävä tekijä. Matkailijat ja erityisesti matkanjärjestäjät ovat tästä erityisen kiinnostuneita. Matkanjärjestäjät etsivät lisää kestäviä tuotteita, erityisesti Ison-Britanniassa. Matkailija odottaa vastuullisuutta, ja siksi tämä kysymys nousee matkanjärjestäjien kohdalla esille.

Vastuullisuuden viesti

Visit Finlandin Arktinen kestävä matkailu-ohjelma -projektissa (FCG 2018) selvisi, että yhä useampi matkailuyritys Suomessa haluaa systemaattisesti kehittää toimintaansa entistä vastuullisemmaksi. Matkailuyrityksille suunnatussa valtakunnallisessa kyselyssä selvisi vastuullisuuden viestimisestä tärkeää tietoa. Yritysten

nettisivujen kuvat ja videot kertoivat monipuolisesti luonnosta, paikallisesta kulttuurista ja osin myös hiljaisuudesta. Kuvat ilmensivät myös puhtautta. Tuotekuvauksissa oli osin nostettu esille paikallisuutta ja luontoympäristöä. Kuitenkin yritykset viestivät vastuullisuudesta varsin niukasti, vain pienellä osalla toimijoista infoa vastuullisuudesta löytyi hyvinkin laajasti ja monipuolisesti.

Vastuullisuudesta voidaan viestiä matkan eri vaiheissa: etsiessä inspiraatiota, suunniteltaessa, varattaessa, ennen kohteeseen saapumista, matkalla kohteeseen, kohteeseen saavuttaessa, palvelun ja elämyksen toteutuessa ja matkan jälkeen. Viestintä voi tapahtua myös eri kanavia hyödyntäen kuten kotisivuilla, sosiaalisessa mediassa, perinteisen median välityksellä, varausjärjestelmässä, yrityksen tiloissa, tarjouksissa, esitteissä ja muussa materiaalissa sekä elämyksen toteutuessa henkilökunnan toimesta. (FCG 2018.)

Sustainable Finland -sateenvarjomerkki

Visit Finlandin tavoitteena on, että yritykset hankkisivat kehittämisen työvälineiksi kansainvälisesti tunnettuja sertifikaatteja, sillä sertifioidujen yritysten asiakastyytyväisyys on muita korkeampi ja ne tuovat myös uskottavuutta vastuullisuusviestintään. Suomessa otettiin keväällä 2019 käyttöön Sustainable Finland -sateenvarjomerkki, joka yhdistää olemassa olevat kestävä matkailua edistävät sertifikaatit kuten esimerkiksi Joutsenmerkin, Green Keyn ja muut ympäristösertifikaatit. Merkin päätavoite on edistää kestävä matkailua Suomessa. Se on yritys- ja aluemerkki, jonka avulla voidaan nykyistä helpommin ja yhtenäisemmin viestiä Suomesta kestävä matkailumaana. Merkin toivotaan auttavan matkailijoita ja matkanjärjestäjiä löytämään suomalaiset vastuulliset yritykset nykyistä helpommin. Vastuullisilla matkailuryityyksillä on Suomessa jo erilaisia sertifikaatteja, jotka velvoittavat säästämään energiaa, kierrättämään tai vähentämään jätettä, mutta turistit eivät välttämättä sertifikaatteja tunne. Vastaava vastuullisesta matkailusta kertova merkki on käytössä jo Norjassa. (FCG 2019.)

Mitä tarvitaan?

Vastuullisuuden teoista kannattaa kertoa paljon nykyistä enemmän. Ongelma tällä hetkellä on, että tekoja on enemmän kuin tarinaa. Selkeä viestintä uupuu, ja juuri tähän kaivataan ratkaisuja ja tekoja. Vastuullisuuden parantamiseksi tarvitaan yhteisiä linjauksia siitä, kuinka matkailun vaikutuksia seurataan ja kuinka vastuullisuutta matkailussa edistetään. Vastuullisuudesta viestimällä ja yrityksen käytännön toimilla on mahdollista lisätä myös matkailijoiden ymmärrystä vastuullista matkailua kohtaan, ja jopa muuttaa heidän arjen tekojaan.

Matkailun ympäristövaikutusten minimointiin kuten energian käytön tehostamiseen ja jätteen lajittelun eteen on tehty vuosia töitä. Nyt tarvitaan sanojen sijaan tekoja myös myönteisten taloudellisten ja sosiokulttuuristen vaikutusten maksimoimiseksi ja haittojen minimoimiseksi. Vastuullisuusviestintä on yksi keino viedä matkailua kestävämpään suuntaan.

Kainuussa tehdään asioita vastuullisen matkailun mukaisesti, mutta tästä ei osata viestiä niin, että matkailija tästä tietäisi. Myös tiedonpuute kaikista kestävyden osa-alueista ja omien vastuullisten toimien seuranta, erityisesti sosiokulttuuristen, koetaan haasteellisina. Aiheita, joista lisätietoja tarvitaan myös, ovat uusimman tiedon saaminen ja hyödyntäminen, uudet innovaatiot ja uudenlaiset yhteistyömallit sekä julkisten että yksityisten toimijoiden välillä. Myös sertifioinneista ja niiden hyödyistä kaivataan lisää tietoa. Yrityksille ja alueille on syytä saada sertifikaatteja, joita esitellä matkanjärjestäjille. Toisaalta on myös paljon pieniä toimijia, joita olisi hyvä viedä eteenpäin, jotta vastuullisuuden kriteerit täyttyvät.

Lähteet

Business Finland (2018). Arktinen kestävä matkailu-destinaatio -projekti 2018-2019. Saatavilla osoitteesta: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/tuotekehitys-ja-teemat/arktinen-kestava-matkailu-destinaatio/> (Viitattu 20.11.2019).

FCG (2018). Kestävän matkailun nykytila, haasteet ja kehittämistarpeet. Saatavilla osoitteesta: https://www.businessfinland.fi/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisu/loppuraportti_selvitys_kestavan_matkailun_nykytila_ja-kehittamistarpeet-..pdf (Viitattu 20.11.2019).

FCG (2019). Vastuulliseen matkailuun uusi Sustainable Finland -laatu-merkki. Saatavilla osoitteesta: <https://www.fcg.fi/fin/ajankohtaista/2019/01/vastuulliseen-matkailuun-uusi-sustainable-finland-laatu-merkki/> (Viitattu 20.11.2019).

Lapin ammattikorkeakoulu (2019). Vastuullisuus. Saatavilla osoitteesta: <https://blogi.eoppimispalvelut.fi/tourismabc/vastuullisuus/> (Viitattu 20.11.2019).

GATEWAY TO LAND OF NATIONAL PARKS -HANKE EDISTÄÄ MATKAILUN KESTÄVYYTTÄ, YMPÄRIVUOTISUUTTA JA ALUEEN TUNNETTAVUUTTA

Pasi Korhonen, yliopettaja, Kajaanin ammattikorkeakoulu

Johdanto

Kuusamon lentokentän vaikutusalueen kansainväliset matkailijamäärät ovat kehittyneet viime vuosina positiiviseen suuntaan samalla, kun lentokentän käyttöaste on kohonnut ja matkustajamäärät nousseet. Kuusamon lentokentän lennot painottuvat talveen ja siksi myös kasvu on kohdistunut talvikaudelle. Talven kiivaimpien sesonkien aikana matkailukapasiteetti on jo ääri rajoilla, mutta lumettoman kauden hiljaisemmat matkailijavirrat estävät ja hidastavat investointeja jossain määrin. Alueelle kuitenkin rakennetaan edelleen ja uusia matkailijoita toivotaan myös talvikaudelle. Toisaalta lentokentän vaikutusalueen joillakin matkailualueilla kesä on talvea merkittävämpi ja niissä kysyntää haetaan erityisesti talvikauteen.

Gateway to Land of National Parks -hankkeen vaikutusalueen matkailualueet ovat toiminnallisesti ja perusteiltaan hyvin erilaisia. Hankkeen tavoitteena onkin kehittää ja tukea kasvua alueiden omista lähtökohdista pohjaten. Pääpaino hankkeella on ympärivuotisen matkailu kehittämisessä. Tähän kytkeytyvät matkailutyöllisyyden parantaminen ja työvoimapulan helpottaminen. Matkailualueiden tarpeiden kirjo tulee esille hankkeen osatoteuttajakohtaisissa työpaketeissa. Erityisenä tavoitteena on kehittää aluetta kokonaisuutena, joka tunnetaan kansallispuistoistaan ja kestävän kehityksen huomioivista toimintatavoistaan.

Suomessa on jo pitkään panostettu luontoon perustuvien matkailu-, hyvinvointi- ja virkistyspalveluiden kehittämiseen ja luonto on maamme matkailun tärkeimpiä vetovoimatekijöitä. Valtioneuvoston *Miten kehittää luonnon virkistys- ja matkailukäyttöä Suomessa?* -Policy Brief uutiskirjeessä korostetaan asiakaslähtöisen myynnin ja markkinoinnin merkitystä sekä laadun turvaamista luontomatkailuun liittyvän liiketoiminnan kehittämiseksi (Tyrväinen, Sievänen, Konu, Tuohino, Aapala & Ojala 2018). Hanke kehittää alueellista yhteistyötä erityisesti sähköisen markkinoinnin ja kestävän kehityksen osalta vaikutusalueellaan.

Kuusamon lentokentän vaikutusalueen matkailukeskukset eivät ole näyttäneet yhtenäisenä. Tätä hanketta edeltäneessä Gateway to Kuusamo Lapland -hankkeessa haettiin laajalle alueelle yhtenäistä teemaa, jonka kestävyttä ja vetovoimaa tässä hankkeessa lähdetään kokeilemaan. Land of National Parks -teeman katsotaan tukevan kaikkia omia brändejä ja on alueita positiivisesti yhdistävä tukibrändi. Kuusamon lentokentän vaikutusalueella on neljä kansallispuistoa Suomen puolella, Hossa, Syöte, Riisitunturi ja Oulanka sekä lisäksi Paanajärvi rajan takana. Tämä luo markkinoinnin pohjan ainutlaatuiselle kokonaisuudelle.

Kuusamon lentokentän vaikutusalueen matkailun kehittäminen (Gateway to Land of National Parks) -hankkeen pää toteuttaja on Naturpolis Oy ja osatoteuttajat Ruka-Kuusamo Matkailu ry, Metsähallitus, Oulun yliopisto, Kajaanin ammattikorkeakoulu, Syötteen matkailuyhdistys, Suomussalmen kunta, Sallan kunta ja Posion kunta. Mukana ovat siten kaikki Kuusamon lentokentän vaikutusalueen matkailualueet sekä tärkeimmät matkailun kehittämistä tukevat organisaatiot. Matkailualueiden yhteistyöllä mahdollistuu laajan alueen erottautuminen muista matkailualueista erityisesti alueen kansallispuistoja korostamalla. Hanke käynnistyi toukokuussa 2019 ja päättyi vuoden 2021 lopussa.

Tavoitteet ja työpaketit

Land of National Parks -hankealueen (LoNP) saavutettavuuden näkökulmasta Kuusamon lentokentällä on erittäin ratkaiseva rooli. Siksi lentokentän matkustajamääriä halutaan kasvattaa ja tavoitteena on saavuttaa matkustajamäärissä mitattuna muita Lapin lentokenttiä. Hankeen tavoitteena on myös luoda alueesta muista erottuva, kansallispuistoista tunnettu, kokonaisuus. Samalla tavoitteena on kehittää sujuvuutta, laatua ja ympäristöystävällisiä toimintatapoja niin ryhmä- kuin omatoimimatkailijoille. Kestävän matkailun näkökulmasta tavoitteena on myös käytön tasaaminen suosituimpien luontokohteiden ja ruuhkaisimpien reittien osalta tasanemminkin koko alueelle. Tavoitteet jakautuvat kolmelle pääteemalle: kävijämäärien kestävä kasvu, ympäristöystävällisyyden lisääminen ja LoNP-alueen tunnettavuuden lisääminen.

Hankkeen toimenpiteet jakautuvat viiteen työpakettiin:

1. Lentoliikenteen ja liikkumispalveluiden edistäminen (Naturpolis ja Ruka-Kuusamo Matkailu ry vastuu toteuttajina).
2. Land of National Parks - Vetovoimaista ja kestävä luontomatkailua (Metsähallitus vastuutoteuttajana).
3. LoNP-alueen matkailun kestävyys vahvistaminen (Oulun yliopisto vastuutoteuttajana).
4. Matkailualueiden uudistumisen ja kehittymisen tukeminen (KAMK vastuutoteuttajana).
5. Matkailualuekohtaiset työpaketit (Kuusamo, Salla, Syöte, Suomussalmi, Taivalkoski ja Posio).

Lentoliikenteen ja liikkumispalveluiden edistämisen työpaketissa toteutetaan mm. sähköisen suunnittelutiimin käyttöönotto, neuvotteluja lentoliikenteen kehittämiseksi, markkinointikampanjoita lentoyhtiöiden ka-

navissa, yhteisen landing pagen toteutus Internettiin sekä yhteistyö Älyliikenne 2020 -hankkeen kanssa matkailualueiden liikkumispalveluiden edistämiseksi. LoNP-alueella etäisyydet ovat pitkiä ja julkisten liikenneyhteyksien taso erittäin heikko ja siksi on tärkeää kehittää, erityisesti kansainvälisen matkailun kannalta, myös alueen sisäisiä liikkumispalveluita.

Land of National Parks - Vetovoimaista ja kestävää luontomatkailua -työpaketissa keskitytään yhtenäisen viestinnällisen konseptin rakentamiseen ja lisätään alueen ja kansallispuistojen vetovoimaisuutta. Erityisesti kansainvälisille omatoimimatkailijoille tuotetaan aiempaa yksityiskohtaisempaa ennakko- ja kohdemateriaalia kansallispuistojen reiteistä ja tuotteista. Viestinnässä korostetaan kansallispuistojen erityispiirteitä ja niihin liittyviä tarinoita, mutta samalla tavoite on saada yhtenäistettyä kansallispuistoja koskevaa viestintää koko alueella. Hankkeessa mm. tuotetaan digitaalisia kärkiaktiiviteettioppaita (LONP Maastopyöräily, LONP Melonta, LONP Esteetön, LONP Päiväreitit), rakennetaan brändinmukaista viestintää ja otetaan käyttöön uusi kestävyiden seurannan menetelmä.

LoNP-alueen matkailun kestävyiden vahvistaminen -työpaketissa tavoitteena on vahvistaa alueen matkailun kestävyttä huomioiden nykyiset ja tulevat matkailijavirrat. Hanke tuottaa kestävään matkailuun ohjaavaa materiaalia yritysten ja matkailijoiden sekä matkanjärjestäjien käyttöön. Hankkeen aikana määritellään alueen kestävyysprofiilia, määritellään hiilijalanjälkeä, tutkitaan matkanjärjestäjien kestävyysajattelua, laaditaan kestävyyskriteeristö matkailijoille, kehitetään edelleen kestävyysuunnitteluopasta sekä järjestetään työpajoja alueen toimijoille.

Matkailualueiden uudistumisen ja kehittymisen tukeminen -työpaketti keskittyy kullakin matkailualueella nousseisiin kehittämistarpeisiin. Keskiössä ovat asiakas, jatkuva arvonluonti, elämyksellisyys ja verkostomaiset toimintatavat. Kullakin alueella toimenpiteet eroavat toisistaan. Kuusamossa painopiste on kesäkauden tapahtumien kehittämisessä. Syötteellä hahmotetaan kävijöiden asiakasprofiilia matkailijatutkimuksen avulla. Suomussalmella haasteena on talvimatkailun kehittäminen ja siksi hankkeessa tuetaan talvimatkailustrategian tekemistä ja uusien talvitapahtumien syntyä. Taivalkoskella tavoitteita on kolme, joista ensimmäisessä nostetaan esiin lumettoman ajan palvelutarjontaa ja toisessa kehitetään luonto- ja liikuntamatkailua. Kolmas tavoite on digitaalisen markkinoinnin kehittämisessä. Posiolla keskeisiä päämääriä on kaksi. Ensimmäinen tavoite on kartoittaa uusia kansainvälisten asiakassegmenttejä ja heidän tarpeitaan. Toisena tavoitteena on tapahtumatuotannon kehittäminen konseptiomalla olemassa oleva tapahtuma uudelleen.

Matkailualuekohtaisissa työpaketeissa toimenpiteet ovat hyvin moninaisia alueen erilaisien tarpeitten takia. Yhdistävänä tekijänä on keskittyminen tuotteistamiseen ja kansainväliseen markkinointiin sekä brändin kirkastamiseen kansainvälisillä markkinoilla. Useammalla alueella myös tapahtumien kehittäminen nousee tärkeään rooliin, samoin kuin digitaalisen ja logistisen saavutettavuuden kehittäminen.

Lähteet

Tyrväinen, L., Sievänen, T., Konu, H., Tuohino, A., Aapala, K. & Ojala, O. (2018). Miten kehittää luonnon virkistys- ja matkailukäyttöä Suomessa? Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoimikunta. *Policy Brief 2/2018*. 9 s.



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin



BUSINESS-OSAAMISALUE KEHITTÄMÄSSÄ KESTÄVÄÄ MATKAILUA AZERBAIDZANIN MAASEUDULLA

Marjukka Turunen, projektipäällikkö, Kajaanin ammattikorkeakoulu

Kajaanin ammattikorkeakoulussa käynnistettiin vuonna 2015 **Kestävän matkailun kehittäminen ja paikallisen käsityön tukeminen Azerbaidzanin maaseudulla** -hanke. Yhteistyökumppanina Suomessa on Kestävä tulevaisuus ry (KeTu), jonka tavoitteena on tukea kehitysmaiden erityyppisiä hankkeita, joilla pyritään kestäväan kehitykseen taloudellisella, sosiaalisella ja ekologisella tavalla. Paikallisena kumppanina on Ekoloji Tarazliq (EKOT) -kansalaisjärjestö, jonka päätavoitteena on tukea kestäväa kehitystä ja tulevaisuutta Azerbaidzanissa.

Hanketta rahoittaa pääasiassa Suomen ulkoasiainministeriö. Tavoitteisiin kuuluu uusien, laadukkaiden ja helposti saavutettavien matkatuotteiden luominen Azerbaidzanin ja ulkomaisten asiakkaiden tarpeita vastavasti. Hanke edistää myös taloudellista kehitystä ja tukee naisten roolia maaseutumatkailussa. Hankkeen kohderyhmät koostuvat projektialueiden paikallisista yrittäjistä, kuten käsityöläiset, kotimajoittajat ja muut alan sidosryhmät. Yrittäjyys usein keskittyy vahvasti perinteisten käsitöiden tuotantoon ja myyntiin sekä ma joitukseen. Tavoitteena on rakentaa eri toimijoiden yhteistyötä ja palvelujen kehittämistä tukevia toimintamalleja ja yhteistyöverkostoja, jotka edistävät kestäväa taloudellista kasvua ja maaseudun naisten työllistymistä matkailualalle.

Azerbaidzanin potentiaali matkailukohteena havaittiin hankkeen edellisen vaiheen aikana. Suurin osa liike matkailijoista koostuvista turisteista yöpyy usein pääkaupungissa Bakussa. Azerbaidzhanin hallitus edistää matkailua tavoitteenaan monipuolistaa taloutta, joka tällä hetkellä perustuu voimakkaasti kaasu- ja öljyv rantoihin. Maaseutumatkailu ja ekomatkailu sisältyvät Azerbaidzanin turististrategiaan, mutta monet perustavanlaatuiset haasteet estävät maaseutumatkailun kokonaisvaltaista kehitystä. Maaseutumatkailun haasteita ovat olleet riittämätön infrastruktuuri, kaupallistamisen puute sekä matkailupalvelujen ja -toimintojen vähäinen edistäminen. Tarvitaan vahvempaa yhteistyötä matkailualan toimijoiden välillä ja noihin päätelmiin ja hankkeen tuloksiin perustuen jatkohanke suunniteltiin ja rahoitus myönnettiin.

Hankkeessa tehdään yhteistyötä myös paikallisen yliopiston, Azerbaidzanin Tourism and Management University (ATMU), kanssa. KAMKin ja ATMUn välillä on ollut hanke vuosien aikana kehittämässä säännöllistä liikkuvuutta molempiin suuntiin. ATMUn opettajat ovat tarjonneet hankkeen kohderyhmälle koulutusta ja heidän opiskelijat osallistuivat yhteistyöhön opintojensa sekä käytännön koulutuksensa kautta. Vaihto-opintojen aikana opiskelijat tutustuivat myös projektin toimijoihin Suomessa.

Hanke on mahdollistanut myös KAMKin opiskelijoille kaksi opintomatkaa Azerbaidzaniin, jotka on toteutettu yhdessä kumppanikoulu ATMUn kanssa. Opintomatkkoilla on päästy tutustumaan paikalliseen kulttuuriin sekä matkailun kehittämiseen projektin toiminta-alueilla. Lisäksi hankkeeseen liittyen on tehty kaksi opinnäyte-työtä.

Hankkeessa toivotaan uusien ja kehitettyjen matkailutuotteiden ja matkailupalveluiden säilymistä myös hankkeen päättymisen jälkeen. Tähän liittyen järjestetään testimatka syksyllä 2019, jolle osallistuu matkailijoita myös Suomesta. Matkalla vierailaan mm. hankkeen tukemien yritysten luona ja käytetään heidän tarjoamia palveluja. Testimatkan järjestäjänä toimii Azerbaidzan Green Tour, jonka tarkoituksena on järjestää matkoja erilaisiin kohteisiin Azerbaidzanin luonnossa asiakkaan toiveiden mukaan myös hankkeen päättymisen jälkeen.

Hankkeen toiminnan aikana käsityöyrittäjille ja yrittäjäksi haluaville on järjestetty erilaisia koulutuksia sekä työpajoja, joita myös KAMKin opiskelijat ovat olleet toteuttamassa. Näin matkailualan opiskelijat ovat päässeet oppimaan monenlaisia taitoja hankkeen aikana. Yrittäjistä on muodostunut alueellisia yhteistyöverkostoja, joissa heillä on mahdollisuus tukea toisiaan ja ottaa mukaan uusia jäseniä. Hankkeesta ja sen puitteissa järjestetyistä koulutuksista toivotaan pitkäaikaista apua paikallisille matkailutoimijoille, jotta he osaavat tulevaisuudessa itse havaita asiakkaiden toiveet ja tarpeet palveluista sekä tuotteista. Lisäksi heidän tulee osata rakentaa matkailukehitystä kestäväälle pohjalle paikallisiin vahvuuksiin sekä luontoon perustuen ja kulttuuri-perintöä vaalien.

VIRTUAALITODELLISUUS – UUDENLAINEN NÄYTTÖTEKNIikka VAI JOTAIN MUUTA?

Kyösti Koskela, Team Manager, Kajaanin ammattikorkeakoulu

Virtuaalitodellisuus on kasvattanut suosiotaan erilaisissa viihde- ja hyötykäyttösovelluksissa viimeisten vuosien aikana. Laitteistojen kehittäminen on mahdollistanut sen, että aiemmin vain innokkaimpien pelaajien käyttöön tarkoitetut laitteistot ovat ensimmäistä kertaa kotikäyttäjien saatavilla. Mutta mitä virtuaalitodellisuus nykyisellään tarjoaa? Onko kyseessä vain uusi näyttöratkaisu pelien ja videoiden esitykseen, vai onko kyseessä mahdollisesti jotain uutta ja mullistavaa?

Virtuaalitodellisuuslasit toistavat esitettävää pelisisältöä perinteisen näyttöpäätteen sijaan kahden näytön kautta, jotka on asetettu kypärämäisen ratkaisun avulla lähelle käyttäjän silmiä. Tämä mahdollistaa sen, että näyttöpäätteen katselun sijaan pelaaja voidaan sijoittaa virtuaalisen maailman sisälle. Pelaajat voivat liikkua, katsella, kyyristellä ja olla interaktiossa virtuaalisen maailman kanssa huomattavasti aikaisempia pelikokemuksia realistisemmalla tavalla.

Pelien alkuaikoina näytöllä liikkui kaksi pikseliä, ja pelaajat pystyivät mielikuvituksen avulla muuntamaan nämä pikselit ritariksi ja lohikäärmeeksi, jotka käyvät taistelua elämästä ja kuolemasta. Syvälinen uppoutuminen pelimaailmaan on aikaisemmin vaatinut pelien pelaamista ja kiinnostusta pelimaailmaa kohtaan.

Virtuaalitodellisuus poistaa tämän askeleen pelien ja virtuaalisovellusten käytöstä. Kun kokematon pelaaja asettaa lasit silmilleen, riippumatta aikaisemmasta kokemuksesta, pelaaja on heti sisällä virtuaalisessa kokemuksessa. Ulkopuolinen maailma katoaa, ja tilalle tarjotaan täysin virtuaalinen kokemusympäristö, jossa graafikoiden tuottama grafiikka ja ohjelmoijien toteuttama sisältö täyttää pelaajan koko kokemuskentän.

Luonnollisesti tämä tarjoaa hienoja mahdollisuuksia perinteisiin simulaattoreihin ja opetuspeleihin, joissa pyritään opastamaan erilaisten laitteiden käyttöä tai opettamaan esimerkiksi työturvallisuutta. Oikean tilan toteuttaminen virtuaalisessa muodossa ja liittämällä päälle peliteknologian mahdollistavat mekaniikat tarjoavat täysin uudenlaisia mahdollisuuksia ohjeistuksen ja simuloinnin alalla. Vaikka tämä on virtuaalitodellisuuden vahvuus ja mahdollistaa täysin uudenlaisen tavan opettaa asioita, se ei kuitenkaan ole virtuaalitodellisuuden tärkein ominaisuus.

Virtuaalitodellisuuden kumouksellisin ominaisuus on tapa asettaa käyttäjiä erilaisiin tilanteisiin, ja saada käyttäjät hyvin nopeasti omaksumaan hänelle esitetty rooli. Pelaaja voidaan vanhentaa, hänet voidaan asettaa lapsen rooliin tai keskelle painajaista. Toisin kuin perinteisessä pelitoteutuksessa, suurin osa käyttäjistä myös omaksuu hänelle tarjotun roolin erittäin nopeasti.

Tämä tarjoaa mahdollisuuksia opetus- ja kokemusympäristöjen luomiseen, jossa opetuksellisen sisällön lisäksi saadaan pelaajat kokemaan tilanteeseen liittyviä tunnetiloja. Samalla kun pelaajat oppivat virtuaaliympäristöä käyttämällä, oppimiseen saadaan kytkettyä tilanteen sisältämät tunteet. Voit oppia virtuaalitodellisuudessa esimerkiksi elvytyksen alkeita. Mikäli luokkahuoneen sijasta elvytystilanne sijoitetaan suureen auto-onnettomuuteen, palavien autojen keskelle ja loukkaantuneiden huutojen kaikuessa käyttäjän ympärillä, päästään yksi askel lähemmäs todellisuutta.

Simulaatio ei tule koskaan poistamaan käytännön työkokemuksen tarvetta, mutta sen avulla opiskelijat voidaan paremmin valmistaa joka päiväisessä työssä ilmeneviin tilanteisiin. Virtuaalitodellisuuden avulla simulaation tasoa ja realismia saadaan vielä nostettua perinteiseen simulaatioon verrattuna, kun käyttäjille voidaan esittää tilanteita, jotka ovat ilman virtuaalisia teknologioita mahdottomia tai liian vaarallisia toteuttaa.

Kehitys virtuaalitodellisuuden lisälaitteiden puolella tulee jatkossa mahdollistamaan sen, että visuaalisen palautteen lisäksi käyttäjät voivat koskea ja tuntea virtuaalisen ympäristön esineitä ja käyttäjään kohdistuvia muutoksia. Uudenlaiset 3D-mallinnusmenetelmät tarjoavat nopeampia tapoja kääntää oikeaan maailmaan sijoittuvia kohteita virtuaaliseen muotoon. Kamerateknologioiden kehitys mahdollistaa sen, että täysin virtuaalisen maailman sijaan ympäristöissä voidaan yhdistää tietokoneella luotuja ympäristöjä ja oikean maailman tapahtumia. Kehitys on näiden lisälaitteiden puolella vielä kesken, mutta voidaan odottaa, että 10 vuoden sisällä on käytössä virtuaalinen laitteisto, joka pystyy mahdollistamaan kaikkien aistien käytön realistisessa simulaatioympäristössä.

Pelaamisen haitoista puhutaan paljon, mutta harvemmin tuodaan esille pelaamisen ohessa tapahtuvaa oppimista. Nuoremmat sukupolvet ovat kasvaneet mobiililaitteiden ja pelien keskellä, joten näiden menetelmien käyttö tulevaisuudessa osana opetusta on luonnollinen kehityssaskel. Pelit mahdollistavat käyttäjien kattavan seurannan, joten uusien opetusmenetelmien lisäksi pelit ja virtuaalitodellisuus tarjoavat hyviä työkaluja käyttäjien osaamistason seurantaan.

Teknologinen kehitys tulee mahdollistamaan sen, että jatkossa opetusta toteutetaan yhä enemmän teknologisten laitteiden kautta. Virtuaalitodellisuus tulee olemaan yksi näistä menetelmistä, ja se tarjoaa mahdollisuuden laajentaa oppimista tiedollisen oppimisen lisäksi myös kokemuksellisiin oppimiseen.

DIGITALISAATIO MATKAILUN MUUTOSAJURINA – ALUSTATALOUS HAASTAA BISNEKSEN

Virpi Keränen, TKI-suunnittelija, Kajaanin ammattikorkeakoulu

Matkailutoimiala on yksi nopeimmin kasvava ala maailmassa. Kasvun myötä myös kilpailu on kiristynyt ja matkailijalla on yhä enemmän vaihtoehtoja vertailtavaksi. Tässä kilpailussa myös suomalaiset yritykset ovat mukana. Toistaiseksi markkinoinnissa on edetty varsin samankaltaisin menetelmin – ja yritysten ja jopa matkailualueiden toimenpiteet muistuttavat hyvin paljon toinen toisiaan. Ollaan tultu tilanteeseen, jossa yritysten täytyy pystyä tekemään uusia ratkaisuja menestyäkseen kilpailussa ja parantaakseen kilpailukykyään. Matkailun digitaalinen myynti ja markkinointi ovat tällä hetkellä kuumia aiheita ja ala digitalisoituu muita aloja nopeammin. Kuka pystyy löytämään innovatiivisen ja edistyksellisen toimintamallin, jolla voi tarjota aidon asiakaskokemuksen joka on samalla sekä kilpailukykyinen että houkutteleva, on aidosti mukana kilpailussa.

Matkailun merkitys

Matkailuelinkeinon merkitys on Kainuun taloudelle kolmanneksi suurin Suomessa Ahvenanmaan ja Lapin jälkeen. Matkailun osuus BKT:sta on Kainuussa maan keskiarvoa (2,5 %) korkeampi eli 4,2 % (Valtioneuvosto 2018). Matkailijat tuovat alueelle sekä välittömiä että välillisiä tuloja. Esimerkiksi Sotkamon kokonaismatkailutulo, sisältäen kerrannaisvaikutukset, oli vuonna 2017 kaikkiaan 88,9 miljoonaa euroa ja kokonaismatkailutyöllisyys 416 henkilötyövuotta. Kyseisenä vuonna matkailutyöllisyyden aikaansaama kokonaispalkkaverotulo oli Sotkamossa vajaa 1,9 miljoonaa euroa. Vuonna 2017 suhteellisesti tarkasteltuna kokonaismatkailutulo ja kokonaismatkailutyöllisyys muodostivat Sotkamossa 14–16 prosenttia Tilastokeskuksen yritysrekisterin mukaisesta kunnan kaikkien yritysten liikevaihdosta ja henkilötyövuosista (Kauppila 2019).

Kainuun siltasopimuksen mukaan matkailu on yksi alueen kärkialoista (Kainuun maakuntahallitus 2019). Kainuun matkailustrategian mukaan tavoitteena on, että matkailuelinkeino kasvaa viiden prosentin vuosivauhtia liikevaihdolla ja yöpymisvuorokausilla mitattuna vuosina 2018–2021. Huomioitava on, että Kainuu kiinnostaa matkailualueena. Se on kuitenkin heikosti tunnettu, vaikka Kainuusta piirtyy monelle myönteinen kuva. Kainuulle ja Suomelle merkittävillä kohdemarkkinoilla suurin osa matkailuun liittyvistä ostotapahtumista tehdään digitaalisissa kanavissa.

Suomen matkailun digitiekartassa (Visit Finland 2018) määritelty missio tähtää siihen, että digitaalisuus on valtakunnallisesti hallussa ja tukemassa Suomen matkailun kasvua kestävästi. Digikartan toimenpiteet tukevat Kainuun liiton maakunnan matkailustrategian sekä Visit Finlandin digitiekartan jalkauttamista.

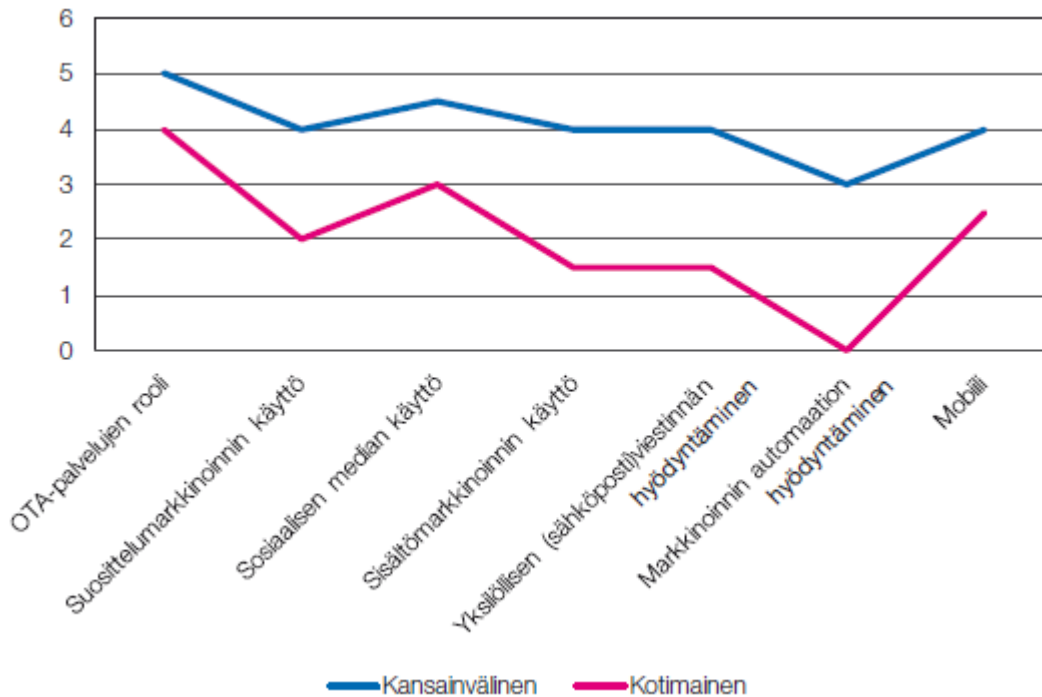
Alustatalous

Suomen uudessa hallitusohjelmassa kannustetaan edistämään PK-yritysten digitalisaatiota ja niiden mahdollisuutta tarttua uusiin rajapintoihin. Matkailualan digitaalinen alustatalous haastaa tämänhetkisen tavan tehdä liiketoimintaa. Digitalisaatio luo erinomaisia mahdollisuuksia liiketoiminnan kasvulle. Digitaalisessa alustataloudessa on kyse resurssien tehostamisesta, sillä tuotteiden markkinointiin riittää muutama digitaalinen alusta (Valtioneuvosto 2019).

Maailmanlaajuisten digitaalisten alustojen nousu on tarjonnut matkailualan toimijoille mahdollisuuden tarjota palveluja ja tuotteita kaikkialle maailmaan samanaikaisesti. 47 prosenttia kuluttajista aloittaa matkan suunnittelun älypuhelimella ja 45 prosenttia jatkaa suunnittelua myöhemmin tietokoneella (Flowhouse 2019.) Tämä liiketoimintamallin muutos pakottaa Kainuun matkailualan toimijat mukaan muutokseen. Suomen viime vuosien matkailun kasvu on syntynyt pitkälti uusien digitaalisten myynti- ja markkinointialustojen kautta. Suomessa on 29 000 matkailualan yritystä, joista osalla ei ole kunnollisia web-sivuja, online-myyntikanavista puhumattakaan (Flowhouse 2019.)

Digitaalisuus kilpailutekijänä

Digitaalisen markkinoinnin hyödyntämistä voidaan tarkastella ns. arvokäyränä (kuva 1). Arvokäyrää voidaan soveltaa markkinoinnin eri osa-alueilla, kuten OTA-palvelujen (Online Travel Agent) rooliin myynnissä ja mobiiliin käytössä sekä suosittelumarkkinoinnin, sosiaalisen median palvelujen ja sisältömarkkinoinnin hyödyntämisessä. Myös yksilöllisen viestinnän ja markkinoinnin automaation hyödyntäminen kuuluvat kilpailutekijöihin. Oleellisin asia yrityksen liiketoiminnan kannalta on kuitenkin hahmottaa, mitä asiakas haluaa ja millä perusteellä tämä tekee ostopäätöksen. Digitaaliset työkalut ja kanavat aukaisevat uudet mahdollisuudet niin verkostoitumiselle kuin asiakkaallekin (Työ- ja elinkeinoministeriö 2015).



Kuva 1. Digitaalisuuden hyödyntäminen matkailumarkkinoinnissa arvokäyrä (Työ- ja elinkeinoministeriö 2015, s. 33).

Tarvitaan tekoja

Matkailu on yhden historiansa suurimman haasteen ja mahdollisuuden edessä digitaalisuuden ja sen mukanaan tuoman globaalien alustatalouden myötä. Kiristyvässä kilpailussa digitaalisten myynti- ja markkinointialustojen hyödyntäminen Kainuun matkailussa edellyttää niiden nykyistä parempaa tuntemusta sekä hyödyntämistä. Digitaalisten alustojen itsenäisen hyödyntäminen matkailuyrityksissä on haasteellista, koska taloudelliset ja ajalliset resurssit sekä osaaminen ovat hyvin rajalliset. Digitaalinen markkinointi koetaan haastavana, jopa outona, ei arkipäiväisenä rutiinina. Alustojen hyödyntäminen Kainuun matkailun edistämiseksi edellyttää niiden esille tuomista sekä viestimistä, kouluttamista sekä yhteistyöverkostojen luomista. Näiden toimenpiteiden kautta kainuulaiset matkailuyritykset voivat yhdessä hyödyntää alustoja molemminpuolisen hyödyn saamiseksi ja matkailijamäärien kasvattamiseksi.

Kainuussa tulee parantaa matkailu- ja palvelualan yritysten kilpailukykyä kansainvälisillä digitaalisilla matkailumarkkinoilla. Kainuun matkailualan yrityksillä on tarve saada tietoa uusista digitaalisista myynti- ja markkinointimenetelmistä kilpailukykyyn parantamiseksi erityisesti kansainvälisillä markkinoilla. Tulevaisuuden teknologiat matkailussa -hankkeessa tehdyssä selvityksessä kainuulaisille matkailuyrittäjien digitalisoitumiskohdistus kohdistuu vielä sähköistä markkinointia yleisemmin juuri verkkokaupan kehittämiseen. Vastanneista

yrittäjistä moni suunnitteli oman verkkokaupan perustamista, liittymistä matkailun alueorganisaation verkkokauppaan tai ottavansa käyttöön kansainvälisten isojen jakelukanavien varaus- ja myyntikanavia. Sellaisia yrityksiä, joilla ei ole mitään aikeita digitaalisen myynnin kehittämisen suhteen, ei vastanneiden joukossa ollut lainkaan (Huusko 2019 toim.).

Lähteet

Flowhouse (2019). *Matkailuyritys digitaalisissa kanavissa*. Saatavilla osoitteesta: https://turkubusinessregion.com/wp-content/uploads/2019/04/Matkailuyritys-digitaalisissa-kanavissa_esitys10.4_handout_pienennetty.pdf (Viitattu 25.11.2019).

Huusko, P. (toim.) (2019). Tulevaisuuden teknologiat matkailussa – Esiselvitys. *Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B Raportteja ja selvityksiä* 97. 71 s.

Kainuun maakuntahallitus (2019). *Kainuun siltasopimus*. Saatavilla osoitteesta: https://www.kainuunliitto.fi/sites/default/files/siltasopimus_kainuu_final_280119_kl.pdf (Viitattu 25.11.2019).

Kauppila, P. (2019). Matkailun aluetaloudellisten vaikutusten seurantamalli: Sotkamo. *Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B Raportteja ja selvityksiä* 89. 52 s. Saatavilla osoitteesta: <https://www.theseus.fi/handle/10024/168010> (Viitattu 25.11.2019).

Työ- ja elinkeinoministeriö (2015). Digitaalisen matkailumarkkinoinnin ja myynnin haasteet ja ratkaisuehdotukset. *Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja Innovaatio* 69/2015. 64 s. Saatavilla osoitteesta: http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/74940/TEMjul_69_2015_web_17112015.pdf (Viitattu 25.11.2019).

Valtioneuvosto (2018). *Alueelliset erot matkailun talous- ja työllisyysvaikutusten osalta edelleen suuret*. Saatavilla osoitteesta: https://valtioneuvosto.fi/artikkeli/-/asset_publisher/1410877/alueelliset-erot-matkailun-talous-ja-tyollisyysvaikutusten-osalta-edelleen-suuret (Viitattu 25.11.2019).

Valtioneuvosto (2019). ”Tulevaisuuden muutosajureita ovat globaalit megatrendit, kuten ilmastonmuutos, digitalisaatio ja kaupungistuminen”. Saatavilla osoitteesta: <https://valtioneuvosto.fi/rinteen-hallitus/hallitusohjelma/elinvoimainen-suomi> (Viitattu 25.11.2019).

Visit Finland (2018). *Suomen matkailun digitiekartta*. Saatavilla osoitteesta: http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2018/06/Suomen-matkailun-digitiekartta_6_2018.pdf?dl (Viitattu 25.11.2019).

KAINUULAISTEN MATKAILUYRITTÄJIEN NÄKEMYKSIÄ TEKNOLOGIAN KÄYTÖN MAHDOLLISUUKSISTA

Perttu Huusko, lehtori, Kajaanin ammattikorkeakoulu

Johdanto

Tulevaisuuden teknologiat matkailussa -esiselvityshanke toteutettiin Pohjois-Pohjanmaan ELY-keskuksen myöntämällä rahoituksella vuonna 2018. Hankkeen toteutti Kajaanin ammattikorkeakoulu. Hanke pyrki osallistamaan vastaamaan 4. teollisen vallankumouksen tuomiin haasteisiin. Matkailun osalta tarvittiin tietoa erityisemmästä alakohtaisesta kehityksestä: mihin suuntaan maailmalla ollaan tekoälyn, robotiikan, virtuaalitoimellisuuden ja lisätyn todellisuuden osalta menossa, ja mitä muita teknologioita mahdollisesti voi olla tulossa? Myös Kainuun matkailun osalta tilannekuva ei ole selvä, vaan tarvitaan tietoa, missä määrin kainuulaiset matkailuyrityksen käyttävät teknologiaa toiminnassaan. Tätäkin isompi kysymys on, mitä tapahtuu tulevaisuudessa ja mikä on ylipäänsä mahdollista. Projektin lähtökohdista ei ollut tuottanut uutta teknologiaa, vaan tuoda esille uudet teknologiset mahdollisuudet matkailuyrityksille. Erityisesti kehityksen suunta ja kehityksen tila Kainuussa olivat keskeisiä tekijöitä.

Näistä lähtökohdista käsin Tulevaisuuden teknologiat matkailussa -esiselvityshankkeen tavoitteina oli:

- 1) Lisätä matkailuyritysten osaamista ja tietoisuutta erilaisista teknologiaratkaisuista, jotka voivat nopeuttaa niiden työtä ja parantaa sekä asiakaskokemusta että liikevaihtoa.
- 2) Kartoittaa olemassa olevat matkailun teknologiaratkaisut maailmalla ja kartoittaa Kainuun matkailuyritysten tilannetta teknologioiden käytön osalta, näkemyksiä teknologian mahdollisuuksista ja käytön aikomuksista sekä uusista ideoista.

Tämä artikkeli keskittyy kainuulaisten matkailuyrittäjien käsityksiin, tarpeisiin ja ideoihin teknologioiden mahdollisesta käytöstä. Kehitystarpeiden analysointi perustuu matkailuyrittäjien haastatteluihin, yrittäjille suunnatun kyselyn tuloksiin, work shop -työskentelyihin sekä näiden taustamateriaaleina toimineisiin alan asiantuntijoiden kirjoittamiin teknologiaraportteihin. Kyseisiä aineistolähteitä ja hanketta ylipääntään on esitelty tarkemmin julkaisussa *Tulevaisuuden teknologiat matkailussa - Esiselvitys* (Huusko 2019 toim.).

Kainuulaisten matkailuyrittäjien esittämät kehitystarpeet voidaan nähdä luokittelun kautta, jossa edetään 1) käytössä olevista teknologioista tai käytön aikomuksista 2) kiinnostuksen kohteisiin ja 3) uusiin ideoihin.

Teknologian käytön aikomukset ja näihin liittyvät kehittämistarpeet

Teknologian käytön aikomukset tarkoittavat yritysten jo käytössä olevia tai lähivuosina käyttöön otettavia ratkaisuja. Käytön aikomuksiin liittyvät kehittämistarpeet tarkoittavat kaikkia niitä tarpeita, joilla käyttöä tai käytön mukaista kehittämiskulkua edistetään. Esiselvityksen perusteella kehityssuunta osoittaa, että yritykset pyrkivät jatkamaan hyväksi havaittujen teknologisten ratkaisujen tiellä, ja että kainuulaisten matkailuyritysten kärki seuraa hyvin pitkälle maailman trendiä.

Kehittämisaioita aikomusten perusteella ovat markkinoinnin kokonaisvaltainen automatisaation kehittäminen, asiakaskokemuksen tietoon perustuva johtaminen ja asiakaskokemuksen digitalisointi sekä hallinnon tukitoimien automatisointi. Näissä osioissa yritykset joko toteuttavat palvelujaan nyt tai aikovat tehdä niin lähitulevaisuudessa.

Markkinoinnin kokonaisvaltainen automatisaation kehittäminen

Kainuulaisten matkailuyrittäjien osalta nyt jo selkeästi eniten käytössä oleva ja samalla keskeinen kehittämis-kohte on **markkinoinnin automatisaation kehittäminen** kokonaisvaltaisesti. Kainuulaisissa matkailuyrityksissä nähtiin kohdennettu markkinointi kaikissa kanavissa (internet-sivut, sosiaalinen media, kumppanisivustot) erittäin tärkeänä. Myös myynnin yhdistäminen kohdennettuun markkinointiin on jo tätä päivää monen yrityksen toiminnassa. Isona haasteena nähtiin erottuminen kansainvälisillä markkinoilla. Markkinointiin liit-tyvä asiakastiedon hyödyntäminen paitsi yritysکوhtaisesti myös matkailualueella yleensä herätti mielenkiin-toa uusien ideoiden muodossa, joista lisää hieman myöhemmin. **Hintojen seuranta ja dynaaminen hinnoittelu** nähtiin niin ikään ajankohtaisena kehittämiskohteena. Varsinkin pienet yritykset eivät pääse käsiksi näihin aihioihin ilman huomattavia panostuksia ja toisaalta pienet yritykset joutuvat tekemään paljon tukityötä juuri hintojen seurannassa. Dynaaminen hinnoittelu on vahvasti käytössä isoissa yrityksissä. Dynaamisen hinnoittelun kehittämisen kohteina nähtiin juuri tekoälyn käyttö kaikissa dynaamisen hinnoittelun taustateki-jöissä (kysynnän ja oikean hinnan ennakointi, asiakasdatan hyödyntäminen). Markkinoinnin automatisointia koskevan aihion osuudet ovat kaikki nykyisillä teknologioilla toteutettavissa. Markkinointi voidaan jakaa eri-laisiin kanaviin asiakkaaseen ja näiden keskinäiseen koordinaatioon näkyvyyden ja myynnin aikaan saa-miseksi. Markkinoinnin automatisaatiossa kohdennettu markkinointi on asiakkaan näkymässä, dynaaminen hinnoittelu enemmän tukitoiminto.

Yrityskyselyn tavoin huomattavan monessa haastattelussa nähtiin kehittämistarpeita **virtuaalitekniikoiden ja laajennetun todellisuuden teknologioiden hyödyntämisessä** matkailualueiden markkinoinnissa. Virtuaalitodellisuuden avulla matkailijoille on mahdollista tuottaa laadukasta ja aidontuntuista informaatiota matkailukohteista ja -palveluista sekä mielikuvia siitä, millaisia kohteet ja palvelut ovat reaali maailmassa paikan päällä koettuina. Tätä suuntausta edustavat esimerkiksi nettisivuilta ladattavissa olevat erikoiskameroilla kuvatut 360-videot, joissa katselija voi itse ohjata videon katselukulmia. Myös esimerkiksi lisätyn todellisuuden lasien nähtiin elävöittävän konserttitapahtumaa. Eräissä näkemyksissä laajennettu todellisuus liitettiin myös olosuhteiden esittämisen vakiointiin esimerkiksi matkanjärjestäjille, kun he saapuvat kesällä, mutta haluaisivat nähdä miltä talviolosuhteet näyttävät. Myös suosittelumekanismia haluttiin täydentää lisätyn todellisuuden ja virtuaalitodellisuuden ratkaisulla esimerkiksi siten, että virtuaalitodellisuuden ratkaisuja (videot, 360 kamerakuvat) käytetään asiakkaan apuna palautteen muodostamisessa. Aihetta käsittelevän teknologia-katsauksen mukaan soveltamismahdollisuudet ovat lähes rajattomat ja yksi yleisimmistä virtuaalitekniikan hyödyntämisen muodoista on juuri markkinoinnin elävöittäminen. Virtuaalitodellisuuden ja laajennetun todellisuuden teknologiat parantavat tai laajentavat asiakaskokemusta, joten niiden rooli on asiakasrajapinnan tukitoiminto.

Maksamisen ja ostamisen helpottaminen sekä asiakkaiden että yritysten näkökulmasta oli myös kehittämiskohde, jossa painotettiin mm. ymmärrystä megasovellusten (esim. we chat) käytöstä matkailun kansainvälisessä liiketoiminnassa. Alueellisten sovellusten ajan nähtiin olevan ohi. Esimerkiksi kiinalaiset käyttävät maksamisessaan we chat -sovellusta, joten oman sovelluksen käyttö nähtiin työläänä, kalliina ja hyödyttömänä. Maksamisen ja ostamisen helpottamisessa on kyse palvelun laadun parantamisesta ja toisaalta palvelun tehostamisesta. Maksamisessa ja ostamisessa kehitys etenee asiakkaan yhä parempaan tunnistamisen ja ostohistorian hyödyntämiseen. Nykyiset teknologiat mahdollistavat maksamisen helpottamisen ja ostodatan seurannan, sekä markkinoinnin kohdentamisen ostohistorian mukaisesti. Uudemmat teknologiat painottavat asiakkaan tunnistamista kuvantunnistusteknologioiden avulla. Maksaminen ja ostaminen ovat rooliltaan tukitoimintoja, vaikkakin asiakas kohtaa ne palvelussa ensimmäisenä, niiden tehtävä on mahdollistaa palvelun saaminen.

Asiakaspalautteen käsittely ja asiakaspalautteesta oppiminen nähtiin myös toimintona, joka kaipaa kehittämistä, mutta se koettiin haastavaksi nykyisillä resursseilla. Edes sähköisen asiakaspalautteen osalta ei ole aina päästy tilanteeseen, jossa asiakaspalautetta olisi voitu hyödyntää niin, että sitä voitaisiin kerätä riittävässä laajuudessa tai palautteesta olisi voitu systemaattisesti oppia. Asiakaspalautteen kanavien käyttö ja yhdistäminen muuhun asiakastietoon nähtiin resurssien puitteissa haastavana. Nykyisin teknologioin juuri

tekoälyn algoritmisovelluksin asiakaspalautteen kerääminen ja siitä oppiminen on vahva painopiste maailmalla. Asiakaspalaute on rooliltaan tukitoiminto varsinaisen palvelun onnistumista arvioitaessa.

Merkittävin kehittämistarve markkinoinnin kokonaisvaltaiseen automatisointiin nähtiin olevan **osaamisen parantamisessa**. Ylipäänsä tarkempi asiakastiedon hankinta ja hyödyntäminen markkinoinnin kanavista, digitaalisten välineiden käyttö ja markkinoinnin toimenpiteiden kohdentaminen tuloksellisesti olivat selkeitä haasteita. Toinen kehittämistarve on tiedon hankinnan suuntaaminen ja tiedon käsittely. Ylipäänsä markkinoinnin osalta haluttiin tarkempia tuloksia ja keinoja suunnata toimintaa paremmin asiakkaan käyttäytymisen (todelliset intressit, toiminta) perusteella. Markkinointi nähtiin tärkeänä tukitoimintona siksi, että varsinaiseen toimintaan halutaan vapauttaa yrityksen resursseja.

Markkinoinnin automatisaation osalta kehittämistarpeiden perusteella näyttäisi olevan tilaus tekoälyn käytölle erilaisissa käyttökohteissa, yrittäjillä ei ole aikaa tai muita resursseja kerätä tai hyödyntää omaan toimintaansa liittyvää asiakastietoa riittävällä tarkkuudella ja laajuudella. Markkinoinnin resursseja vapauttamalla olisi mahdollisuus parantaa tuottavuutta ja palvelujen laatua keskittymällä ydintoimintaan.

Asiakaskokemuksen tietoon perustuva johtaminen ja asiakaskokemuksen digitalisointi

Yksi merkittävimmistä kehityssuunnista teknologian käytössä alan ns. kärkiyrityksellä on asiakaskokemukseen liittyvä tiedonkeruu, asiakaskokemuksen analysointi ja **asiakaskokemuksen johtaminen digitalisoidun tiedon perusteella**. Yritys on jo pitkällä omassa digitalisaatiokehityksessään ja pyrkii tunnistamaan asiakkaan paremmin ja tarkemmin hyödyntämällä kuvantunnistusteknologiaa, digitaalisten kanavien tuottamaa asiakastietoa ja uudenlaisia mittauksia (tunteet, elämykset). Toiminnassa kyetään jo nyt näkemään, mikä asiakkaita kiinnostaa ja miten he palvelussa toimivat (miten liput ostetaan, miten palvelussa käyttäytyvät). Jatkossa tavoitteena on ymmärtää asiakkaan kokemusta laaja-alaisesti kyeten mm. mittaamaan mitkä palvelun osa-alueet ovat kiinnostavia ja millä tavalla (tunteet) ovat osa jonkin palvelun elämystä. Iso kysymys on, miten asiakaskokemukseen vaikutetaan (lisätään/vähennetään jännitystä tai muita kiinnostavuuden elementtejä) ja miten asiakaskokemuksen avulla ohjataan kaikkea sisältöjen suunnittelua ja liiketoimintaprosesseja. Eräs erikoisimmista ja kiinnostavimmista kehittämisideoista on **asiakaskokemusten mittaaminen tekoälyalgoritmeilla**. Mittaamisessa on mahdollista hyödyntää kasvoniilmeitä tulkitsevaa videoanalytiikkaa, jota Affecto on kokeillut muun muassa kartoittaessaan Ruisrockin yleisön mielialoja ja tunnetilojen vaihtelua. Matkailu on elämysteollisuutta ja siksi tunneteknologian voisi ajatella tarjoavan alalle monia hedelmällisiä sovel-luskohteita liittyen esimerkiksi tuotekehitykseen ja asiakastyytyväisyyden arviointiin. Asiakaskokemuksen

mittaaminen ja analysointi antavat isoja mahdollisuuksia kehittää toimintaa asiakkaan todennettuihin mielitymyksiin ja käyttäytymiseen perustuen. Asiakaskokemuksen johtaminen liittyy keskeisesti asiakkaan näkymään ja on palvelun keskiössä.

Asiakasta pyritään palvelemaan niin, että asiakaskokemukseen pohjaavaan tietoon perustuen yhä yksilöllisemmin kyetään tuottamaan kiinnostavampia palveluja ja sisältöjä. Asiakkaan tunnistusvaiheessa asiakkaalle avataan käyttäjätili, johon voidaan taltioida asiakkaan omia kokemuksia (esimerkiksi videot asiakkaan suorituksista) ja näitä kokemuksia voidaan jakaa asiakkaan omille viiteryhmille. Asiakaskokemus jää siis yhä tehokkaammin muistoksi, johon voi palata yhä uudestaan tai sitä voidaan täydentää myöhemmin. **Asiakaskokemuksen taltiointi ja jakaminen** on myös muissa yritysten näkemyksissä nostettu merkittäväksi seikaksi mm. kansainvälisten asiakkaiden osalta. Tähän teknologia tarjoaa ratkaisun, kehittämismahdollisuuksina nähtiin jakamiseen ja taltiointiin yhteiset alustat, kanavat ja sovellukset. Asiakaskokemuksen taltiointi ja jakaminen liittyy asiakaskokemuksessa asiakasrajapintaan, mutta on myös osaltaan asiakaskokemuksen tukitoiminto.

Maailmalla esimerkiksi Harvardin yliopiston psykologian laitoksen erikoisyksikkö iMotions on erikoistunut tarjoamaan amerikkalaisille yrityksille analyysiä yritysten asiakaskokemusten todellisesta kiinnostavuudesta ja asiakkaiden käyttäytymisestä. Asiakkaiden suuren datamäärän hallinnassa tekoäly avaa isoja mahdollisuuksia tunnistaa käyttäytymisen kaavoja, luoda ennusteita ja optimoida ennusteiden pohjalta toimintaa. Toisaalta tekoäly tarvitsee tiedon lähteitä ja asiakaskokemuksen analyysi ja analyysiin pohjaava asiakaskokemuksen johtaminen ovat selkeitä edellytyksiä tekoälyn käytölle.

Asiakaskokemusta voidaan yritysten näkemysten mukaan myös **tukea tai vahvistaa** lisätyn todellisuuden tai virtuaalitodellisuuden keinoin (esimerkiksi online-kilpailut, Raatteen sotatantereiden elävöittäminen, revontulten varmistaminen). Asiakaskokemuksen vahvistaminen voi kehittää matkailun palveluita uudelle tasolle esimerkiksi herättämällä henkiin menneitä tapahtumia ja tilanteita (esimerkiksi edellä mainittu Raatteen tien taistelun joukkojen liikkeiden kuvaaminen). Asiakaskokemuksen vahvistaminen tai tukeminen lisätyn todellisuuden teknologioin ei onnistu varsinkaan liikunnallisissa palveluissa ilman autenttista asiakkaan tekemää suoritusta (esimerkiksi trampoliinihyyt, rinteen laskeminen suksin). Pelillisyyks voi kuitenkin mahdollistaa uudenlaisen tuottavuuden, koska ohjelma on helppo päivittää ilman rakenteellisia investointeja. Asiakaskokemuksen vahvistaminen esimerkiksi revontulten näkymisen varmistajana tai helpottajana turvaa elintärkeää asiakaskokemusten ennustettavuutta ja toteutumista, millä on varsinkin asiakastyytyväisyyden osalta iso merkitys ja yhteys palvelun suositteluun ja uudelleen ostamiseen. Osaltaan myös asiakaskokemuksen vahvistaminen lisätyn todellisuuden keinoin mahdollistaa datan keräämisen ja luo siten edellytyksiä tekoälyn

käytölle. Asiakaskokemuksen laajentaminen, lisääminen ja vahvistaminen ovat varsinaisen asiakasrajapinnan toiminto, mutta myös tukitoiminto.

Kainuulaisissa matkailuyrityksissä asiakaskokemus on luonteeltaan autenttinen, luontoon ja ihmisen läsnäoloon pohjaava elämys, jossa ihmisen merkitys elämyksen toteuttajana on suuri. Siksi asiakaskokemuksen digitalisoitu johtaminen ei varsinkaan pienissä elämyspalvelu- tai aktiviteettiyrityksissä ole valtaviirran kehityssuunta, mutta selkeästi tämä merkittävä kehityssuunta on tunnistettavissa alan kärkiyrityksen toiminnasta. Digitalisoitukin asiakaskokemus on kuitenkin tukevassa roolissa eli tuottamassa tietoa asiakaskokemuksen toteutumisesta ja erityisesti isojen asiakasmassojen toiminnasta palvelussa.

Digitalisoidun asiakaskokemuksen johtamista tietoon perustuen voidaan pitää kuitenkin yhtenä esiselvityshankkeen merkittävimmistä tuloksista, sillä se kertoo selkeimmin matkailualan kehityksen suunnasta juuri teknologioiden osalta. Asiakaskokemuksen analysointi ja tutkiminen avaavat uusia mahdollisuuksia tuottavuuden ja laadun aikaan saamiseksi, kun tiedetään mitä ja miten asiakkaat todellisuudessa tekevät palvelussa ja mihin kiinnostus suuntautuu. Varsinaiset kehittämistarpeet kohdentuvat digitalisoidun asiakaskokemuksen johtamisessa mittaamisen monipuolistamiseen, mittaamisen tarkentamiseen, tekoälyn käyttöön mittauksissa ja tiedon hallinnassa sekä ylipäänsä tämän kehityssuunnan perustan kehittämiseen (kyky mitata, kerätä ja analysoida tietoa asiakaskokemuksesta).

Hallinto ja tukiprosessien tehostaminen

Yrityksillä on yleistä ja jopa akuuttia tarvetta **uusien teknologioiden hyväksi käyttöön toimistopuolen tehtävissä ja kiinteistöhuollossa**. Näiden asiakkaille näkymättömien mutta yrityksille elintärkeiden tukitoimintojen automatisoinnilla on mahdollista poistaa turhaa ihmistyötä ja parantaa työn laatua. Esimerkiksi toimistorutiineista puhuttaessa eräs haastateltu totesi, että hän ”miehellään jättäisi sellaisen työn pois, jonka järjestelmä tekisi paremmin ja luotettavammin”. Vaikka tukitoimintojen automatisointiin on markkinoilla jo olemassa toimivia ratkaisuja, ongelmana näyttäisi olevan puolueettoman tiedon saanti siitä, mikä järjestelmä olisi juuri yrittäjän tarpeisiin parhaiten sopiva tai sellaiseksi räätälöitävissä oleva. Hallinnon tehostamisessa esiin nousi esimerkiksi taloushallinnon ohjelman hankkiminen, mutta ongelmaksi on muodostunut se, että yrittäjillä ei ole tietoa sopivasta ratkaisusta. Kiinteistöhuoltoa, turvallisuutta ja käyttöä säätelevien teknologioiden kehityssuunta nousee esiin selkeästi. Maalämpökaivojen mittausturvat, kiinteistön lämpötilaa ja ilmastointia säättävät sensorit, turvallisuudesta huolehtivat avainkoodit ja valvontakamerat ovat jo osalle toimijoista arkipäivää. Näiden teknologioiden tarkoitus on varmistaa asiakkaan turvallisuus, asiakaskokemuksen toteutuminen ja kiinteistön eri laitteiden toimivuus. Tukitoimintojen automatisoinnin jatkamisen tarve on

ilmeinen juuri ydintoimintaan keskittymisen vuoksi. Tähän kehityssuuntaan liittyen kaikki ratkaisuihin liittyvä tieto koettiin tärkeäksi, kokemus- ja käytöstä syntyvän tiedon arvo nähtiin merkittävänä. Yritykset kaipasivat tietoa sopivista hallinto- ja tukitoimien ratkaisuista hyötyineen, sekä yhä parempaa teknologian tuottavuutta (tehokkaammat ja tarkemmat laitteistot). Hallinto- ja tukiprosessien automatisoinnin kehityskulku on yleinen trendi, jossa ratkaisuja on saatavilla runsaasti. Yritykset ovat valmiita panostamaan tukitoimien laatuun vapauttaakseen itsensä ydintoimintaan.

Teknologian mahdollisuudet ja kiinnostuksen kohteet

Seuraava taso kehittämistarpeissa ja tuloksissa olivat yritysten kuvaamat kiinnostuksen kohteet eli teknologian mahdollisuudet. Matkailuyritysten kiinnostuksen kohteissa esiin nousivat erilaiset automatisoitavat palvelukokonaisuudet, jotka perustuivat yritysten omiin näkemyksiin – kuitenkin niin, että yrityksillä ei ollut varsinaista aikomusta ainakaan lähiaikoina suunnata aihioihin. Kehittämisaihioita olivat ravintoloiden tilaus- ja ruokaprosessien automatisointi, majoituspalvelun automatisointi ja personointi, autonomisten ajoneuvojen pilotti, drone-teknologian monipuolinen käyttö sekä palveluympäristön (hiihtokeskukset) ja palvelujen kehittämiseen liittyvät yksittäiset kiinnostuksen kohteet.

Ravintoloiden tilaus- ja ruokaprosessien automatisointi voi pitää sisällään esimerkiksi ruuan mobiilitilauksen kehittämistä. Mobiilisovelluksiin on mahdollista liittää esimerkiksi kanta-asiakkaille personoituja tarjouluehdotuksia ja hintatarjouksia. Ruokaprosesseissa uusia teknologioita voitaisiin hyödyntää itse ruuan valmistuksessa (hampurilaisrobotit yms.) sekä keittiön hygieniatason ja ruokaturvallisuuden valvonnassa. Ruuan materiaalien tilauksen ja valmistuksen optimointi suhteessa kysyntään on haastavaa, joka johtaa usein ruuan hävikkiin. Ruokaprosessien automatisoinnissa aina tilauksesta valmistukseen kyettäisiin pienentämään hävikkiä ja optimoimaan työn suunnittelua paremmin. Työvoiman ja varsinkin sesonkityövoiman saanti on monille ravintoloille haasteellista, joten erilaiset automatisointiratkaisut olisivat tarpeen tästäkin näkökulmasta. Suurin osa ravintoloiden tilaus- ja ruokaprosessien automatisoinnista kohdistuisi asiakkaalle näkymättömiin tukitoimintoihin.

Ravintolan tilaus- ja ruokaprosessien automatisoinnin tavoin haastatteluissa esille nousi **majoituspalvelun automatisoinnin ja personoinnin** mahdollisuus, jossa kyse on asiakkaan tunnistamisesta ja nopeutetusta sisäänkirjautumisesta esimerkiksi kuvantunnistuksen keinoin, majoituspalvelun käyttöönoton helpottamisesta tunnistautumiseen pohjautuen (avaimet), viihteen personoinnista (audiovisuaaliset laitteet) ja hotellihuoneen personoinnista (saatavat alueen palvelut, majoitusliikkeen omat palvelut, sisustus). Myös isommissa

hotelleissa siivoamisen automatisointi robotin avulla nähtiin mahdollisena ja todennäköisenä. Majoituspalvelusta voidaan automatisoida osia (asiakkaan tunnistaminen, sisäänkirjautuminen, käyttöönotto, huoneen käyttö) tai koko prosessi. Majoituspalvelun automatisointi kohdistuisi suurimmaksi osaksi asiakaskokemuksen mahdollistamiseen eli tukitoimiin.

Robottibussien tai -autojen eli autonomisten ajoneuvojen käyttökelpoisuutta voitaisiin testata Vuokatin ja Sotkamon keskustan välisellä reitillä tai ylipäänsä Vuokatin sisäisessä liikenteessä sekä Idän Taigan alueella erilaisten elämyspalveluyrittäjien toiminnan tukena kuljettamassa asiakkaita palvelujen välillä. Maastokelpoiset autonomiset ajoneuvot sopisivat myös ohjelmapalvelujen tuottamiseen moottorikelkkojen ja mönkijöiden tavoin. Autonomisten ajoneuvojen osalta on esimerkiksi Lapissa pilotoitu ajoneuvoja erikoisluvalla, mutta yleisten arvioiden mukaan matkaa autonomisten ajoneuvojen pääsille liikenteeseen on vuosikymmeniä. Autonomisten ajoneuvojen epärealistisesta tulevaisuudennäkymistä huolimatta aihe herätti varsin paljon kiinnostusta ja mahdollisuuksia parantaa suurten etäisyyksien logistiikkaa ja kuljetuksia nähtiin merkittävästi. Autonomisten ajoneuvojen pilotointi voisi eräiden yritysten näkemysten mukaan myös auttaa Kainuussa sijaitsevan Skodan taustakonsernin toiminnan kehittymistä niin imagollisesti kuin toiminnallisestikin. Autonomiset ajoneuvot olisivat rooliltaan asiakkaan näkyvässä olevia, mutta ennen kaikkea tukifunktio asiakkaan saamiseksi palveluun.

Eräs erityinen keskusteluissa esiin tullut kehittämisaihio on **hiihtokeskusten älykkäät rinnepalvelut**. Lisäämällä rinteiden lumetusjärjestelmien automaatiota on mahdollista säästää työ- ja energiakustannuksia ja tuottaa samalla parempaa laatua. Rinnepalveluissa uusia teknologioita voitaisiin soveltaa myös kehittämällä robottivasteista suksien huoltoa, suksivuokraamotoimintaa tai analysoimalla tekoälyalgoritmeilla lippuporteiltalta kertyvää dataa hissijonojen synnyn ennakoimiseksi ja ehkäisemiseksi. Myös kaluston huolto nähtiin mahdollista toteuttaa automatisoidun huoltolinjaston keinoin. Sinänsä älykkäiden rinnepalveluiden mahdollisuuksissa ei otettu kantaa, ovatko kuvatut toimet investointeina kannattavia tai mikä on rinnekeskuksen optimikoko investoinnin hyötyjen saavuttamiselle. Älykkäät rinnepalvelut kohdistuisivat palveluympäristön tukemiseen, tukitoimintojen asiakkaalle näkymättömän osan automatisointiin tai asiakkaiden ohjaamiseen palvelussa.

Kiinnostuksen kohteista yksi herätti huomattavan määrän monipuolisia käytön mahdollisuuksia. **Drone-ratkaisut** nähtiin mahdollisina mm. karhujen paikantamisessa ja erilaisissa logistisissa tarkoituksissa (ruokien kuljettaminen maastoon tai kauppapalvelujen toimittaminen elämysyrityksille). Drone soveltuisi niin ikään safariturvallisuuden parantamiseen ilmasta tehdyllä valvonnalla tai tehostamaan huollon laatua kuvantamalla ilmasta käsin esimerkiksi laskettelurinteiden hissitolppia huoltotarpeen määrittämistä varten. Drone-

ratkaisuja käytettiin jo jossain määrin markkinoinnin apuvälineinä. Drone-perusteiset palvelut kohdistuisivat tukitoimintoihin eli asiakaskokemuksen mahdollistamiseen.

Yksittäisiä teknologian erityisiä käyttömahdollisuuksia olivat **karhujen ruokinnan osa-automatisointi, aula-robotin** käyttö tapahtuma-asiakkaiden vastaanotossa edelläkävijyyden korostamiseksi sekä **eksoskeletonien** käyttö erityisryhmien tukemisessa (paraurheilijat, liikuntarajoitteiset).

Uudet ideat

Uudet ideat ovat haastattelu- ja työpajakeskusteluissa syntyneitä uusia avauksia, jotka yritykset nostivat esiin mahdollisina tulevaisuuden toimintoina teknologian avulla.

Yhtenä keskeisimmistä uusista ideoista tuloksissa nousi esiin **datavetoisen matkailualueen markkinoinnin kehittäminen**, jossa asiakas tunnistetaan ja asiakkaan toimintaa ja mielenkiinnon kohteita voidaan seurata matkailualueella aina varauksista itse toimintaan eri palveluissa. Tämä edellyttäisi siis erilaista tietoa tuottavien kanavien ja järjestelmien tiedon kokoamista, käsittelyä ja analysointia yhteisesti esimerkiksi tekoälyyn pohjautuen. Datavetoisen markkinoinnin hyödyt olisivat asiakkaan reaalisessa kiinnostuksen kohteiden seurannassa, tähän reagoinnissa kohdennetun markkinoinnin keinoin ja erilaisten trendien sekä kehittämismahdollisuuksien tunnistamisessa datasta. Yksi konkreettinen tämän aihion muoto voisi olla alueellinen ”tietopankki”, jonka käytön pelisäännöistä sovittaisiin matkailualueella yritysten kesken. Datavetoinen aluemarkkinointi olisi nopeampaa, reagoivampaa ja tarkempaa asiakkaiden tavoittamisessa, sekä erityisesti toiminnan kehittämisessä. Myös alueelle saatujen asiakkaiden ”kierrättäminen” palvelusta toiseen voisi tehostua.

Datavetoista markkinointia sivuaa myös uusi idea **alueellisista opastetauluista**, jotka olisivat interaktiivisia ja asiakaspalveluun kykeneviä. Opastetaulujen esikuva on Helsingin Kalasatamassa oleva maahanmuuttajaviraston automatisoitu tulkkauspalvelu, jossa asiakasta voidaan palvella 90:llä eri kielellä samanaikaisesti. Matkailukäytössä tämä auttaisi esimerkiksi kiinan kielisten palvelujen tuottamisessa, alueen erilaisten palvelujen esille tuomisessa ja myynnin tehostamisessa. Eräs yrittäjä kommentoikin, että ideaan on yhdistettävä myynti eli ostomahdollisuus. Uuden sukupolven opastetaulu kykenisi siis palvelemaan asiakkaita samanaikaisesti kielivaatimukset huomioiden.

PK-yritysten keskeinen ongelma on resurssipula, joka pakottaa yritykset niin elämyspalveluissa kuin aktiiviteeteissakin keskittymään siihen, minkä ne parhaiten osaavat eli asiakkaan kohtaamiseen ja asiakaskokemuksen tuottamiseen. Kun matkanjärjestäjien ja muiden tahojen lähettämien tarjousten vastausaikataulu on

tiukka, saattavat yrittäjien vastaukset siksi viipyä, mikä voi johtaa kauppojen menettämiseen ja tulevaisuudessa luotettavuuden ja maineen heikkenemiseen. Tähän ongelmaan ratkaisuna nähtiin PK-yrityksille suunnattu alueellisesti tarjottu ja johdettu **toiminnanohjausjärjestelmä/myynnin ja asiakaspalvelun automatisoitu järjestelmä**, jossa esimerkiksi tarjoukset hyväksyttäisiin annetuissa raameissa ja kalenterivaraukset ja tilaukset tehtäisiin suoraan yrittäjän ja matkanjärjestäjän kalentereihin tarjousten ja tilausten perusteella. Tässä auttaisi algoritmi tai tekoälyperusteinen, eri lähteistä tietoa koostava järjestelmä, jossa PK-yritykset saisivat käyttää sitä aluetoimijan (tai muun toimijan) tarjoamana palveluna. Palvelussa olisi myös osana chatbot tai muu vastaava asiakaspalveluun kykenevä automatisoitu palvelu, joka vastaisi tyypillisiin asiakkaiden ja matkanjärjestäjien kysymyksiin. Kyseinen palvelu vapauttaisi yritykset keskittymään omaan ydintoimintaansa (asiakaskokemuksen johtaminen, asiakaskohtaaminen) ja toisaalta mahdollistaisi jatkuvan kaupankäynnin sekä tehokkaamman resurssien hallinnan.

Tuottavuus ja laatu

Esiselvitysprojektin tuloksena voidaan kuvata, miten kainuulaisten matkailuyritysten kohdentamat kehittämistarpeet ja aikomukset, kiinnostuksen kohteet ja uudet ideat sijoittuvat palvelun laadun ja tuottavuuden kannalta. Yleensä oletetaan, että tuottavuutta parannetaan suuntaamalla kehittäminen tukitoimintoihin, mutta tämä ei ole niin yksiselitteistä. Tukitoimintoja vahvistamalla voidaan päästä myös parempaan laatuun, kun resurssit suunnataan asiakaskokemuksen toteuttamiseen tehokkaammin. Tässä yhteydessä tuleekin huomata, että tuottavuutta ja laatua koskeva kuvaus on vain arvio siitä, miten teknologiat kainuulaisten yritysten kohdennusten perusteella sijoittuvat palvelun tukitoimia ja asiakaskokemusta arvioitaessa.

Hankkeen yritys- ja tarvekartoitus toteutettiin prosessina, jossa selvitettiin ensiksi hankkeeseen sopiva palveluanalyysimalli. Palveluanalyysimalliksi valikoitui Tonderin (2013) palvelujen kehittämisen mallin osa, jossa kuvattiin palvelun kulku asiakkaan silmin ja palvelun jakautuminen asiakkaan näkymään (ns. front office) ja asiakkaalle näkymättömään osaan eli tukitoimintoihin (ns. back office). Analyysimallia käytetään kuvaamaan palvelun organisointia ja prosesseja, ja se soveltui esiselvityshankkeen työkaluksi juuri tästä syystä hyvin.

Taulukkoon 1 on koottu matkailuyrittäjien esittämiä kehittämistarpeita hyödyntämällä Tonderin (2013) front office – back office -jaotusta. Taulukosta nähdään, miten suurin osa matkailun teknologioista sijoittuu tukitoimintojen alueelle ja miten näiden tukiteknologioiden rooli on mahdollistaa varsinainen asiakaskokemus sijoittamalla ihmistyö oletettavasti sille ominaisempaan rooliin lähelle asiakasta (tai autenttisen asiakaskokemuksen tuottamiseen). Teknologia taasen on parhaimmillaan toistettavissa ja ennustettavissa tehtävissä ja erityisesti tekoälyn ja robotiikan osalta datan käsittelyä vaativissa tehtävissä. Teknologia kykenee parempaan

tarkkuuteen, luotettavuuteen ja suuremman tietomäärän hallintaan kuin ihminen. Siksi suurin osa kainuulaisten yritysten teknologian käytön kehittämistarpeista ja aikomuksista, kiinnostuksen kohteista ja uusista ideoista voidaan nähdä varsinaista asiakaskokemusta tukevinä, vahvistavina tai analysoivina kokonaisuuksina.

Taulukko 1. Tulosten ryhmittely painopisteen mukaan.

Tukitoiminnon painopiste (Back office)	Asiakkaan näkymän painopiste (Front office)
<ul style="list-style-type: none"> • asiakaspalautteesta oppiminen • dynaaminen hinnoittelu • kohdennettu markkinointi • ruokaprosessien automatisointi • autonomiset ajoneuvot • hallinnon tuki- ja huoltotoimet • älykkäät rinnetoiminnot • datavetoinen aluemarkkinointi • PK-yritysten alueellinen toiminnanohjausjärjestelmä • Drone-ratkaisujen käyttö • asiakaskokemuksen analysointi ja digitalisointi 	<ul style="list-style-type: none"> • majoituspalvelun automatisointi ja personointi • VR-markkinointi • AR-elämykset

Tulokset ovat täysin linjassa esimerkiksi Linturin ja Kuusen (2018) tulevaisuuden elämyksiä ja matkailun teknologioita kuvaavissa perusteluissa. Tässä esiselvitysprojektissa laatua ja tuottavuutta pohdittiin ainoastaan kuvaavasti, koska kyseessä on esiselvitys. Pilotointi ja hyötyjen mittaaminen varsinaisen tuottavuuden tai laadun kuvaamiseen vaatisi teknologioiden käyttöä ja kokeilua. Tätäkin vaihtoehtoa eräiden yleisimpien teknologioiden (chatbot) osalta pohdittiin hankkeen aikana, mutta kokeilujakso jätettiin tekemättä sen ollessa budjetti- ja aikaraameissa toteuttamiskelvoton.

Mainittakoon, että jokaisessa palvelussa on luonnollisesti vaiheita, joissa on olemassa asiakkaan näkymä, mutta myös tukitoimia. Samassa palvelussa voi siis olla osia, joissa on vaiheita asiakkaan näkymässä ja vaiheita tukitoimissa. Tässä yhteydessä jakoa tukitoimiin ja asiakkaan näkymään on tehty taulukossa 1 pääasiassa niiden roolin ja tarkoituksen perusteella eli mikä osa kyseisen palvelun työstä lopulta automatisoitaisiin (missä teknologia on avuksi). Erityisesti pienet elämyspalveluyritykset painottavat palveluissaan asiakaskokemuksen autenttisuutta ja suuntaavat oman työnsä asiakaskokemuksen toteuttamiseen. Teknologialle jää

näin tukitoiminnon ja mahdollistajan rooli. Kehityksen suunta on kuitenkin nähtävissä paitsi teknologiakatsausten, myös hankkeen yrityshaastattelujen perusteella. Asiakaskokemuksen aiempaa parempi tunteminen, mittaaminen, analysointi ja myös vahvistaminen ovat nähtävissä.

Johtopäätökset tuloksista

Esiselvitysprojektissa saatiin selville kainuulaisten matkailuyritysten kehityksen tila ja kehityksen suunta, olemassa oleva teknologia ja ratkaisut, sekä palvelujen kehittämisen tarpeet. Tarpeet ovat luonteeltaan yritysten itsensä kuvaamia ja arvioimia, mikä lähtökohtaisesti on se todellisuus, jossa yritykset elävät. Teknologia näyttää olevan enimmäkseen kainuulaisissa yrityksissä tukitoimintojen ja tai asiakaskokemuksen mahdollistajan roolissa. Myös yleinen kehitys tukee tätä kehityslinjaa. Kainuulaiset matkailuyritykset ovat ainakin markkinoinnin kehityksen osalta hyvin kehityksessä mukana, uusiakin ratkaisuja on tulossa käyttöön.

Vaikka hankkeessa ei ollut tarpeen kuvata yrityskohtaisia eroja esimerkiksi siten, että elämyspalveluyrityksen tai majoituspalvelun osalta tehtäisiin näkyväksi eroja, voidaan tulosten pohjalta sanoa kuitenkin, että nimenomaan kainuulaisille matkailualan pienille yrityksille oli tyypillistä, että pienen kokonsa ja asiakasta lähellä (elämyspalvelut) olevan palvelunsa vuoksi kehittämistarpeita nähtiin olevan enimmäkseen aluetason ideoissa. Teknologia vaatii investointeja, ja niukkojen resurssien vallitessa yhteistoimintamallit voivat olla hyvä ratkaisu. Yleensä ottaen yrityskohtaisia tarpeita oli luonnollisesti kuitenkin enemmän kuin aluetason tarpeita, aluetason ratkaisut olivat luonteeltaan uusia ideoita.

Yhtenä tuloksena voidaan kuvata, miten matkailuyrityksen kannattavuutta ja laatua voitaisiin kehittää tekoälyn ja robotiikan, sekä lisätyn todellisuuden ja virtuaalitodellisuuden avulla. Kannattavuus paranee, kun yritys voi tuottaa yhä laadukkaampaa palvelua keskittämällä resurssinsa ydintoimintaan eli asiakaskokemuksen tuottamiseen. Tämä on linjassa palvelun tutkimuksen kanssa (mm. Tonder 2013). On kuitenkin huomattava, että varsinainen laadun ja kannattavuuden kehittäminen edellyttäisi teknologian pilotointia, mittauksia ja käyttäjähöyryjen tarkempaa kartoittamista kukin aihio kerrallaan. Tulosten osalta voidaan siis vain hahmotella, miten tuottavuus ja laatu voisivat teknologian avulla lisääntyä – toisin sanoen, millaisia teknologisia palveluita tulevaisuudessa on käytössä.

Yksi tulos on myös matkailuyritysten lisääntynyt osaaminen tai ymmärrys, mitä tekoäly, robotiikka, lisätty todellisuus ja virtuaalitodellisuus ylipäänsä ovat, millaisia ratkaisuja on olemassa ja mihin niitä voi käyttää. Myös tekoälyn ja robotiikan yleinen kehityssuunta kuvataan hankkeen teknologiakatsauksessa. Suomi on avannut hankkeen aikana oman tekoälyohjelmansa, joten hanke tukee tätä kehitystrendiä matkailun osalta Kainuussa.

Tekoäly vaatii ollakseen hyödyksi erilaisia datan lähteitä. Kainuulaisten yritysten osalta edellytykset kerätä dataa ovat niin kyselyn kuin haastattelujenkin perusteella olemassa ainakin markkinoinnin digitaalisissa ratkaisuissa. Teknologinen kehitysvaihe on suuntaamassa uusien mittaustapojen suuntaan, mikä tarkoittaa mahdollisuuksia tuottaa tietoa esimerkiksi asiakaskokemuksesta yhä tarkemmin.

Lähteet

Huusko, P. (toim.) (2019). Tulevaisuuden teknologiat matkailussa – Esiselvitys. *Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B Raportteja ja selvityksiä 97*. 71 s.

Linturi, R. & Kuusi, O. (2018). Suomen sata uutta mahdollisuutta 2018-2037. Yhteiskunnan toimintamallit uudistava radikaali teknologia. *Eduskunnan tulevaisuusvaliokunnan julkaisu 1/2018*. 124 s.

Tonder, M. (2013). *Ideasta kaupalliseksi palveluksi: Matkailupalvelujen tuotteistaminen*. 120 s. Restamark Oy, Helsinki.

Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020



VALTO-HANKKEELLA VAPAA-AJANASUMISESTA LIKETOIMINTAA

Jari Järviluoma, matkailututkija, Kajaanin ammattikorkeakoulu
Pekka Kauppila, matkailututkija, Kajaanin ammattikorkeakoulu
Mikko Keränen, projektipäällikkö, Kajaanin ammattikorkeakoulu

Johdanto

Vapaa-ajan asuminen ja mökkeily kuuluvat keskeisellä tavalla suomalaiseen elämäntapaan. Suomessa oli Tilastokeskuksen mukaan vuonna 2018 kaikkiaan 509 800 kesämökkiä (Tilastokeskus 2019a), mikä väkilukuun suhteutettuna on 92 mökkiä jokaista tuhatta asukasta kohden. Kesämökkejä myös käytetään suhteellisen aktiivisesti, keskimäärin 79 vuorokautta vuoden aikana. Kun vapaa-ajan asumista tarkastellaan kokonaisuutena sekä paikallisten että ulkopaikkakuntalaisten mökkeilijöiden kulutus huomioon ottaen, mökkeilyyn käytettiin vuonna 2014 valtakunnan tasolla yhteensä noin 6,2 miljardia euroa. Tästä kokonaissummasta suurimpia kuluja olivat mökkien korjaus (1,7 mrd. €), päivittäistavarat (1,4 mrd. €), matkat (1,2 mrd. €) sekä kiinteistökaupat (0,7 mrd. €). Mökkeilyn työllisyysvaikutusten arvioitiin olevan kaikkiaan noin 60 000 työpaikkaa (Finnish Consulting Group Oy 2016).

Matkailun ja sen talousvaikutusten näkökulmasta vapaa-ajan asumisessa ovat oleellisia nimenomaan ulkopaikkakuntalaisten omistamat vapaa-ajanasunnot ja niiden käyttö. Ulkopaikkakuntalaisten vapaa-ajanasujien synnyttämästä matkailutulo- ja työllisyysvaikutuksista ei ole saatavissa kattavaa paikallistason tietoa, mutta muutamien julkaistujen tutkimusten pohjalta mökkeilyn talousvaikutukset ovat hyvinkin merkittäviä. Esimerkiksi Pohjois-Savossa maakuntatasolla vapaa-ajan asumisen synnyttämän välittömän matkailutulon arvioitiin vuonna 2013 olleen lähes 100 miljoonaa euroa, josta noin puolet kohdistui vähittäiskauppaan (Lassila 2015). Näin ollen ei ole yllättävää, että varsinkin syrjäseuduilla ulkopaikkakuntalaisten vapaa-ajan asumisen nähdään elvyttävän paikallista elinkeinoelämää ja kuntataloutta. Monissa kunnissa pyritään myös houkuttelemaan uusia vapaa-ajanasukkaita ja kannustamaan nykyisiä muuttamaan pysyvästi vapaa-ajanasunolleen (Adamiak ym. 2015).

Ulkopaikkakuntalaisten vapaa-ajan asuminen, matkailullinen vapaa-ajan asuminen, on siis osa matkailu-ilmiötä: se tuo paikkakunnan aluetalouteen ulkopuolista rahaa ja on siten rinnastettavissa vientiteollisuuteen. Vapaa-ajan asumisella on taloudellisen ulottuvuuden lisäksi vahva sosiaalinen ulottuvuus, sillä mökkeily virkistää ja elävöittää paikkakunnan sosiaalista elämää paikallisten ja vapaa-asukkaiden erilaisten kohtaamisten

kautta. Ulkopaikkakuntalaiset vapaa-ajanasukkaat ovat osa-aikakuntalaisia ja siten potentiaalisia tulevaisuuden muuttajia. Tämä korostuu erityisesti muuttotappiosta kärsivällä perifeerisellä maaseudulla. Tulevaisuudessa ihmisten liikkuvuus ja monipaikkaisuus tulee lisääntymään, mikä koskee myös vapaa-ajan asumista.

Näistä lähtökohdista ja kuntien aloitteellisuuden seurauksena Kajaanin ammattikorkeakoulussa (KAMK) käynnistettiin vuoden 2019 alussa kaksi vuotta kestävä VALTO-hanke (Vapaa-ajan asumisesta liiketoimintaa). Hankkeeseen osallistuu kaikkiaan kymmenen kuntaa: Kainuusta Hyrynsalmi, Kuhmo, Sotkamo ja Suomussalmi sekä Pohjois-Pohjanmaalta Kalajoki, Kuusamo, Oulu, Pudasjärvi, Taivalkoski ja Vaala. Hanketta osarahoittavat Kainuun ja Pohjois-Pohjanmaan ELY-keskukset Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelmasta (EAKR) 2014-2020. Budjetti on 177 400 euroa, josta tukirahoituksen määrä 124 467 euroa. Muu rahoitus tulee Kajaanin ammattikorkeakoululta sekä mukana olevilta kunnilta.

Tässä artikkelissa esitellään tiivistetysti VALTO-hankkeen suunnitelman mukaiset tavoitteet, työpaketit ja toimenpiteet. Artikkelin loppuosassa kuvataan tiedontuotannossa hyödynnettyjä tilasto- ja kyselyaineistoja, joihin hankkeen käytännön toimenpide-esitykset ja kehittämistoimet myöhemmässä vaiheessa pitkälti tukeutuvat.

VALTO-hankkeen tavoitteet, työpaketit ja toimenpiteet

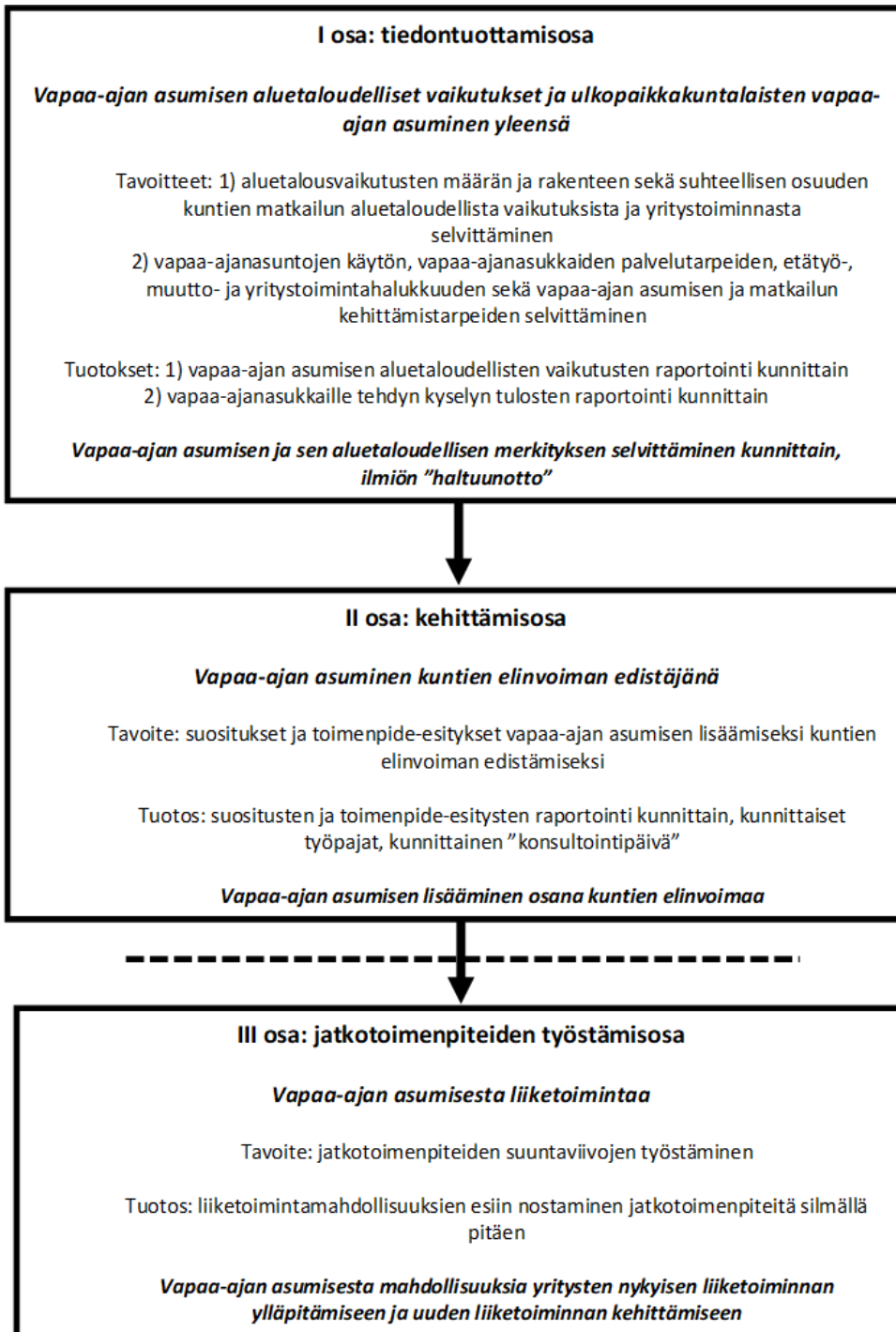
Hankkeen tarkoituksena on edistää ulkopaikkakuntalaisten vapaa-ajan asumisen tarjoamia liiketoimintamahdollisuuksia kuntien elinvoiman lisäämiseksi. Hankkeen tavoitteet ja niihin liittyvät työpaketit ovat seuraavat:

- 1) Ensimmäisenä tavoitteena on tuottaa tietoa hankkeen kohdekunnille ja yrityksille vapaa-ajan asumisen aluetaloudellisesta merkityksestä ja roolista aluetaloudessa (*Työpaketti 1: Tiedon tuottaminen*). Aluetaloudellisten vaikutusten mittaamiseen luodaan työkaluja, jotka perustuvat ulkopaikkakuntalaisille vapaa-ajanasunnon omistajille suunnattuihin kyselyihin sekä erilaisiin tilastolähteisiin. Mittaamisen ohella työkaluja kehitetään myös vapaa-ajan asumisen talousvaikutusten seurantaan sekä ennustamiseen ja arviointiin. Mittaamismallissa, seurantamallissa sekä ennuste- ja arviointimallissa hyödynnetään osaksi Kajaanin ammattikorkeakoulussa luotua matkailun aluetaloudellisten vaikutusten CoReFor-menetelmää (ks. Kauppila 2018), josta esitetään hankkeessa vapaa-ajan asumisen aluetaloudellisten vaikutusten sovellus. Vapaa-ajanasunnon omistajille suunnatussa kyselyssä tiedustellaan aluetaloudellisten vaikutusten mittaamiseen tarvittavien rahankäyttötietojen lisäksi vapaa-ajanasukkaiden palvelutarpeita sekä kiinnostusta ja mahdollisuuksia esimerkiksi etätyöhön, paikkakunnalle muuttoon tai elinkeinotoiminnan harjoittamiseen. Tiedontuottamisosassa ”otetaan ilmiö hal-

tuun”, eli määritetään matkailullisen vapaa-ajan asumisen aluetaloudellisten vaikutusten määrä, rakenne ja suhteellinen osuus kuntien matkailusta ja yritystoiminnasta sekä vapaa-ajanasuntojen käyttö, palvelutarpeet, etätyö-, muutto- ja yritystoimintahalukkuus sekä vapaa-ajanasumisen ja matkailun kehittämissuhteet.

- 2) Hankkeen toisena tavoitteena on määrittellä vapaa-ajan asumisen ja kuntien elinvoiman edistämiseen tähtäävät suositukset ja toimenpide-esitykset (*Työpaketti 2: Kehittäminen*). Osion toteutuksen yhteydessä järjestetään kunnittaisia työpajoja, joissa esitellään ja jalostetaan ensimmäisen työpaketin tuloksia. Työpajoihin kutsutaan paikallisten mökkitoimikuntien ja yrittäjäjärjestöjen edustajia, kuntapäätäjii ja muita sidosryhmiä. Työpajojen antina syntyvät suositukset ja toimenpide-esitykset raportoidaan kuntakohtaisesti. Raportin suosituksista ja toimenpide-esityksistä keskustellaan vielä erikseen kunnittaisten konsultointivierailujen yhteydessä.
- 3) Kolmantena tavoitteena on työstää jatkotoimenpiteitä liittyen erityisesti siihen, minkälaisia mahdollisuuksia vapaa-ajan asuminen tarjoaa yritysten nykyisen liiketoiminnan ylläpitämiseen ja uuden liiketoiminnan kehittämiseen (*Työpaketti 3: Jatkotoimenpiteet*). Jatkotoimenpiteiden työstämisosassa esitetään suuntaviivoja siitä, kuinka tämän hankkeen suosituksia ja toimenpide-esityksiä voidaan jalostaa yrityksille nykyisen liiketoiminnan ylläpitämiseen ja uuden liiketoiminnan kehittämiseen. Liiketoimintaideoita työstetään yhteistyössä yritysten sekä kuntien elinkeinotoimien ja kehitysyritysten kanssa.

Työpaketit etenevät ”tiedosta liiketoimintaan” -periaatteen mukaisesti. Ensin tarvitaan tietoa ilmiöstä, minkä jälkeen tieto jalostuu kehittämistoiminnaksi ja kehittämistoiminnan tuloksena syntyy liiketoimintaa. Tätä prosessia havainnollistaa kuva 1.



Kuva 1. Hankkeen rakenne, tavoitteet ja tuotokset

VALTO-hankkeen yksityiskohtaiset toimenpiteet ovat seuraavat:

- 1) Vapaa-ajan asumisen aluetaloudellisten vaikutusten tutkimiseen työkalujen luominen ja aluetaloudellisten vaikutusten selvittäminen (matkailutulo, matkailutyöllisyys, kuntien verotulo, kiinteistövero-rotuotto) kohdekunnissa.
- 2) Matkailun aluetaloudellisten vaikutusten päivittäminen niiden kuntien osalta, joista on saatavissa aikaisemmin julkaistua tietoa matkailun aluetaloudellisista vaikutuksista. Päivitysten tulokset ovat luettavissa keväällä 2019 valmistuneista julkaisuista (Kauppila 2019a; 2019b). Ensin mainittu julkaisu tarkastelee Kalajoen, Kuusamon, Oulun, Pudasjärven ja Vaalan matkailun aluetaloudellisia vaikutuksia ja jälkimmäinen Sotkamon matkailutaloutta.
- 3) Ulkopaikkakuntalaisten omistamien vapaa-ajanrakennusten mökkivuorokausien selvittäminen kohdekunnissa.
- 4) Kuntien elinkeino- ja matkailustrategioista vapaa-ajan asumisen roolin alueen elinvoimaisuudessa selvittäminen.
- 5) Vapaa-ajan asuntojen käytön lisäämisen selvittäminen.
- 6) Vapaa-ajan asukkaiden elinkeinotoiminnan harjoittamisen, etätyön ja muuttohalukkuuden selvittäminen.
- 7) Vapaa-ajan asukkaiden palveluiden käytön ja palvelutarpeiden selvittäminen.
- 8) Vapaa-ajan asukkaiden näkemysten ja mielipiteiden selvittäminen koskien vapaa-ajan asumisen lisäämistä ja kuntien elinvoiman kehittämistä.
- 9) Kunnittaisten suositusten ja toimenpide-esitysten laatiminen kuntien elinvoiman lisäämistä silmällä pitäen.
- 10) Kunnittaisten työpajojen järjestäminen (yhteensä 10 kpl kunnittaisia päiviä).
- 11) Kunnittaisen konsultointipäivän järjestäminen (yhteensä 10 kpl kunnittaisia päiviä).
- 12) Raporttien (8 kpl) ja lehtikirjoitusten (4 kpl) kirjoittaminen sekä esitelmien pitäminen hankkeen tuloksista.
- 13) Loppuseminaarin järjestäminen.
- 14) Jatkotoimenpiteiden suuntaviivojen työstäminen.

Aikataulullisesti hankkeen tiedontuottamisosa ja siihen liittyvät toimenpiteet ajoittuvat pääasiassa vuoteen 2019. Kerätyn tiedon pohjalta hanke etenee vuonna 2020 hankkeen kehittämisosaan ja jatkotoimenpiteiden työstämisosaan (kuva 2).

VALTO-hanke	2019												2020											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Aikataulu																								
Työpaketti 1: Tiedontuottamisosa Vapaa-ajan asumisen aluetaloudelliset vaikutukset																								
Hankeprosessin valmistelu																								
Aluetalousvaikutusten päivitys																								
Vapaa-ajan asumisen aluetalousvaikutukset																								
Kysely vapaa-ajanasukille																								
Elinkeino- ja matkailustrategioiden analysointi																								
Työpaketti 2: Kehittämisosa Vapaa-ajan asuminen kuntien elinvoiman edistäjänä																								
Suosituksien ja toimenpide-esitykset																								
Työpajat																								
Konsultoinnit																								
Työpaketti 3: Jatkotoimenpiteiden työstäminen																								
Jatkotoimenpiteiden työstäminen																								
Projektihallinto																								
Raportoinnit																								
Ohjausryhmät																								

Kuva 2. Hankkeen toimenpiteiden aikataulu.

VALTO-hankkeen tilasto- ja kyselyaineistot

Tilastot

VALTO-hankkeen kannalta on välttämätöntä tietää, kuinka paljon ulkopaikkakuntalaisten omistamia vapaa-ajanasuntoja hankkeen kohdekunnissa on. Kyseiset tiedot saatiin Tilastokeskuksen [kesämökkitalastosta](#) erillistilauksena keväällä 2019. Vapaa-ajanasuntojen määrätieto koskee vuotta 2018. On huomattava, että määrätieto saadaan vain niistä vapaa-ajanasunnoista, joista on mahdollista määrittellä omistajan kotikunta. Tämä koskee yksityisiä vapaa-ajanasunnon omistavia henkilöitä. Kotipaikan sijaintitiedon ulkopuolelle jääneisiin vapaa-ajanasuntoihin sovelletaan yksityisten vapaa-ajanasuntojen ulkopaikkakuntalaisten osuutta. Tämä siis yleistetään kattamaan kaikkia kunnassa sijaitsevia vapaa-ajanasuntoja, ja näin määritellään ulkopaikkakuntalaisten omistamien vapaa-ajanasuntojen määrä kunnan kaikista vapaa-ajanasunnoista. Matkailullisen vapaa-ajan asumisen välittömät tulovaikutukset määritetään yhdistämällä ulkopaikkakuntalaisten vapaa-asuntojen määrätiedot kyselyaineistoista saatuihin rahankäyttötietoihin, joista poistetaan arvonlisävero.

Matkailullisen vapaa-ajan asumisen välittömän matkailutyöllisyyden (htv.) mittaamiseen tarvitaan toimialoitainen liikevaihto/työllisyys-suhde. Toimialojen liikevaihdon ja työllisyyden (htv.) perustana on [alueellisen yritystoimintatilaston kunnittainen toimipaikkatilasto](#) (Tilastokeskus 2019a). Alueellinen yritystoimintatilasto

kuvaava Suomessa toimivien yritysten toimipaikkojen rakennetta ja toimintaa alueittain, toimialoittain ja kokoluokittain. Tilastoyksikkönä on yrityksen tai muun taloudellista toimintaa harjoittavan yksikön toimipaikka. Toimipaikka voi jo sellaisenaan muodostaa yrityksen (yksitoimipaikkainen yritys) tai sitten olla selkeästi rajattava osa yritystä (monitoimipaikkainen/monitoimialainen yritys). Varsinainen toimipaikka on yhden yrityksen tai yritystyyppisen yksikön omistama, yhdessä paikassa sijaitseva ja pääasiassa yhdenlaisia tavaroita tai palveluja tuottava yksikkö. Varsinaisella toimipaikalla on yleensä sekä henkilöstöä että liikevaihtoa. Toimipaikan alueellisena yksikkönä on sijaintikunta. Toimipaikka-aineisto kattaa lähes kaikki toimialat. Tilastoyksiköiksi valitaan toimipaikat, jotka ovat toimineet yli puoli vuotta ja jotka ovat työllistäneet enemmän kuin puoli henkilöä tai tase ylittää 170 000 euroa tai joiden liikevaihto on ylittänyt vuosittain määritellyn tilastorajan (11 376 euroa vuonna 2017). Henkilöstö sisältää sekä palkansaajien että yrittäjien työpanoksen henkilötyövuosina mitattuna. Esimerkiksi läpi vuoden kokoaikaisena työskennelleen henkilön työpanos vastaa yhtä henkilötyövuotta. Vastaavasti esimerkiksi vuoden ajan puolipäiväisenä työskennellyt henkilö vastaa puolta henkilötyövuotta.

Matkailullisen vapaa-ajan asumisen välittömien työllisyysvaikutusten (htv.) aikaansaamien palkkatulovaikutusten laskemisessa hyödynnetään Tilastokeskuksen (2019b) palkkarakennetilastoja vuodelta 2017. Niistä johdetaan toimialoittaiset kokoajien kokonaisansiot (mediaani) kuukaudessa. Palkkarakennetilasto kuvaa palkansaajien kokonaisansioita ja niiden muodostumista tilastointivuoden viimeisellä kolmanneksella. Palkkarakennetilasto kuvaa siis palkansaajien kokonaisansioita. Kokonaisansio kuvaa säännölliseltä työajalta sekä muulta työajalta, kuten yli- ja lisätyöajalta, maksettua palkkaa. Kokonaisansio sisältää säännöllisen työajan ansion lisäksi yli- ja lisätyöpalkat, päivystys- ja varallaolokorvaukset sekä muut ei-säännöllisesti maksetut lisät. Kokonaisansio ei sisällä kertaluonteisia palkkaeriä, kuten lomarahaa ja tulospalkkioita (Tilastokeskus 2019c).

Matkailullisen vapaa-ajan asumisen välittömien työllisyysvaikutusten aikaansaamien palkkaverotulovaikutusten (kunnallisverotulot) määrittämisessä tukeudutaan Kuntaliiton (2019) efektiivinen veroaste -tilastoon vuodelta 2018. Erilaisten vähennysten johdosta kuntien tuloveroprosentit (nimellinen veroaste) ei vastaa todellista veroastetta kunnissa. Puhutaan efektiivisestä veroasteesta, joka on maksuunpannun kunnallisveron suhde ansiotuloihin. Kunnallisverotuksessa tehdään vähennyksiä veronalaisista ansiotuloista. Tulosta tehtäviä vähennyksiä ovat muun muassa matkakustannukset, tulonhankkimiskulut, ansiotulovähennys ja perusvähennys. Tulosta tehtävät vähennykset vähentämällä saadaan verotettava tulo, josta veron määrä lasketaan

kunnallisveroprosentin mukaisesti. Tämän jälkeen tehdään vähennykset verosta ja näin saadaan maksuunpantavan kunnallisveron määrä. Verosta tehtäviä vähennyksiä ovat muun muassa työtulovähennys, kotilousvähennys sekä asuntolainan koron alijäämähyvitys.

Ulkopaikkakuntalaisille vapaa-ajanasunnon omistajille suunnattu kysely

Tilastoaineistojen ohella VALTO-hankkeen tiedontuottamisosan keskeinen tietolähde on ulkopaikkakuntalaisille vapaa-ajanasunnon omistajille tehty kysely. Kyselyn suunnittelu alkoi vuoden 2019 alussa. Lomakkeen suunnittelussa hyödynnettiin aikaisempia vapaa-ajan asumista ja kesämökkeilyä tarkastelevia tutkimuksia, etenkin vuonna 2016 julkaistua valtakunnallista mökkibarometriä (Finnish Consulting Group Oy 2016). Lukuisien lomakeversioiden ja hankkeen ohjausryhmän kommenttien jälkeen lomake saatiin valmiiksi huhtikuussa. Valmis lomake on pituudeltaan kahdeksan sivua sisältäen valmiiksi strukturoituja ja avoimia kysymyksiä. Lomakkeen kysymykset on jaoteltu kymmeneen osioon: vapaa-ajanasunto, vapaa-ajanasunnon käyttö, vapaa-ajanasunnon sijaintikunnan palvelut, kulutus vapaa-ajanasunnon sijaintikunnassa, etätyö, muuttohalukkuus, yrittäminen vapaa-ajanasunnon sijaintikunnassa, viestintä, kehittämisajatukset sekä viimeisimpänä vastaajan taustatiedot. Kyselyaineiston analysoinnin kannalta ehkä oleellisin yksittäinen kysymys liittyi vapaa-ajanasunnon sijaintikuntaan, jonka avulla saaduista vastauksista pystyttiin poimimaan kutakin hankkeen kohdekuntaa koskevat vastaukset.

Lomakkeesta tehtiin paperiversio ja myös sähköinen versio käyttäen Webropol-kyselysovellusta. Paperiversion erillisessä saatekirjeessä esiteltiin lyhyesti VALTO-hanketta sekä kerrottiin kahdesta vaihtoehdosta kyselyyn vastaamiseen (joko linkin <http://www.kamk.fi/valto> kautta tai palauttamalla paperilomake vastauskuoressa). Saatekirjeessä oli myös vastaamista kannustavan palkinnon arvontalomake, jonka sähköisesti kyselyyn vastanneet halutessaan täyttivät kyselyn lopussa olevan erillisen arvontakyselyn kautta.

Samaan aikaan lomakkeen suunnittelun kanssa Väestörekisterikeskuksesta haettiin tietolupaa vapaa-ajanasuntojen omistajien osoitetietojen saamiseksi. Lupa myönnettiin ja osoitteet saatiin Excel-tiedostona haettujen kriteerien mukaisesti (omistajalla tulee olla vakinainen osoite Suomessa; jos rakennuksella on useampi omistaja, valitaan satunnaisesti yksi 18-vuotta täyttänyt henkilö). Väestötietojärjestelmästä luovutettu tiedosto sisälsi hankkeen kaikkien kymmenen kohdekunnan yksityisten vapaa-ajanasunnon omistajien osoitetiedot, joita oli yhteensä 19 812 kappaletta. Koska osoitteissa oli mukana myös paikallisten kuntalaisten omistamien mökkien omistajat, poimittiin Excel-tiedostosta mökinomistajien kotikuntaa ja vapaa-ajanasunnon sijaintikuntaa kriteereinä käyttäen pelkästään ulkopaikkakuntalaisten mökinomistajien osoitteet. Poiminnan tuloksena osoitteiden kokonaismääräksi tuli 11 135 kappaletta.

VALTO-hankkeen kyselyt lähetettiin ulkopaikkakuntalaisille vapaa-ajanasunnon omistajille kahdessa erässä. Ensimmäinen postitus tehtiin toukokuussa 2019 viikoilla 19 ja 20. Kyselylomakkeet saatteineen, yhteensä 2 227 kappaletta, postitettiin tällöin joka viidennelle ulkopaikkakuntalaiselle mökinomistajalle kunnittain. Kyselyssä on siten systemaattinen otanta. Toinen postitus tehtiin kesäkuussa viikolla 24. Sen tarkoituksena oli aiemman postituksen kunnittaisia palautusprosentteja apuna käyttäen varmistaa, että kaikista kunnista saadaan riittävä määrä, vähintään noin 80 vastausta. Toisessa postituksessa lomakkeita lähetettiin 468 kappaletta. Kuusamon, Pudasjärven ja Vaalan osalta lisäpostituksia ei tehty. Kaikkiaan kyselyitä postitettiin siis 2 695 kappaletta.

Kunnittaiset lähetettyjen ja palautettujen lomakkeiden määrät sekä palautusprosentit ilmenevät taulukosta 1. Analysointikelpoisten vastausten määräksi tuli kaikkiaan 1 005 kappaletta ja palautusprosentiksi 37 %. Annetuista kahdesta vastaustavasta paperilomakkeen palauttaminen osoittautui selvästi suositummaksi, sillä kaikista vastauksista vain joka neljäs palautui sähköisen Webropol-sovelluksen kautta.

Taulukko 1. Lähetettyjen ja palautettujen lomakkeiden määrät sekä palautusprosentit.

Vapaa-ajanasunnon sijaintikunta	Lähetettyjä lomakkeita	Sähköisen kyselyn palauttaneita	Paperilomakkeen palauttaneita	Palautettuja lomakkeita yhteensä	Palautus %
Hyrnsalmi	132	23	53	76	58
Kalajoki	249	22	59	81	33
Kuhmo	253	23	61	84	33
Kuusamo	587	60	164	224	38
Oulu	275	11	67	78	28
Pudasjärvi	350	31	83	114	33
Sotkamo	218	21	65	86	39
Suomussalmi	211	17	72	89	42
Taivalkoski	196	20	61	81	41
Vaala	224	21	71	92	41
YHTEENSÄ	2 695	249	756	1 005	37

Taulukon 1 palautettujen lomakkeiden määrissä ei ole mukana kymmentä tyhjänä palautettua lomaketta. Lomakkeiden tyhjänä palauttamisen syyksi ilmoitettiin yleisimmin se, että vapaa-ajanasunto ei ollut enää vastaajan omistuksessa. Joissakin tyhjänä palautetuissa lomakkeissa vastaajan kerrottiin olevan terveydellisistä syistä estynyt vastaamaan kyselyyn. Hankkeen projektipäällikölle tuli myös noin 20 henkilökohtaista yhteydenottoa puhelimitse tai sähköpostitse, joissa nostettiin esille samantyyppisiä vastaamattomuuden syitä. Lomakkeiden palautusmäärissä ei ole myöskään täytettyjä lomakkeita, joista puuttui mökin sijaintikunta (5 kpl) tai joissa vapaa-ajanasunnon sijaintikunnaksi oli ilmoitettu useampi kuin yksi kunta (2 kpl).

Lopuksi

Vuoden 2019 aikana VALTO-hankkeen tiedontuottamisosa on edennyt suunnitelman mukaisesti. Hankkeessa on kehitetty matkailullisen vapaa-ajan asumisen aluetaloudellisten vaikutusten mittaamismalli, seuranta-malli sekä ennuste- ja arviointimalli, tuotettu päivitettyä tietoa Kalajoen, Kuusamon, Oulun, Pudasjärven, Vaalan ja Sotkamon matkailutaloudesta (Kauppila 2019a; 2019b) sekä toteutettu kysely hankkeen kohdekun-tien ulkopaikkakuntalaisille vapaa-ajanasunnon omistajille. Lisäksi KoillisSanomissa on julkaistu lehtikirjoituk-set matkailun aluetaloudellisten vaikutusten päivitysten keskeisistä tuloksista (Kauppila 2019c) ja vapaa-ajan-asunnon etäisyyden merkityksestä (Kauppila 2019d). Hankkeen tiedontuottamisosan matkailullista vapaa-ajan asumista tarkastelevat tulokset julkaistaan KAMK:n julkaisusarjassa aikataulun mukaisesti vuoden 2020 alussa ja osin jo sitä ennen. Raportit ovat ladattavissa KAMK:n [matkailututkimuksen esittelysivustolta](#).

Aihepiiriltään VALTO-hankkeen tiedontuotannossa ollaan osin uuden äärellä. Tiedontuotannon keskiössä olevia matkailullisen vapaa-ajan asumisen aluetaloudellisia vaikutuksia ei aikaisemmin ole arvioitu kuntata-solla, joten hankkeessa on jouduttu innovoimaan tarkoitukseen sopiva uusi ja muualla testaamaton mittaa-mismalli, seurantamalli sekä ennuste- ja arviointimalli. Uusien mallien pohjana ovat KAMK:n aiempien mat-kailutaloustutkimusten menetelmäratkaisut (ks. Kauppila 2018 ja em. matkailututkimuksen esittelysivusto), joita VALTO-hankkeessa on jalostettu vapaa-ajan asumisen tarkasteluun soveltuviksi. Omat haasteensa tie-dontuotantoon toi myös ulkopaikkakuntalaisille vapaa-ajanasunnon omistajille suunnatun kyselyn laajuus ja keskimääräistä monimutkaisempi toteutustapa.

Vuonna 2020 VALTO-hanke keskittyy kerätyn tiedon jalkauttamiseen, kunnittaisten työpajojen järjestämi-seen, kunnittaisten toimenpide-esitysten raportointiin sekä jatkotoimenpiteiden työstämiseen. Nämä toi-menpiteet edellyttävät tiivistä yhteystyötä kuntapäätäjien, yrittäjien ja erilaisten vapaa-ajan asumiseen liit-tyvien sidosryhmien kanssa. Ilman paikallisten tahojen sitouttamista hankkeen toimenpiteet eivät konkreti-soidu toivotulla tavalla matkailullisen vapaa-ajan asumisen ja kuntien elinvoiman lisääntymisenä.

Käsillä olevassa julkaisussa VALTO-hankkeen tematiikkaa jatkaa Pekka Kauppila (2019e) seuraavassa artikke-lissa, jossa pohditaan tutkimuskirjallisuuteen tukeutuen vakituisen asuinpaikan ja vapaa-ajanasunnon tila-aika-ulottuvuuden merkitystä vapaa-ajanasuntojen käyttöön ja vapaa-ajan asumisen aluetaloudellisiin vaikutuksiin paikallistasolla.

Lähteet

- Adamiak, C., Vepsäläinen, M., Strandell, A., Hiltunen, M., Pitkänen, K., Hall, C.M., Rinne, J., Hannonen, O., Paloniemi, R. & U. Åkerlund (2015). Vapaa-ajan asuminen Suomessa. Asukas- ja kuntakyselyn tuloksia vapaa-ajan asumisen nykytilasta ja kehittämistarpeista. *Suomen ympäristökeskuksen raportteja 22/2015*. 96 s.
- Finnish Consulting Group Oy (2016). *Mökkibarometri 2016*. Saaristoasiain neuvottelukunta, Maa- ja metsätalousministeriö. 46 s.
- Kauppila, P. (2018). Matkailun aluetaloudelliset vaikutukset ja strateginen suunnitteluprosessi: esimerkkejä paikallistasolta Pohjois-Pohjanmaalta ja Kainuusta. *Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B Raportteja ja selvityksiä 84*. 52 s. Saatavilla osoitteesta: <https://www.theseus.fi/handle/10024/153800> (Viitattu 29.10.2019).
- Kauppila, P. (2019a). Matkailun aluetaloudellisten vaikutusten seurantamalli: Kalajoki, Kuusamo, Oulu, Pudasjärvi ja Vaala. *Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B Raportteja ja selvityksiä 90*. 74 s. Saatavilla osoitteesta: <https://www.theseus.fi/handle/10024/167987> (Viitattu 29.10.2019).
- Kauppila, P. (2019b). Matkailun aluetaloudellisten vaikutusten seurantamalli: Sotkamo. *Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B Raportteja ja selvityksiä 89*. 52 s. Saatavilla osoitteesta: <https://www.theseus.fi/handle/10024/168010> (Viitattu 29.10.2019).
- Kauppila, P. (2019c). Matkailuelinkeinon tuottavuus parani. *KoillisSanomien kolumni* 3.6.2019.
- Kauppila, P. (2019d). Mökkeilyssä etäisyydellä on merkitystä. *KoillisSanomien Näkökulma-palstan artikkeli* 18.11.2019.
- Kauppila, P. (2019e). Vapaa-ajanasunnot, tila-aika-ulottuvuus ja aluetaloudelliset vaikutukset paikallistaloudella: Näkökulmia vapaa-ajan asumisen kehittämiseen. Teoksessa Takala, K. & Järviluoma, J. (toim.): *Katso Business-osaamisalueen TKI-toimintaan 2019*, 68-106. Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B Raportteja ja selvityksiä 98.
- Kuntaliitto (2019). Kuntien veroprosentit ja efektiiviset veroasteet. Saatavilla osoitteesta: <https://www.kuntaliitto.fi/talous/kuntien-veroprosentit-ja-efektiiviset-veroasteet> (Viitattu 29.10.2019).
- Lassila, H. (2015). Matkailun tulo- ja työllisyys selvitys Pohjois-Savossa 2013. *Savonia-ammattikorkeakoulun julkaisusarja D4/6/2015*. 59 s.

Tilastokeskus (2019a). Kunnittainen toimipaikkatilasto, KunTo. Saatavilla osoitteesta:

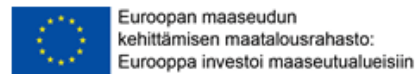
<https://www.stat.fi/tup/yritystietopalvelu/kunnittainen-toimipaikkatilasto> (Viitattu 29.10.2019).

Tilastokeskus (2019b). Palkat ja työvoimakustannukset. Palkkarakenne. Saatavilla osoitteesta:

<https://www.stat.fi/til/pra/> (Viitattu 29.10.2019).

Tilastokeskus (2019c). Laatuseloste: Palkkarakenne. Saatavilla osoitteesta:

https://www.stat.fi/til/pra/2018/pra_2018_2019-09-06_laa_001_fi.html (Viitattu 29.10.2019).



VAPAA-AJANASUNNOT, TILA-AIKA-ULOTTUVUUS JA ALUETALOUDELLISET VAIKUTUKSET PAIKALLISTASOLLA: NÄKÖKULMIA VAPAA-AJANASUMISEN KEHITTÄMISEEN

Pekka Kauppila, matkailututkija, Kajaanin ammattikorkeakoulu

Johdanto

Vapaa-ajanasuminen, mökkeily, on olennainen osa suomalaista kulttuuria ja kulttuuriperinnettä (Hiltunen 2009; Vepsäläinen & Pitkänen 2010). Tästä on osoituksena muun muassa se, että vuonna 2018 maassamme oli Tilastokeskuksen (2019) kesämökkitalaston mukaan noin 510 000 vapaa-ajanasuntoa ja vapaa-ajanasunnon omistaviin asuntokuntiin kuului lähes 816 000 henkilöä. Sen sijaan valtakunnallinen mökkibarometri (Finnish Consulting Group Oy 2016) ilmoittaa vuonna 2014 Suomessa olleen noin 600 000 vapaa-ajanasuntoa. On arvioitu, että jopa kolmella miljoonalla suomalaisella on mahdollisuus mökkeillä, sillä usein vapaa-ajanasuntoja käyttävät omistajien ohella myös sukulaiset ja tuttavat (Nieminen 2010; Finnish Consulting Group Oy 2016). Lisäksi vapaa-ajanasuntoja vuokrataan, mikä osaltaan kasvattaa vapaa-ajanasukkaiden kokonaismäärää.

Vapaa-ajanasumisella on sekä myönteisiä että kielteisiä ympäristöllisiä, sosiaalisia ja taloudellisia vaikutuksia kohdealueelle, ja näitä vaikutuksia on käsitelty monipuolisesti vapaa-ajanasumisen kansainvälisessä (esim. Coppock 1977a; Hall & Müller 2004a, 2018; Roca 2016) ja kotimaisessa (esim. Aho & Ilola 2006; Adamiak ym. 2015) tutkimuskirjallisuudessa. Taloudellisiin vaikutuksiin viitaten mökkibarometrissä (Finnish Consulting Group Oy 2016) on arvioitu, että Suomessa käytettiin vuonna 2014 vapaa-ajanasumiseen yhteensä noin 6,2 miljardia euroa: mökkien korjaus (1,7 mrd. euroa), päivittäistavarat (1,4 mrd. euroa), matkat (1,2 mrd. euroa), kiinteistökaupat (0,7 mrd. euroa), julkiset ja yksityiset infrastruktuuri- ja muut käyttömaksut ja palvelut (0,5 mrd. euroa), muut tavarahankinnat (0,4 mrd. euroa) ja uudisrakentaminen (0,3 mrd. euroa). Kyseisenä vuonna vapaa-ajanasumisen työllisyysvaikutuksiksi laskettiin valtakunnantasolla noin 60 000 työpaikkaa.

Vapaa-ajanasuminen on pysyvä muutto-matkailu-jatkumolla harmaata vyöhykettä, jolla on elementtejä molemmista ilmiöistä (Williams & Hall 2000). Aluetaloudellisten vaikutusten kannalta vapaa-ajanasumisessa ovat oleellisia nimenomaan ulkopaikkakuntalaisten omistamat vapaa-ajanasunnot ja niiden käyttö. Ulkopaikkakuntalaisten vapaa-ajanasuminen koskettaa matkailu-ilmiötä, sillä se tuo paikkakunnan aluetalouden kiertokulkuun ulkopuolista rahaa ja on siten rinnastettavissa matkailuelinkeinoon. Suomen kunnissa vapaa-ajanasumisen myönteisissä piirteissä korostuvatkin taloudelliset vaikutukset: tulot ja työpaikat paikalliseen elinkeinoelämään sekä veroista ja maksuista koituvat tulot kuntatalouteen (Adamiak ym. 2015; Vepsäläinen ym.

2015). Vapaa-ajanasumisella on taloudellisen ulottuvuuden lisäksi vahva sosiaalinen ulottuvuus, sillä se virkistää ja elävöittää paikkakunnan sosiaalista elämää paikallisten ja vapaa-ajanasukkaiden erilaisten kohtaamisten kautta. Ulkopaikkakuntalaiset vapaa-ajanasukkaat ovat osa-aikakuntalaisia ja siten potentiaalisia tulevaisuuden muuttajia. Monissa Suomen kunnissa pyritäänkin houkuttelemaan uusia vapaa-ajanasukkaita ja kannustamaan nykyisiä muuttamaan pysyvästi vapaa-ajanasunnolleen (Adamiak ym. 2015; Vepsäläinen ym. 2015). Tulevaisuudessa ihmisten liikkuvuus ja monipaikkaisuus tulee lisääntymään, ja vapaa-ajanasuminen on yksi osoitus monipaikkaisuudesta (esim. Hall 2014; Åkerlund ym. 2015; Hiltunen ym. 2016; Adamiak ym. 2017; Lehtonen ym. 2019). Monipaikkaisuus vaikuttaa paikallistasolla muun muassa julkisten palveluiden tarjontaan ja saatavuuteen.

Vapaa-ajanasumisen taloudelliset vaikutukset ovat tutkimuskirjallisuudessa siis laajalti tiedostettu ja tunnistettu. Edelliseen viitaten onkin yllättävää, että ilmiön empiirinen (alue)taloudellinen tutkimus on jäänyt vähälle huomiolle, vaikka yleisesti ottaen vapaa-ajanasumisen tutkimus on kansainvälisesti lisääntynyt huomattavasti 1990-luvun lopusta lähtien (ks. Hall 2014; Müller & Hall 2018). Tämä ilmenee kansainvälisistä vapaa-ajanasumisen kirjallisuuskatsauksista (esim. Müller & Hoogendoorn 2013; Hall 2014; Müller 2014) ja kokoomateoksista (esim. Hall & Müller 2004a, 2018; Roca 2016), joissa aihepiiriä käsitteleviä empiirisiä tutkimuksia on esillä erittäin niukasti. Tämä korostuu, kun vapaa-ajanasumisen talousvaikutuksia lähestytään matkailullisesta, ulkopaikkakuntalaisten, näkökulmasta paikallistasolla. Vapaa-ajanasumisen taloudellisten vaikutustutkimusten vähäisyys johtuu ennen muuta tarvittavien tilastojen ja datan puuttumisesta tai puutteellisuuksista ja vertailututkimusten puuttumisesta (Müller 2011, 2014; Müller & Hoogendoorn 2013). Viime vuosina on kuitenkin julkaistu joitakin vapaa-ajanasumisen aluetaloudellisia vaikutustutkimuksia paikallistasolta, kuten Etelä-Afrikan pienistä kaupungeista (esim. Hoogendoorn 2010; Hoogendoorn & Visser 2010a, 2010b, 2011) ja Puolan maaseutualueelta (Adamiak 2014).

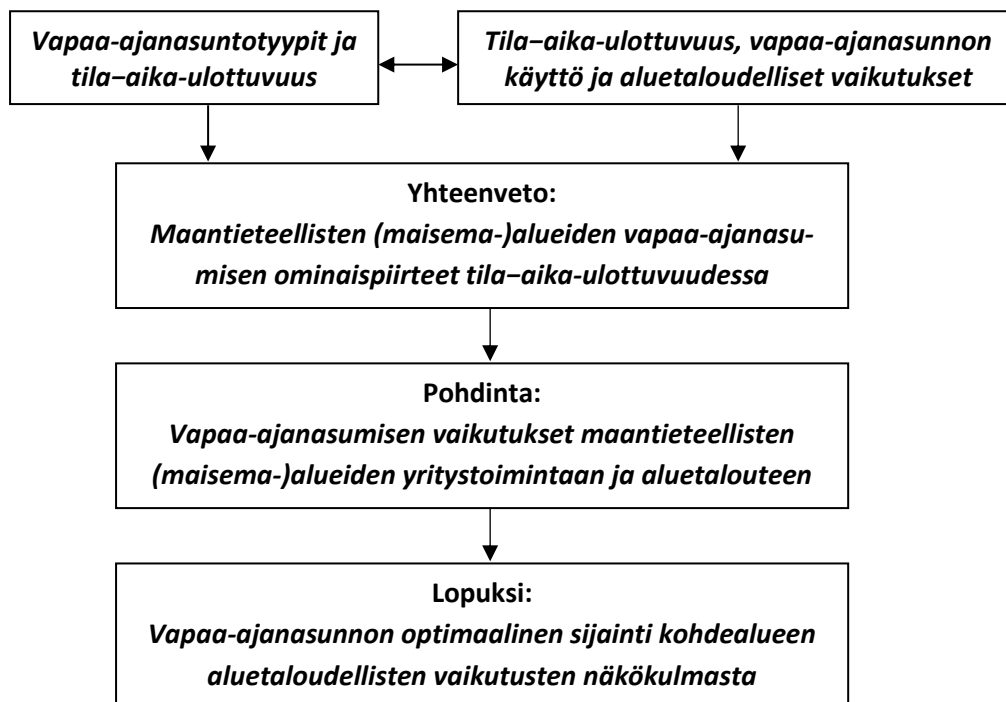
Matkailullisen vapaa-ajanasumisen empiiristen paikallistason (alue)taloudellisten tutkimusten niukkuus koskee myös Suomea. Ulkopaikkakuntalaisten vapaa-ajanasukkaiden aikaansaamista matkailun tulo- ja työllisyysvaikutuksista on saatavissa jonkin verran tietoa maakunta- (esim. Lassila 2015; Kujala ym. 2018) ja seutukuntatasolta (esim. Kujala ym. 2018). Pohjois-Savon tutkimuksessa (Lassila 2015) selvitettiin maakuntatasolla vapaa-ajanasumisen välittömiä tulovaikutuksia. Vapaa-ajanasumisen maakunnan matkailutulo määritettiin ulkopaikkakuntalaisten näkökulmasta, eli kyse on osaksi maakunnan sisäisestä matkailutulosta. Etelä-Savon tutkimuksessa (Kujala ym. 2018) puolestaan tarkasteltiin ulkomaakuntalaisten aikaansaamia tulo- ja työllisyysvaikutuksia seututasolla, eli kyse on maakunnan ulkoisesta matkailutulosta. Mainituissa tutkimuksissa käytettiin erilaisia menetelmiä, ja tutkimuksilla oli erilaiset tavoitteet talousvaikutusten mittaamiseen

ja niiden laajuuteen. Kummassakaan näkökulmassa tarkastelu ei ulottunut paikallistasolle. Jo nämä kaksi tutkimusta osoittavat ulkopaikkakuntalaisten aikaansaaman vapaa-ajanasumisen vertailukelpoisen ja kattavan talousvaikutustiedon tuottamisen haasteellisuuden erityisesti paikallistasolta.

Kajaanin ammattikorkeakoulu pyrkii vastaamaan mainittuun haasteeseen parhaillaan käynnissä olevalla *Valto-hankkeella* (vapaa-ajanasumisesta liiketoimintaa) (ks. Järviluoma ym. 2019). Vapaa-ajanasumisen taloudellinen merkitys paikallistasolle voidaan jäsentää Adamiakin (2014) mukaan välittömiin ja välillisiin vaikutuksiin. Edelliseen kuuluvat vapaa-ajanasunnon omistajien menot rakentamiseen tai asunnon hankkimiseen sekä tavaroiden ja palveluiden hankkimiseen, menot paikallisen hallinnon budjettiin verojen kautta ja vapaa-ajanasunnon hankkimisen vaikutukset kiinteistömarkkinoihin. Jälkimmäiseen sisältyvät esimerkiksi potentiaalinen tuki tietojen, taitojen ja pääomien siirtymiselle paikallisille matkailuyrittäjille sekä yhteistyö matkailuinfrastruktuurin kehittämisessä ja ylläpidossa. *Valto-hankkeessa* aluetalousvaikutusten selvittämisessä keskitytään vapaa-ajanasunnon omistajien tavaroiden ja palveluiden hankkimiseen paikallistaloudesta. Tarkoituksena on tutkia ulkopaikkakuntalaisten vapaa-ajanasumisen aluetaloudellisia vaikutuksia paikallistasolla eli kuntatasolla Kainuussa Hyrynsalmella, Kuhmossa, Sotkamossa ja Suomussalmella sekä Pohjois-Pohjanmaalla Kalajoella, Kuusamossa, Oulussa, Pudasjärvellä, Taivalkoskella ja Vaalassa. Hankkeen tässä osassa (*työpaketti 1: tiedontuottamisosa*) luodaan työkaluja Kainuun ja Pohjois-Pohjanmaan kärkimatkailukuntien vapaa-ajanasumisen talousvaikutusten mittaamiseen ja laajennetaan näkökulmaa myös aluetaloudellisten vaikutusten seurantaan sekä ennustamiseen ja arviointiin.

Tämän artikkelin tarkoituksena on tarkastella teoreettisesti tutkimuskirjallisuuteen tukeutuen vakituisen asuinpaikan ja vapaa-ajanasunnon tila-aika-ulottuvuuden merkitystä vapaa-ajanasuntojen käyttöön ja vapaa-ajanasumisen aluetaloudellisiin vaikutuksiin paikallistasolla. Aluetaloudellisilla vaikutuksilla tarkoitetaan vapaa-ajanasunnon sijaintikuntaa. Kirjoituksessa nostetaan esille tila-aika-ulottuvuuden periaatteita ja lainalaisuuksia, jotka on syytä tunnistaa ja tiedostaa pohdittaessa vapaa-ajanasumisen kehittämistä paikallistasolla. Artikkelissa otetaan vapaa-ajanasuminen teoreettisesti haltuun, ja tätä tietoa hyödynnetään myöhemmin *Valto-hankkeessa* tulkittaessa empiirisiä tutkimustuloksia sekä laadittaessa kehittämisohdotuksia ja toimenpide-esityksiä. Kirjoituksen näkökulma on pitkälti pohjoismainen ja painotus yksityisten henkilöiden omistamissa vapaa-ajanasunnoissa, ei esimerkiksi pääsääntöisesti vuokrattavissa vapaa-ajanasunnoissa. Lisäksi omistajien oletetaan – ainakin osaksi – kuuluvan työelämään, koska artikkelissa vapaa-aika jäsennetään päivittäiseen vapaa-aikaan, viikonloppuihin ja loma-aikoihin.

Kirjoitus etenee siten, että aluksi käydään läpi vapaa-ajanasuntotyyppiä tila-aika-ulottuvuudessa. Seuraavaksi tarkastellaan tila-aika-ulottuvuuden vaikutusta vapaa-ajanasuntojen käyttöön ja aluetalouteen etäisyysvyöhykkeiden kautta. Näiden kahden kappaleen tulokset, vapaa-ajanasumisen ominaispiirteet, esitetään yhteenvedonomaisesti Müllerin ym. (2004) jäsentämässä maantieteellisten (maisema-)alueiden tila-aikamallissa. Tätä yhteenvedoa puolestaan sovelletaan teoreettisena viitekehysenä, kun pohditaan vapaa-ajanasumisen vaikutuksia kohdealueen yritystoimintaan ja elinkeinoelämään maantieteellisillä (maisema-)alueilla. Lopuksi määritetään teoreettisesti vapaa-ajanasunnon optimaalinen sijainti kohdealueen myönteisten aluetaloudellisten vaikutusten maksimoimiseksi ja tiivistetään kohdealueen kriittiset tekijät, jotka edesauttavat talousvaikutusten kertymistä paikallistasolle. Artikkelin rakenne esitetään kuvassa 1.



Kuva 1. Artikkelin rakenne.

Vapaa-ajanasuntotyypit ja tila-aika-ulottuvuus

Vapaa-ajanasunnot sijaitsevat pääosin suurten väestökeskittymien ympärillä sekä rannikko- ja vuoristoalueille (Coppock 1977b: 6). Suomessa vapaa-ajanasuntojen kasaumat ovat Järvi-Suomessa, rannikkoalueilla ja saaristossa sekä pohjoisen matkailukeskuksissa (Hiltunen & Rehunen 2014; Adamiak ym. 2015, 2017; Rehunen ym. 2015; Hiltunen ym. 2016). Järvi-Suomen, samoin kuin osaksi rannikkoalueiden ja saariston, vapaa-

ajanasuminen on rakentunut pitkälti suurten kaupunkien ympärille, mikä ilmenee esimerkiksi Hiltusen ja Rehusen (2014) tutkimuksesta. Pohjoisen matkailukeskusten voidaan tulkita edustavan Coppockin ”vuoristo-alueita”.

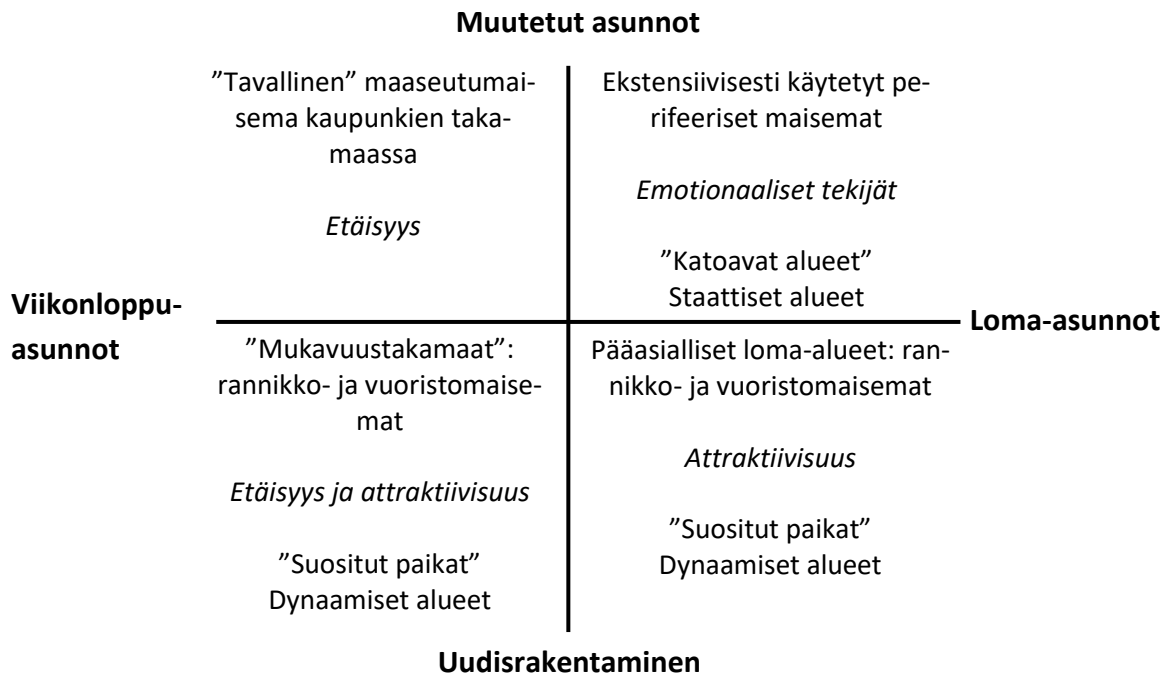
Vapaa-ajanasuntojen paikanvalintaan vaikuttavia primäärisiä taloudellisia tekijöitä ovat tila-aika-ulottuvuus, alueen vetovoimaisuus ja kiinteistö hinnat (Hall & Müller 2004b: 10–11; Müller 2006: 337). Müllerin (2006) mielestä metropolialueiden takamaan suosion syynä on ennen muuta tila-aika-ulottuvuus – lyhyt vakituisen asunnon ja vapaa-ajanasunnon välinen etäisyys – ei niinkään alueiden attraktiivisuus. Tästä on esimerkkinä runsaasti siteerattu, klassinen Lundgrenin (1974) kehitysmalli, joka painottaa metropolialueiden laajentumisen ja vapaa-ajanasumisen takamaan maantieteellisen muutoksen vuorovaikutussuhdetta.

Metropolialueiden takamaasta muodostavat poikkeuksen erityisen vetovoimaiset, perifeeriset alueet, joissa on runsaasti vapaa-ajanasuntoja. Esimerkiksi Ruotsissa näihin lukeutuvat tunturiseutujen matkailukeskukset (Müller 2002a, 2004, 2005, 2006; Lundmark & Marjavaara 2005; Marjavaara & Müller 2007; Hall ym. 2009). Lisäksi tunturikeskusten on havaittu houkuttelevan vapaa-ajanasunnon omistajia laajemmalla maantieteelliseltä alueelta kuin viikonloppuetäisyydeltä (Jansson & Müller 2003, 2004; Müller 2005). Sama ilmiö on todettu myös Suomessa suurten matkailukeskusten – Levin, Rukan, Saariselän ja Ylläksen – tutkimuksissa (Kauppila 2008a, 2009a, 2009b, 2010). Käytännössä tämä näkyy pitkinä vakituisen asunnon ja vapaa-ajanasunnon välisinä etäisyyksinä.

Kohdealueen vapaa-ajanasuntojen määrä voi periaatteessa lisääntyä kahdella tavalla, rakennusten alkupeleistä käyttötarkoitusta muuttamalla tai uudisrakentamisen kautta (Coppock 1977b: 7–8; Müller ym. 2004: 16; Müller 2006: 337–338). Ensimmäisessä vaihtoehdossa aikaisemmin vakituudessa asuinkäytössä ollut rakennus jää tyhjilleen ja sen käyttötarkoitus muutetaan vapaa-ajanasunnoksi. Jälkimmäisessä rakennuksen käyttötarkoitus on jo alun perin vapaa-ajanasunto, eli se rakennetaan varta vasten tätä tarkoitusta varten.

Müllerin ym. (2004) mallissa muutetut tai rakennetut vapaa-ajanasunnokset ovat ominaisia erilaisilla maantieteellisillä (maisema-)alueilla (kuva 2). Tila-aika-ulottuvuutta (viikonloppuasunnot-loma-asunnot) tarkastellaan suhteessa kaupunkiseutujen markkinoihin ja vapaa-asuntotyyppejä (muutetut-rakennetut) suhteessa vetovoimaisiin alueisiin (Hall ym. 2009: 181). Käyttötarkoituksen muuttaminen on tyypillisiä ”tavallisille” maaseutumaisemille kaupunkien takamaassa ja ekstensiivisesti käytetyille perifeerisille maisemille. Edellisessä painottuu vakituisen asuinpaikan ja vapaa-ajanasunnon lyhyt etäisyys ja jälkimmäisessä emotionaaliset

tekijät. Uudistuotanto puolestaan kohdistuu pitkälti kaupunkien ”mukavuustakamaihin” ja kauempana sijaitseviin pääasiallisiin loma-alueisiin. Edellisessä korostuu vakituisen asuinpaikan ja vapaa-ajanasunnon lyhyt etäisyys ja alueen attraktiivisuus, kun jälkimmäisessä painottuu alueen attraktiivisuus.



Kuva 2. Vapaa-asuntotyyppien tila–aika-ulottuvuus ja maantieteellisten (maisema-)alueiden ominaispiirteet (mukaillen ja lisäyksiin Müller ym. 2004: taulukko 2.1).

Back ja Marjavaara (2017) käsitteellistävät Müllerin ym. (2004) mallin aluetyypit seuraavasti: muutetut viikonloppuasunnot (”tavallinen” maaseutumaisema kaupunkien takamaassa), muutetut loma-asunnot (ekstensiivisesti käytetyt perifeeriset maisemat), rakennut viikonloppuasunnot (”mukavuustakamaat”) ja rakennetut loma-asunnot (pääasialliset loma-alueet). Yleisesti ottaen muutetut vapaa-ajanasunnot edustavat vähemmän attraktiivisia alueita ja uudisrakentaminen korkean attraktiivisuuden alueita (Müller ym. 2004; Marjavaara 2007, 2008; Marjavaara & Müller 2007).

Viime vuosina uudisrakentaminen on ollut Suomessa vilkkainta Lapin (”vuoristoalue”), Etelä-Savon (Järvi-Suomi) ja Varsinais-Suomen (rannikkoalueet ja saaristo) maakunnissa (Finnish Consulting Group Oy 2016; Tilastokeskus 2019). Uudistuotanto merkitsee investointeja ja uusia pääomia, joten se peilaa siten kehittyvää

(matkailu)aluetta. Sen sijaan Müllerin (2002a, 2004) mukaan muutettuja vapaa-ajanasuntoja voi olla periaatteessa missä päin tahansa, koska ne edustavat linkkejä lapsuudenpaikkoihin ja perheen juurille, eli kyse on emotionaalisista tekijöistä. Näille alueille on yhteistä paikkakiintymys.

Ekstensiivisesti käytetyillä perifeerisillä maisemilla emotionaaliset linkit – yhteys kotiseutuun, lapsuudenmaisiin ja sukujuuriin – ovat siis yksi tärkeimpiä motiiveja hankkia vapaa-ajanasunto. Edellistä tukee Pitkäsen ja Kokin (2005) pääkaupunkilaisten Järvi-Suomeen kohdistuva mökkeilytutkimus: mitä kauempana Järvi-Suomessa vapaa-ajanasunto sijaitsee pääkaupunkiseudulta, sitä todennäköisemmin paikkakunta on omistajan kotiseutu (ks. myös Pitkänen 2008). Samansuuntaisiin tuloksiin päätyvät myös Aho ja Ilola (2006) tutkiessaan Suomen 14 maaseutukuntaa. Ainoan poikkeuksen tähän muodostavat matkailullisesti vetovoimaiset alueet. Myös Hall (2016) korostaa perifeeristen alueiden, joista puuttuvat matkailukeskukset, vapaa-ajanasumisessa kotiseutuyhteyttä ja perheen juuria. Ruotsissa on havaittu, että tälle aluetyypille on ominaista vakituisen asunnon ja vapaa-ajanasunnon pitkä etäisyys. Tämä johtuu muuttoliikkeestä Pohjois-Ruotsin perifeerisiltä alueilta Etelä-Ruotsin kaupunkiseuduille, minkä seurauksena perifeeriselle maaseudulle jäänyt aikaisempi vakituinen asunto on muutettu vapaa-ajanasunnoksi (Back & Marjavaara 2017).

Kaukana sijaitsevat loma-asunnot edellyttävät etäisyyden ”voittamiseksi” vetovoimaista ympäristöä. Tässä tapauksessa erityisen attraktiivisilla alueilla korostuvat matkailulliset elementit: luonto, talviliikuntamahdollisuudet tai matkailun myötä syntynyt myönteinen mielikuva (Aho & Ilola 2006). Kun etäisyys vakituisen asunnon ja vapaa-ajanasunnon välillä kasvaa, alueen vetovoimaisuuden täytyy siis lisääntyä, jotta se valittaisiin vapaa-ajanasuntoympäristöksi, mikäli vaihtoehtona on yhtä attraktiivinen mutta lähempänä sijaitseva kohde. Ullmanin (1956) käsitteitä tulkiten lähempänä sijaitseva kohde on väliin tuleva mahdollisuus etäällä vakituisesta asunnosta sijaitseville vapaa-ajanasuntopaikoille.

Vapaa-ajanasuntotyyppejä, muutettuja ja rakennettuja, Müller (2004) on käyttänyt Ruotsissa aluekehityksen mittareina. Perifeerisellä maaseudulla negatiivinen muuttotase merkitsee entisten vakituisten asuinrakennusten käytön muuttumista vapaa-ajanasumiseen, koska vakituksille asunnoille ei ole kysyntää. Muualla asuvat perijät eivät voi siten myydä asuntoa. Omistajat perivät tavallisesti vakituisen asunnon, joka sitten muutetaan – usein pakon sanelemana – vapaa-ajanasunnoksi. Muutos vakituisista asunnoista vapaa-ajanasunnoiksi heijastaakin alueiden väestön ikääntymistä ja vähenemistä eli taloudellista taantumaa. Müller käyttää näistä alueista nimeä ”katoavat alueet” (*disappearing regions*), ja niitä on ympäri maata johtuen alkuperäisen maaseutuasutuksen hajanaisesta rakenteesta. Useimmiten kyse on kuitenkin ekstensiivisesti käytetyistä perifeerisistä maisemista. Alueet voidaan käsitteellistää aluekehityksen näkökulmasta taantuviksi, staattisiksi alueiksi.

Toisen aluetyypin Müller (2004) nimeää ”suosituiksi paikoiksi” (*hot spots*). Näille alueille ovat tyypillisiä varta vasten rakennetut vapaa-ajanasunnot, jotka lisäävät olemassa olevaa asuntokantaa. Tämä merkitsee usein tilapäistä väestökasvua, vapaa-ajanasukkaita, kiihdyttäen kulutusta ja lisäten siten talousvirtoja alueelle; kyse on vapaa-ajanasuntoalueista, joilla kysyntä ylittää tarjonnan. Alueet ovat tunnettuja luonnonkauneudesta, myönteisestä mielikuvasta, aktiviteettien harrastusmahdollisuuksista, hyvästä sijainnista suhteessa päämetroalueisiin tai statuksesta. Nämä alueet ovat ”mukavuustakamaita” ja pääasiallisia loma-alueita. Alueet voidaan käsitteellistää aluekehityksen näkökulmasta kehittyviksi, dynaamisiksi alueiksi.

Müller (2002a; ks. myös Müller 2004; Marjavaara 2007, 2008; Marjavaara & Müller 2007) on selvittänyt Ruotsissa vapaa-ajanasuntotyyppien, muutettujen ja rakennettujen, yhteyttä arvioituihin kiinteistönarvoihin, jotka puolestaan heijastavat asuntojen markkina-arvoa. Ne nousivat huomattavasti uudistuotantoon painotuvilla ”suosituilla paikoilla” 1990-luvulla samalla kun matkustusetäisyys näille alueille kasvoi. Toisin sanoen, omistajat asuvat yhtä etäämmällä vapaa-ajanasunnoistaan. Tätä voidaan tulkita siten, että vapaa-ajanasuntojen hankinnassa matkailullinen elementti näyttää vahvistuvan, kun puolestaan emotionaalinen linkki heikkenee. Paikkakiintymyksen hiipuminen asettaa haasteita perifeerisen maaseudun vapaa-ajanasumiselle eli ekstensiivisesti käytetyille perifeerisille maisemille. Korkeat kiinteistönarvot ovat tyypillisiä ennen muuta ”mukavuustakamaille” ja kauempana sijaitseville pääasiallisille loma-alueille. Ne ovat siten myönteisen aluekehityksen indikaattoreita eli kehittyvien, dynaamisten alueiden ominaispiirteitä. Kaikkiaan vapaa-ajanasuntojen kasvava kysyntä kiihdyttää yleisesti kiinteistöjen, mukaan lukien vakituiset asunnot, hintojen nousua kohdealueella (Keen & Hall 2004; Müller ym. 2004). Toisaalta Marjavaaran (2007, 2008) tutkimusten mukaan suurin syy (suur)kaupunkien, kuten Tukholman saariston, läheisen maaseudun kiinteistöhintojen (vakituiset asunnot, vapaa-ajanasunnot) nousuun ovat alueella sijaitsevien vakituisten asuntojen, eivät vapaa-ajanasuntojen, korkeat kiinteistö hinnat. Ne hilaavat myös vapaa-ajanasuntojen kiinteistöhintoja ylöspäin.

”Suosittuihin paikkoihin” viitaten Norjassa (Flognfeldt 2002) on havaittu uusien alppiihittokeskusten vapaa-ajanasuntojen korkeat kiinteistö hinnat. Müller (2005) nimeääkin matkailukeskukset, kuten Ruotsin Sälenin, ”eliittitilaksi” (*elite space*), koska niiden kiinteistönarvot ovat korkeat, samoin kuin vapaa-ajanasunnon omistajien sosioekonominen asema ja koulutus. Halseth (2004) puolestaan käyttää matkailukeskuksista käsitettä ”eliittimaisema” (*elite landscape*). Edellisiä tukevat Ruotsin tutkimustulokset (Hoogendoorn & Marjavaara 2018). Tulosten mukaan attraktiivisilla kohdealueilla – ”mukavuustakamailta” ja pääasiallisilla loma-alueilla – vapaa-ajanasuntojen omistajien käytettävissä olevat tulot ovat selvästi suuremmat kuin vakituksilla asukkailla. Kyseisiin alueisiin kuuluvat muun muassa Etelä-Ruotsin rannikkoalueet ja saaristo sekä Ruotsin tunturikeskukset, kuten Sälen, Vemdalen, Åre ja Tärnaby/Hemavan.

Matkailukeskusten vapaa-ajanasunnot ovat poikkeuksellisia myös rakenteellisilta piirteiltään. Tästä ovat esimerkkinä Suomen neljä suurta matkailukeskusta, Levi, Ruka, Saariselkä ja Ylläs (ks. Kauppila 2006; ks. myös Kauppila 2007, 2008a, 2009a, 2010). Matkailukeskusten vapaa-ajanasunnot ovat kooltaan suurempia kuin maassa keskimäärin. Lisäksi matkailukeskusten omistuslajit jakautuvat kohtalaisen tasaisesti kolmeen luokkaan: yksityiset henkilöt/perikunnat, asunto-/kiinteistöosakeyhtiöt ja yksityiset yritykset/pankit/vakuutuslaitokset, kun koko maassa yksityiset henkilöt/perikunnat omistavat vapaa-ajanasuntokannasta yli 90 prosenttia. Neljän suuren matkailukeskuksen vapaa-ajanrakentaminen alkoi varsinaisesti vasta 1980-luvulla ja tahti on ollut kiihtyvää. Huomattava osa kyseisten keskusten sijaintikuntien vapaa-ajanrakentamisesta eli uudistustannosta keskittyykin matkailukeskuksiin. Näin ollen matkailukeskusten ja niiden sijaintikuntien vapaa-ajanrakennuskanta on nuorempaa kuin koko maan vastaava.

Myös Müllerin (2005) tutkimustulokset Ruotsin Sälenistä osoittavat, että matkailukeskusten vapaa-ajanasunnot ovat niiden ydinalueilla paitsi uusia niin varusteluiltaan korkeampitasoisia verrattuna hieman etäämmällä sijaitseviin asuntoihin. Uusien alppiihhtokeskusten vapaa-ajanasuntojen korkea varustelutaso on todettu Norjassakin (Flognfeldt 2004), ja Ruotsin Tärnäbyn matkailukeskuksen vapaa-ajanasunnot ovat uusia ja moderneja verrattuna Ruotsin ja Suomen Merenkurkun maaseutualueiden vapaa-ajanasuntokantaan (Jansson & Müller 2003). Matkailukeskukset sijaitsevat lähinnä pääasiallisilla loma-alueilla, mutta niitä voi olla myös ”mukavuustakamailla”.

Vapaa-ajanasuntojen vuokraustoiminta, samoin kuin sukulaisten ja tuttavien vierailut, voi olla hyvinkin merkittävää ”mukavuustakamailla” ja pääasiallisilla loma-alueilla, joiden attraktiivisuus on korkea. Yksityisten vapaa-ajanasuntojen vuokraustoiminta on matkailukeskusympäristössä yleisempää kuin maaseutuympäristössä, mikä on havaittu Ruotsin Tärnäby/Hemavanissa (Jansson & Müller 2003, 2004) ja Uuden-Seelannin Wanakassa (Keen & Hall 2004). Sen sijaan vuokraustoiminta on vaatimatonta ”tavallisilla” maaseutumaisemilla kaupunkien takamaassa ja ekstensiivisesti käytetyillä perifeerisillä maisemilla. Edellisessä on syynä alueen alhainen attraktiivisuus ja jälkimmäisessä alueen syrjäinen sijainti potentiaalisten käyttäjien lähtöalueisiin nähden. Toisin sanoen, kohdealueen vetovoima ei ole riittävä kompensoimaan syrjäistä sijaintia.

Adamiak ym. (2017) ovat selvittäneet vapaa-ajanasuntojen vaikutusta Suomen väestön uudelleenjakautumiseen vuosina 1990–2010. Tutkimustulosten mukaan virallinen, rekisteröity väestö on lisääntynyt Etelä-Suomen suurissa kaupungeissa (Helsinki, Tampere, Turku) ja alueellisissa keskuksissa (esim. Jyväskylä, Kuopio, Oulu), kun se on puolestaan vähentynyt erityisesti ydinmaaseudulla ja harvaan asutulla maaseudulla. Toisaalta tilapäisen, kausittaisten asukkaiden eli vapaa-ajanasukkaiden määrä, jonka virallinen väestötilasto jät-

tää rekisteröimättä, on kasvanut suurella osalla maaseutua johtuen vapaa-ajanasuntojen määrän lisääntymisestä. Erityisesti kausittaisten asukkaiden määrä on kasvanut ”mukavuusominaispiirteisillä” alueilla, kuten rannikkoalueilla ja saaristossa, Järvi-Suomessa ja pohjoisen matkailukeskuksissa. Näillä alueilla pysyvän väestön väheneminen on osaksi kompensoitunut lisääntyneellä kausiväestöllä. Sen sijaan lähinnä Länsi-Suomen maaseutualueilla ja itäisen Suomen perifeerisillä raja-alueilla virallisen väestömäärän laskua ei ole onnistuttu korvaamaan kausiväestön määrän kasvulla. Virallisen, tilastoidun pysyvän väestön ja ”epävirallisen”, tilastomattoman kausiväestön, vapaa-ajanasukkaiden, määrätarkastelun haasteellisuus on huomattu myös Ruotsissa (Müller & Hall 2003). Back ja Marjavaara (2017) käyttävätkin vapaa-ajanasukkaista käsitettä ”näkymättömän väestö” (*invisible population*).

Kuvassa 2 esitetyt Müllerin ym. (2004) mallin maantieteelliset (maisema-)alueet voidaan tunnistaa myös Suomen vapaa-ajanasumisen aluerakenteesta. ”Tavallisille” maaseutumaisemille kaupunkien takamaassa on tyyppillistä muutetut viikonloppuasunnot kaupunkien läheisyydessä Etelä- ja Länsi-Suomessa, kun ”mukavuustakamaiden” rakennetut viikonloppuasunnot löytyvät kaupunkien läheisyydestä rannikkoalueilta ja saaristosta sekä Järvi-Suomesta. Ekstensiivisesti käytettyjen perifeeristen maisemien muutetut loma-asunnot sijaitsevat puolestaan perifeerisellä maaseudulla Itä- ja Pohjois-Suomessa. Pääasialliset loma-alueet ovat Itä- ja Pohjois-Suomen vetovoimaisia matkailualueita, joissa on runsaasti matkailukeskuksia. Alueille on tyyppillistä rakennetut loma-asunnot, ja ne sijaitsevat kaukana suurista väestökeskitymistä. Esitettyjä tulkintoja tukevat Suomen vapaa-ajanasumisen maantieteen tutkimustulokset (Adamiak ym. 2015, 2017; Rehunen ym. 2015) sekä Backin ja Marjavaaran (2017) tutkimus Ruotsin vapaa-ajanasumisen alueellisista piirteistä. Maantieteelliset (maisema-)alueet ovat yhteneväiset myös Suomen matkailun aluerakenteen kanssa (ks. Artman ym. 1978; Vuoristo & Vesterinen 2001; Vuoristo 2002; Leinonen ym. 2007).

Tila-aika-ulottuvuus, vapaa-ajanasunnon käyttö ja aluetaloudelliset vaikutukset

Vakituisen asunnon ja vapaa-ajanasunnon tila-aika-ulottuvuus määrittää vierailutiheyttä, viipymää, liikkumisen muotoa ja sijainnillista riippuvuutta (Müller 2002b). Viikonloppuasunnoille on mahdollista tehdä lyhyen etäisyyden johdosta useita, lyhytkestoisia vierailuita, kun taas loma-asuntojen pitkä etäisyys tarkoittaa harvempia käyntikertoja mutta yhtä vierailukertaa kohti pidempää viipymää (taulukko 1). Luonnollisesti viikonloppuasunnoilla voidaan viettää myös pidempiä loma-aikoja. Viikonloppuetäisyys merkitsee siten mahdollisuutta suureen käyttöasteeseen ja mökkivuorokausiin verrattuna lomaetäisyyteen. Tämä on havaittu empiirisesti Ruotsin ja Suomen Merenkurkun alueella (Jansson & Müller 2003, 2004: 267–268) ja Suomessa pääkaupungin vapaa-ajanasuntojen omistajien kohdalla (Pitkänen & Kokki 2005) sekä 14 kuntaa käsittelevässä tutkimuksessa (Aho & Ilola 2006).

Taulukko 1. Vapaa-ajanasunnon ominaispiirteet tila–aika-ulottuvuudessa (Müller 2002b: taulukko 9.1).

Vapaa-ajanasunto-toiminto	Vierailu-tiheys	Viipymä	Liikkumisen muoto	Sijainti suhteessa asuinpaikkaan
Viikonloppuasunto	Korkea	Lyhyt	Kiertokulku	Riippuva
Loma-asunto	Alhainen	Pitkä	Kausittainen muutto	Riippumaton

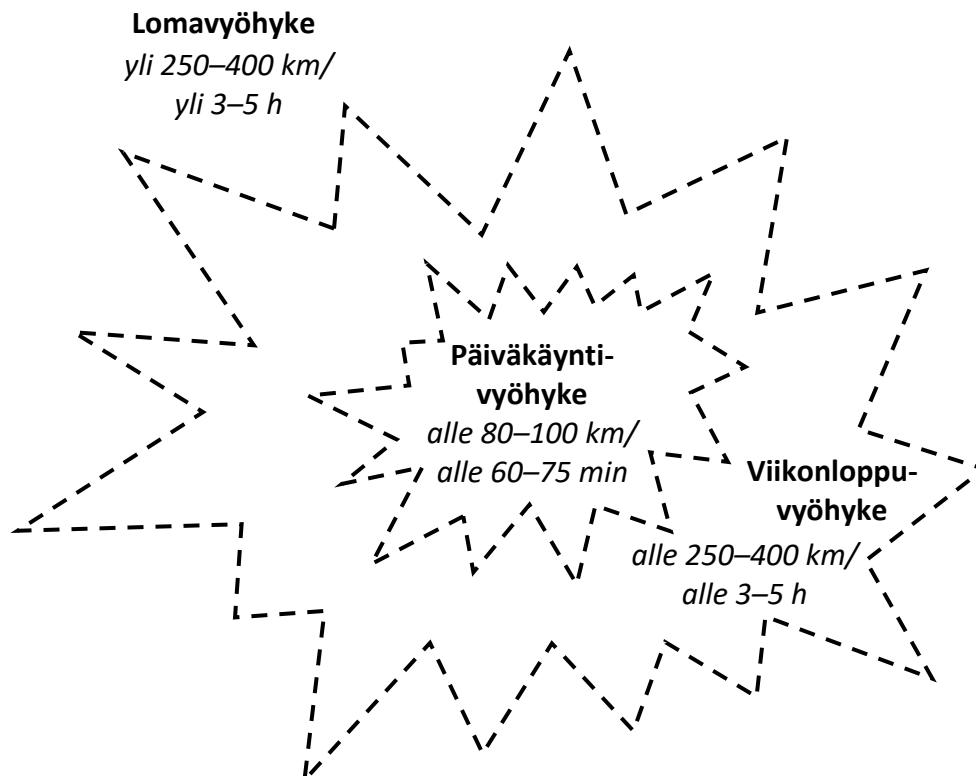
Liikkumisen muotoa Müller (2002b) kuvaa viikonloppuasuntojen kohdalla kiertokulkuna (ks. taulukko 1). Kun vapaa-ajanasunnolla vietetään säännöllisesti viikonloput, kyse on viikoittaisesta siirtymästä vakituiselta asuinpaikkakunnalta vapaa-ajanasuntopaikkakunnalle. Loma-asuntojen kohdalla, pitkään etäisyyteen vedoten, Müller käyttää käsitettä kausittainen muutto: asunnolla vietetään pidempiä aikoja kerrallaan. Kausittainen muutto noudattaakin enemmän matkailijavirtoja, ja kohteet sijaitsevat siten pääasiallisilla loma-alueilla. Vakituisen asuinpaikan ja vapaa-ajanasunnon sijainnillinen suhde vaihtelee Müllerin mukaan riippuvuudesta (viikonloppuasunto) riippumattomuuteen (loma-asunto). Tällä tarkoitetaan sitä, että viikonloppuasunto voi sijaita vain tietyllä etäisyydellä vakituisesta asuinpaikasta. Sen sijaan loma-asunnolla ei ole sijainnillista rajoitetta; kilpailu voi ulottua jopa kansainväliselle tasolle. Kaikkiaan vapaa-ajanasuntojen houkuttelevuus vähennee ratkaisevasti, kun etäisyys vakituiseseen asuntoon kasvaa yli viikonloppukäyttömahdollisuuden.

Taulukkoon 1 voitaisiin vielä lisätä päiväkäyntiasunto. Päiväkäyntien kohdalla on kyse siitä, että vapaa-ajanasunnolla on mahdollista vieraila päivittäin. Tässä tapauksessa vakituisen asunnon ja vapaa-ajanasunnon välinen etäisyys on erittäin lyhyt. Päivittäisten vierailujen kohdalla ”vapaa-ajanasuntotoiminto” nimetään päiväkäyntiasunnoksi. Vierailutiheys on erittäin korkea ja viipymä käyntikertaa kohti puolestaan erittäin lyhyt. Liikkumisen muoto nimetään päiväpendelöinniksi (päivittäinen vierailu vapaa-ajanasunnolla). Vapaa-ajanasunnon sijainti suhteessa asuinpaikkaan on erittäin riippuva, sillä se voi sijaita vain päiväkäyntietäisyydellä vakituisesta asunnosta.

Vapaa-ajanasuminen on osa ihmisten liikkumista, jonka avainkäsitteet ovat siis aika ja tila. Aika vaihtelee tunteista vuosiin, kun spatiaalinen ulottuvuus määritetään aluetasojen – paikallinen, alueellinen, kansallinen ja kansainvälinen – kautta (ks. Hall 2005a, 2005b, 2005c, 2005d). Edellinen tarkoittaa sitä, että esimerkiksi viipymältään lyhytkestoiset vierailut, päiväkäynnit, ulottuvat useimmiten paikallistasolle, kun puolestaan viipymältään pitkäkestoiset (loma)matkat kattavat myös kansainvälisen tason.

Hall (2005a, 2005b, 2005c: 20–25, 2005d) kuvaa erilaisia (väliaikaisen) liikkumisen muotoja ajassa ja tilassa yhdistämällä malliinsa kolmannen elementin, matkojen määrän. Malli havainnollistaa matkojen määrän vähenemisen ajassa ja tilassa lähtöpisteestä pois päin, mikä johtuu yksilön, matkailijan, aika- ja raharajoitteista. Esimerkiksi päiväkäyntejä on lukumääräisesti enemmän kuin kauemmas ulottuvia (loma)matkoja. Näin ollen tila-aika-ulottuvuus vaikuttaa matkojen määrään. Tätä kutsutaan ”etäisyyden kitkakäyräksi” (*distance decay curve*), joka on laskeva suhteessa etäisyyteen. Mallissa oletetaan matkailutuotteen jakautuneen tasaisesti tilassa, mikä ei kaikissa tilanteissa toteudu. Käsitettä tulkitaan vapaa-ajanasuntojen kontekstissa niin, että vakituisen asunnon ja vapaa-ajanasunnon etäisyyden kasvaessa mökkimatkojen määrä vähenee. Toisin sanoen, lähelle sijaitseville vapaa-ajanasuntojen kohdealueille tehdään enemmän mökkimatkoja kuin kauempana sijaitsevien asuntojen kohdealueille. Tästä poikkeavat kuitenkin vetoimaiset matkailualueet, joissa on runsaasti vapaa-ajanasuntoja ja niihin kohdistuu suurempi määrä mökkimatkoja kuin malli olettaa.

Yksi vapaa-ajanasuntojen käytön ratkaiseva tekijä on siis tila-aika-ulottuvuus, joka voidaan jäsentää päiväkäynti-, viikonloppu- ja loma-asuntojen etäisyysvyöhykkeinä vakituisen asunnon ja vapaa-ajanasunnon välillä. Kauppila (2008a, 2010) on läpikäynyt kansainvälistä (Mercer 1970; Lundgren 1989; Baud-Bovy & Lawson 1998: 3; Müller 2002b, 2002c, 2004, 2005; Jansson & Müller 2003) ja kansallista (Hemmi ym. 1987: 117; Hemmi & Vuoristo 1993: 46; Kokki & Pitkänen 2005; Aho & Ilola 2006) tutkimuskirjallisuutta etäisyysvyöhykkeiden absoluuttisista ja suhteellisista raja-arvoista. Yhteenvetona tutkimuskirjallisuuteen viitaten Kauppila esittää vakituisen asunnon ja vapaa-ajanasunnon etäisyydestä vyöhykemallin, joka soveltuu ainakin Pohjoismaihin (kuva 3). Malli koostuu päiväkäynti-, viikonloppu- ja lomavyöhykkeestä. Ilmoitetut kilometrit ovat ajoetäisyyksiä (absoluuttinen etäisyys) ja ajat ajoaikoja (suhteellinen etäisyys), eli kyse on ”autoetäisyydestä”. Käytännössä malli on tähtimäinen, ja tähden sakarat taipuvat liikenneväylien mukaan. Vyöhykkeiden raja-arvoihin vaikuttavat luonnollisesti tiestö ja sen kunto sekä ruuhkaisuus. Absoluuttinen ja suhteellinen etäisyys yhdistyvät Janellen (1969) aika-tila-lähentymiskäsitteessä: kun matkustusaika, suhteellinen etäisyys, lyhenee kulkuvälineiden innovaatioista ja infrastruktuurin kehittymisestä johtuen, absoluuttinen etäisyys menettää merkitystään.



Kuva 3. Päiväkäynti-, viikonloppu- ja lomavyöhyke absoluuttisesti (ajokilometreinä) ja suhteellisesti (ajoaika) mitattuna (Kauppila 2008a: kuva 2, 2010: kuva 1).

Päiväkäyntivyöhyke ulottuu vakituisesta asunnosta 80–100 kilometriin (absoluuttinen etäisyys) ja 60–75 minuuttiin (suhteellinen etäisyys) ja viikonloppu- vyöhyke 250–400 kilometriin ja 3–5 tuntiin. Lomavyöhykkeen raja-arvot ovat yli 250–400 kilometriä ja yli 3–5 tuntia. On huomattava, että alun perin etäisyystutkimukset on luotu nimenomaan lähtöalueen näkökulmasta (esim. McKercher & Lew 2003; McKercher ym. 2008), vaikka maantieteelliset matkailututkimukset ovat lähinnä kohdealue-keskeisiä (ks. Hall 2005a). Etäisyysvyöhykkeitä ja -malleja voidaan kuitenkin tarkastella myös kohdealueen katsannosta. Tällöin kohdealue asetetaan keskiöön ja vyöhykkeet laajenevat kohdealueelta lähtöalueille – mallin näkökulma ikään kuin kääntään.

Vapaa-ajanasuminen on luonteeltaan enemmän alueiden (maakunnan) sisäistä (viikonloppuasunnot) kuin alueiden (maakunnan) välistä (Müller 2004, 2006; Hall 2005a, 2005b, 2005c, 2005d). Tätä tukevat myös useat suomalaiset tutkimukset. Pitkäsén ja Kokin (2005) mukaan pääkaupunkilaiset matkustavat viikonloppuisin Järvi-Suomeen vapaa-ajanasunnoilleen erityisesti silloin, kun etäisyys on alle 250 kilometriä ja matka-aika alle kolme tuntia. Ahon ja Ilolan (2006) tutkimuksen perusteella viikonloppukäynnit ovat tyypillisiä, jos vakituisen

asunnon ja vapaa-ajanasunnon välinen etäisyys rajoittuu 200–300 kilometriin. Sen sijaan vapaa-ajanasunnon käyttöön ei juuri vaikuta se, sijaitseeko asunto 500 tai 1 000 kilometrin päässä vakituisesta asunnosta. Hiltunen ja Rehunen (2014) selvittivät paikkatietoaineistolla Suomen suurissa kaupungeissa (Helsinki, Tampere, Oulu, Turku, Kuopio, Jyväskylä) vakituisesti asuvien osalta sitä, missä he omistavat yksityisiä vapaa-ajanasuntoja. Tutkimustulosten mukaan suurissa kaupungeissa, Helsinkiä ja Oulua lukuun ottamatta, vakituisesti asuvien vapaa-ajanasunnnot sijaitsevat useimmiten 80–100 kilometrin etäisyydellä kaupungeista. Erityisesti Helsingissä, mutta myös Oulussa, vakituisen asunnon ja vapaa-ajanasunnon välinen etäisyys on kuitenkin keskimäärin pidempi kuin Suomen muissa suurissa kaupungeissa: Helsingissä se on yli 121 kilometriä ja Oulussa 80–120 kilometriä. Mainitut etäisyyden sisältyvät viikonloppuvyöhykkeeseen.

Vapaa-ajanasumisen luonnetta alueiden (maakunnan) sisäisenä ilmiönä vahvistavat vakituisen asunnon ja vapaa-ajanasunnon väliset keskimääräiset absoluuttiset etäisyydet. Mökkibarometrin (Finnish Consulting Group Oy 2016) mukaan vakituisen asuinpaikan ja vapaa-ajanasunnon välinen etäisyys on keskimäärin 91 kilometriä, kun puolestaan Hiltusen ja Rehusen (2014) tutkimustulosten perusteella se on paikkatietoaineistoilla mitattuna 93 kilometriä ja kyselyaineiston mukaan 149 kilometriä. Adamiakin ym. (2015) kyselytutkimus osoittaa keskimääräiseksi etäisyydeksi 155 kilometriä, ja Tilastokeskuksen (2019) rakennukset ja kesämökkit 2019 -julkaisu ilmoittaa vakituisen asunnon ja vapaa-ajanasunnon keskimääräiseksi etäisyydeksi 92 kilometriä. Vertailun vuoksi Ruotsissa keskimääräinen etäisyys on 87 kilometriä (Müller 2006: 344).

Matkailullisesti vetovoimaiset alueet houkuttelevat vapaa-ajanasukkaita myös kauempaa, alueen (maakunnan) ulkopuolelta, mikä ilmenee vapaa-ajanasunnon omistajien vakituisen asunnon ja vapaa-ajanasunnon pitkinä etäisyyksinä. Kuten aikaisemmin todettiin, tämä on havaittu muun muassa Ruotsin tunturikeskuksissa (Jansson & Müller 2003, 2004; Müller 2005) ja Suomen suurissa matkailukeskuksissa (Kauppila 2008a, 2009a, 2009b, 2010). Esimerkiksi Levillä keskimääräinen etäisyys on 610 kilometriä, Rukalla 398 kilometriä, Saariselällä 778 kilometriä ja Ylläksellä 616 kilometriä. Rukan kohdalla huomattava osa omistajista asuu Oulun seudulla (viikonloppuetäisyys), mikä näkyy kohtalaisen lyhyenä vakituisen asuinpaikan ja vapaa-ajanasunnon välisenä etäisyytenä verrattuna muihin suuriin keskuksiin (Kauppila 2008a, 2010).

Alueellinen (viikonloppuasunnot) etäisyys määritetään siis ”autoetäisyytenä”, mutta viikonloppun ohella vapaa-ajanasuminen ulottuu kansalliselle, jopa kansainväliselle tasolle (Hall ym. 2009: 6). Tämä näkyy Suomesakin ulkomaalaisten omistamien kiinteistöjen määrän kasvuna. Vuosina 2000–2015 ulkomaalaiset hankkivat Suomesta 6 865 kiinteistöä, joista venäläisten osuus oli kaksi kolmasosaa (4 424 kpl). Venäläisten kiinteistöt sijaitsevat lähinnä Järvi-Suomessa Saimaan ympärillä, eli ne ovat huomattavassa määrin vapaa-ajanasuntoja (Hannonen 2016; ks. myös Hiltunen ym. 2016; Honkanen ym. 2016). Mikäli vapaa-ajanasunto sijaitsee etäällä

vakituisesta asunnosta, lomavyöhykkeellä, kohdepaikkakuntien välinen kilpailu on periaatteessa kansainvälistä. Toisin sanoen, vapaa-ajanasunto voi sijaita missä päin tahansa maailmaa. Tällöin korostuu kohteen attraktiivisuus, mukaan lukien palveluvarustus, ja saavutettavuus.

Suhteellisen etäisyyden (ajassa mitattavan) näkökulmasta toimivat, kohtuuhintaiset lentoyhteydet laajentavat huomattavasti viikonloppuvyöhykkeen maantieteellistä aluetta. Esimerkiksi Suomen suurten matkailukeskusten näkökulmasta pääkaupunkiseutu ikään kuin ”siirtyy” suhteellisella etäisyydellä mitattuna lomavyöhykkeeltä viikonloppuvyöhykkeelle lentoliikenteen ansiosta (Kauppila 2008a, 2010a). Näin ollen lomavyöhykkeen ”piikki” liukuu viikonloppuvyöhykkeelle, ja tässä tapauksessa suhteellinen etäisyysmalli muistuttaa McKercherin ja Lew’n (2003) ”etäisyyden kitkakäyrää” viikonloppuvyöhykkeen jälkeen. Myös Lundmark ja Marjavaara (2005) painottavat lentoliikenteen – ja yleensäkin saavutettavuuden – roolia Ruotsin tunturi-alueiden vapaa-ajanasuntojen viikonloppukäytössä. Lentoyhteydet korostuvat kansainvälisessä vapaa-ajanasumisessa, kun omistajat asuvat kaukana vapaa-ajanasunnoistaan. Kaikkiaan lentoliikenne on kutistanut maailman tila-aika-ulottuvuutta niin, että pitkä viikonloppu vetovoimaiseen kohteeseen voi merkitä ainoastaan tunteja kestäviä yhdensuuntaisia lentoja (ks. McKercher & Lew 2003). Suhteellisessa etäisyydessä painottuvatkin liikenneyhteyksien nopeus ja kulkuväline (Hall 2005a, 2005b, 2005c, 2005d). Jos kuljetusteknologiassa tai kuljetusinfrastruktuurissa tapahtuu muutoksia, etäisyysvyöhykkeiden absoluuttinen laajuus kasvaa. Absoluuttisen etäisyyden kohdalla puhutaan ”autoetäisyydestä” vakituisen asunnon ja vapaa-ajanasunnon välillä, mikä tarkoittaa sijainnillista riippuvuutta. Sen sijaan suhteellisen etäisyyden näkökulmasta käsitteenä voisi olla ”saavutettavuusriippuvuus”.

Etäisyydellä on vaikutusta myös vapaa-ajanasukkaiden rahankäytön maantieteelliseen jakautumiseen. Bohlin (1982) tutki Ruotsissa tukholmalaisten vapaa-ajanasunnon omistajien kulutusta kolmella kohdepaikkakunnalla, joiden voidaan tulkita sijaitsevan eri etäisyysvyöhykkeillä. Vakituisen asunnon ja vapaa-ajanasunnon etäisyyden kasvaessa pienempi määrä tavaroista tuodaan mukana asuinalueelta ja vastaavasti suurempi määrä hankitaan vapaa-ajanasunnon sijaintipaikkakunnalta. Samoin pitkä viipymä merkitsee kulutuksen lisääntymistä vapaa-ajanasunnon kohdepaikkakunnalla. Ahon ja Ilolan (2006) tutkimus tukee Bohlinin tuloksia: kauppapalveluita hyödynnetään vähiten silloin, kun vapaa-ajanasunnolle on lyhyt matka. Alle 50 kilometrin etäisyydellä asuvista vain vajaa viidennes käyttää runsaasti kauppapalveluita, kun taas yli 100 kilometrin matka nostaa osuuden jo 44 prosenttiin.

Jos Bohlinin (1982) tutkimustuloksia tulkitaan vapaa-ajanasunnon kohdepaikkakunnan näkökulmasta, vakituisen asunnon pitäisi sijaita riittävän etäällä vapaa-ajanasunnosta, jotta kulutus kohdistuisi vapaa-ajanasun-

non sijaintipaikkakunnalle. Etäisyyden kasvaessa viipymä yleensä pitenee, mikä tukee kulutuksen ohjautumista vapaa-ajanasuntopaikkakunnalle. Lisäksi aikaisemmin todettiin, että vapaa-ajanasunnon käyttöaste on korkea silloin, kun vakituisen asunto sijaitsee korkeintaan viikonloppuetäisyydellä eli viikonloppuvyöhykkeellä. On huomattava, että päiväkäyntivyöhyke sisältyy viikonloppuvyöhykkeeseen.

Yhteenveto: maantieteellisten (maisema-)alueiden vapaa-ajanasumisen ominaispiirteet tila-aika-ulottuvuudessa

Edellä tarkasteltiin vapaa-ajanasumista käyttäen jakoperusteina vapaa-ajanasuntotyyppiä (muutetut-rakennetut) ja tila-aika-ulottuvuutta (viikonloppuasunnot-loma-asunnot). Vapaa-ajanasuntotyypillä tarkoitetaan vapaa-ajanasuntojen määrän lisääntymistä. Se voi periaatteessa tapahtua kahdella tavalla, käyttötarkoituksen muuttamisen tai uudisrakentamisen kautta. Ensimmäisessä tapauksessa aikaisemmin vakituksessa asuinkäytössä ollut rakennus jää tyhjilleen ja sen käyttötarkoitus muutetaan vapaa-ajanasunnoksi. Jälkimmäisessä rakennuksen käyttötarkoitus on jo alun perin vapaa-ajanasunto, eli se rakennetaan varta vasten tätä tarkoitusta varten (Coppock 1977b: 7–8; Müller ym. 2004: 16; Müller 2006: 337–338). Tila-aika-ulottuvuus määrittää pitkälti vapaa-ajanasunnon käyttöä: vierailutiheyttä, viipymää, liikkumisen muotoa ja sijainnillista riippuvuutta (Müller 2002b).

Müller ym. (2004) mallintavat maantieteelliset (maisema-)alueet neljään aluetyyppiin vapaa-ajanasumisen näkökulmasta (ks. kuva 2). Nämä poikkeavat toisistaan vapaa-ajanasuntojen ominaispiirteiltä ja aluekehityksen suhteen sekä vapaa-ajanasuntojen käytön katsannosta. Maantieteellisten (maisema-)alueiden vapaa-ajanasuntojen ominaispiirteet ja aluekehitysnäkökulma on kerätty taulukkoon 2. ”Tavallisilla” maaseutumaisemilla kaupunkien takamaassa sijaitsevien vapaa-ajanasuntojen vetovoimatekijänä on ennen muuta lyhyt etäisyys väestökeskittymiin (kaupunkeihin). ”Mukavuustakamailla” korostuu lyhyen etäisyyden ohella alueen attraktiivisuus. Kauempana vakitukselta asuinpaikasta sijaitsevilla ekstensiivisesti käytetyillä perifeerisillä maisemilla painottuvat emotionaaliset tekijät ja pääasiallisilla loma-alueilla attraktiivisuus. Yhteistä viimeksi mainituille aluetyypeille on pitkä etäisyys väestökeskittymiin.

Taulukko 2. Maantieteellisten (maisema-)alueiden vapaa-ajanasuntojen ominaispiirteet.

Ominaispiirre	”Tavallinen” maaseutumaisema kaupunkien takamaassa	”Mukavuustakamaat”: rannikko- ja vuoristomaisemat	Ekstensiivisesti käytetyt perifeeriset maisemat	Pääasialliset loma-alueet: rannikko- ja vuoristomaisemat
Vetovoimatekijä	Etäisyys	Etäisyys, attraktiivisuus	Emotionaaliset tekijät	Attraktiivisuus
Vapaa-ajanasuntotyyppi	Käyttötarkoituksen muuttaminen	Uudisrakentaminen	Käyttötarkoituksen muuttaminen	Uudisrakentaminen
Ikä	Vanha	Nuori	Vanha	Nuori
Määrä	Pieni	Suuri	Suuri	Suuri
Määrän kehitys	Vähenevä	Vähenevä	Kasvava	Kasvava
Tiheys	Alhainen	Korkea	Alhainen	Korkea
Osuus kokonaisasuntokannasta	Pieni	Pieni	Suuri	Suuri
Arvioidut kiinteistönarvot	Korkea	Korkea	Alhainen	Korkea
Omistuslajijakauma	Yksipuolinen	Yksipuolinen/ monipuolinen	Yksipuolinen	Monipuolinen
Aluekehitys		”Suositut paikat” Dynaamiset alueet	”Katoavat alueet” Staattiset alueet	”Suositut paikat” Dynaamiset alueet

Maantieteellisten (maisema-)alueiden erot ilmenevät vetovoimatekijöissä, vapaa-ajanasuntotyypissä, vapaa-ajanasuntojen iässä, määrässä ja kehityksessä, tiheydessä, osuudessa kokonaisasuntokannasta, arvioiduissa kiinteistönarvoissa ja omistuslajijakaumassa. Vapaa-ajanasuntotyyppi vaikuttaa ennen muuta kiinteistöjen ikään. Sen sijaan alueen attraktiivisuudella ja sijainnilla on merkitystä vapaa-ajanasuntojen määrän ja kehitykseen, tiheyteen, osuuteen kokonaisasuntokannasta, arvioituihin kiinteistönarvoihin ja omistuslajijakaumaan. ”Mukavuustakamaiden” omistuslajijakaumaan vaikuttaa oleellisesti se, onko alueella matkailukeskuksia. Mikäli keskuksia on, silloin omistuslajijakauma on monipuolinen. Muussa tapauksessa se on yksipuolinen perustuen pitkälti yksityisten henkilöiden omistamiin vapaa-ajanasuntoihin.

Vapaa-ajanasuntotyypillä on yhteys myös aluekehitykseen. Vapaa-ajanasuntojen rakentaminen, uudistustoiminta, merkitsee taloudellista aktiviteettia kohdealueelle, ja alueita voidaan kutsua aluekehityksen näkökulmasta ”suosituiksi paikoiksi” tai kehittyviksi, dynaamisiksi alueiksi. Sen sijaan käyttötarkoituksen muuttaminen tulkitaan kohdealueen aluekehityksessä ”katoaviksi alueiksi” tai taantuviksi, staattisiksi alueiksi.

Maantieteellisten (maisema-)alueiden vapaa-ajanasuntojen käytön ominaispiirteet ilmenevät taulukosta 3. Näiden piireiden jakolinjana on ennen muuta etäisyys – vapaa-ajanasuntojen suhde kaupunkiseutujen markkinoihin – ei niinkään maantieteellisen (maisema-)alueen attraktiivisuus. Etäisyys määrittää käyntikertojen

määrää, viipymän pituutta käyntikertaa kohti, etäisyysvyöhykkeitä, käyttömahdollisuutta, viikonloppuvyöhykkeen käyttäjien määrää, vuokraustoiminnan mahdollisuutta, käyttöastetta, kausivaihteluita ja käyttäjien kulutuksen maantieteellistä jakautumista lähtöalueen ja kohdealueen kesken.

Taulukko 3. Maantieteellisten (maisema-)alueiden vapaa-ajanasuntojen käytön ominaispiirteet.

Ominaispiirre	”Tavallinen” maaseutumaisema kaupunkien takamaassa	”Mukavuustakamaat”: rannikko- ja vuoristomaisemat	Ekstensiivisesti käytetyt perifeeriset maisemat	Pääasialliset loma-alueet: rannikko- ja vuoristomaisemat
Etäisyys väestökittymiin (kaupunkiin)	Lyhyt	Lyhyt	Pitkä	Pitkä
Käyntikertojen määrä	Suuri	Suuri	Pieni	Pieni
Viipymän pituus	Lyhyt	Lyhyt	Pitkä	Pitkä
Etäisyysvyöhyke	Viikonloppu	Viikonloppu	Loma	Loma
Käyttömahdollisuus	Viikonloput, loma-ajat	Viikonloput, loma-ajat	Loma-ajat	Loma-ajat
Viikonloppuvyöhykkeen käyttäjien määrä	Suuri	Suuri	Pieni	Pieni
Vuokraustoiminnan mahdollisuus	Pieni	Suuri	Pieni	Suuri
Käyttöaste	Korkea	Korkea	Alhainen	Alhainen
Kausivaihtelu	Pieni	Pieni	Suuri	Suuri
Käyttäjien kulutuksen jakautuminen	Sekä lähtöalue että kohdealue (riippuu etäisyydestä)	Sekä lähtöalue että kohdealue (riippuu etäisyydestä)	Kohdealue	Kohdealue

Etäisyyden merkitystä vapaa-ajanasuntojen käyttöön on syytä tarkastella etäisyysvyöhykkeiden kautta. Tutkimuskirjallisuuden yhteenvedona (Kauppila 2008a, 2010) muodostettu päiväkäyntivyöhyke ulottuu vakituudesta asunnosta 80–100 kilometriin (absoluuttinen etäisyys) ja 60–75 minuuttiin (suhteellinen etäisyys) ja viikonloppuvyöhyke 250–400 kilometriin ja 3–5 tuntiin. Lomavyöhykkeen raja-arvot ovat yli 250–400 kilometriä ja yli 3–5 tuntia.

Vapaa-ajanasuntojen käyttöä on analysoitu pitkälti omistajien näkökulmasta. Jos vapaa-ajanasuntoa käyttävät muutkin kuin omistajat, kuten heidän muu perheensä sekä sukulaiset ja tuttavat, tai vapaa-ajanasuntoa vuokrataan, käyttöaste lisääntyy ja mökkivuorokaudet kasvavat. Muut käyttäjät saattavat asua vakituisesti missä päin tahansa, joten heidän etäisyytensä vuokrattavalle vapaa-ajanasunnolle voi poiketa omistajien vastaavasta. Esimerkiksi pääasialliset loma-alueet saattavat houkutella vuokraajia viikonloppuvyöhykkeeltä, vaikka omistajien näkökulmasta vapaa-ajanasunto sijaitsee lomavyöhykkeellä. Lisäksi vapaa-ajanasunnolla

tehtävä mahdollinen etätyö lisää asunnon käyttöastetta ja mökkivuorokausia, jos etätyötä tehdään vapaa-ajan ulkopuolella. Etätyö edellyttää muun muassa toimivia tietoliikenneyhteyksiä.

Vapaa-ajanasukkaiden kulutus kohdistuu todennäköisemmin vapaa-ajanasunnon sijaintipaikkakunnalle, kun etäisyys vakituisen asunnon ja vapaa-ajanasunnon välillä kasvaa. Samoin pitkä viipymä lisää kulutusta vapaa-ajanasunnon kohdepaikkakunnalla (Bohlin 1982). Kun vapaa-ajanasunto sijaitsee viikonloppuvyöhykettä kauempana, sen käyttö kuitenkin vähenee huomattavasti (Müller 2002b). On huomattava, että viikonloppuvyöhyke kattaa myös päiväkäyntivyöhykkeen. Vapaa-ajanasunnon intensiivinen ympärivuotinen käyttö merkitsee korkeaa käyttöastetta, mikä tarkoittaa pieniä kausivaihteluita.

Kohdealueen yleinen vetovoima vaikuttaa vapaa-ajanasuntojen määrään: mitä vetovoimaisempi on alue, sitä todennäköisemmin se on myös haluttu vapaa-ajanasumisen ympäristö. Alueen yleinen attraktiivisuus on kytköksissä kohteen matkailulliseen asemaan ja rooliin. Yleinen vetovoima ”tavallisella” maaseutumaisemalla kaupunkien takamaassa on alhainen, kun se ekstensiivisesti käytetyillä perifeerisillä maisemilla on kohtalainen. Sen sijaan ”mukavuustakamaiden” ja pääasiallisten loma-alueiden yleinen vetovoima on korkea.

Kohdealueen aluetaloudellisten vaikutusten näkökulmasta kriittisiä tekijöitä ovat vapaa-ajanasunnon intensiivinen käyttömahdollisuus, sisältäen viikonloppuvyöhykkeen suuren käyttäjämäärän, kulutuksen maantieteellinen jakautuminen lähtöalueen ja kohdealueen kesken sekä kohdealueella sijaitsevien vapaa-ajanasuntojen määrä. On korostettava, että ulkopaikkakuntalaisten omistamat vapaa-ajanasunnnot ovat avainasemassa, jotta aluetalouden kiertokulkuun saadaan ”uutta” rahaa, matkailutuloa. Tämä puolestaan aikaansaa työpaikkoja, palkkatuloa ja palkkaverotuloa kohdealueen talouteen.

Ulkopaikkakuntatalaiset maksavat vapaa-ajanasunnoistaan sijaintikuntaan myös kiinteistöverotuloa. Tilastoja (Kuntaliitto 2019; Verohallinto 2019) soveltamalla ja yhdistämällä voidaan laskea kunnittainen vapaa-ajanasuntojen kiinteistöverotulo, joka oli vuonna 2018 esimerkiksi Kuusamossa yhteensä reilu 1,4 miljoonaa euroa (paikalliset ja ulkopaikkakuntalaiset) eli noin viidennes kaikista kaupungin kiinteistöverotuloista. Kohdealueen elinkeinoelämään ja yritystoimintaan ohjautuvan kulutuksen ja kunnille kertyvän kiinteistöverotulon lisäksi vapaa-ajanasukkaille koituu maksuja jätehuollosta, viemäri- ja jätevesihuollosta ja sähköstä, samoin kuin mahdollisista yksityisiemaksuista. Osa näistä maksuista jää aluetalouteen, osa vuotaa aluetaloudesta ulos.

Back ja Marjavaara (2017) esittävät Müllerin ym. (2004) maantieteellisille (maisema-)alueille muutamia keskeisiä ominaispiirteitä, joilla ne eroavat toisistaan. Tyypittely osoittaa, että vapaa-ajanasunnnot ja vapaa-ajanasuminen on alueellisesti heterogeeninen ilmiö.

(1) ”Tavallinen” maaseutumaisema kaupunkien takamaassa:

Vapaa-ajanasunnot ovat iältään vanhoja ja todennäköisesti muutettuja vakituisesta asuinkäytöstä sijaiten lähellä vakituisia asuntoja, joten vierailutiheys on korkea. Läheinen sijainti kaupunkialueisiin merkitsee vapaa-ajanasuntojen vähenevää määrää, arvioitujen kiinteistönarvojen nousua ja vähäistä osuutta suhteessa kokonaisasuntokantaan. Arvioitujen kiinteistönarvojen nousuun on syynä nimenomaan läheinen kaupunkisijainti, sillä kaupunkialueiden läheisyydessä kiinteistöjen kysyntä, vakituisten ja vapaa-ajanasuntojen, ja siten niiden arvot ovat yleisesti ottaen korkeampia kuin perifeerisellä maaseudulla. Vakituisten asuntojen myönteinen hintakehitys nostaa myös vapaa-ajanasuntojen hintoja. Vapaa-ajanasuntojen tiheys on alhainen johtuen alueen vähäisestä attraktiivisuudesta. Vapaa-ajanasuntojen määrän väheneminen ja arvioitujen kiinteistönarvojen nousu johtuu myös siitä, että vapaa-ajanasuntoja muutetaan vakituisen asuinkäyttöön kaupunkien laajenemisen myötä. Tämä koskee erityisesti suurkaupunkien ympäristöä.

(2) ”Mukavuustakamaat”: rannikko- ja vuoristomaisemat:

Vapaa-ajanasunnot ovat iältään nuorta uudistuotantoa ja sijaitsevat lähellä vakituisia asuntoja kaupunkien läheisyydessä, joten vierailutiheys on korkea. On todennäköistä, että vapaa-ajanasuntojen määrä vähenee kaupunkien läheisyydestä johtuen, sillä vapaa-ajanasuntoja muutetaan vakituisiksi asunnoiksi ja arvioidut kiinteistönarvot nousevat. Tämä koskee erityisesti suurkaupunkien ympäristöä. Läheisyys väestökeskittymiin merkitsee alhaista vapaa-ajanasuntojen osuutta suhteessa kokonaisasuntokantaan. Koska uudistuotanto kohdistuu attraktiivisille alueille, vapaa-ajanasuntojen tiheys oletetaan korkeaksi.

(3) Ekstensiivisesti käytetyt perifeeriset maisemat:

Vapaa-ajanasunnot ovat iältään vanhoja ja todennäköisesti muutettuja vakituisista asuinkäytöstä sijaiten kaukana vakituisista asunnoista, joten vierailutiheys on alhainen. Vapaa-ajanasuntojen määrä kasvaa väestökadosta johtuen. Sen sijaan vapaa-ajanasuntojen arvioidut kiinteistönarvot laskevat, mutta vapaa-ajanasuntojen osuus kokonaisasuntokannasta on korkea. Vapaa-ajanasuntojen tiheys on alhainen, koska maaseutu yleisesti on harvaan asuttu ja asutusrakenne on hajautunut.

(4) Pääasialliset loma-alueet: rannikko- ja vuoristomaisemat:

Vapaa-ajanasunnot ovat iältään nuorta uudistuotantoa ja sijaitsevat kaukana vakituisista asunnoista, joten vierailutiheys on alhainen. Alueet ovat attraktiivisia eivätkä ole suoraan päällekkäinen kaupunkien kiinteistö-

markkinoiden kanssa, joten vapaa-ajanasuntojen määrä on kasvaa ja arvioidut kiinteistönarvot nousevat. Attraktiiviseen alueeseen vedoten vapaa-ajanasuntojen osuus kokonaisasuntokannasta on korkea, samoin kuin vapaa-ajanasuntojen tiheys.

On huomattava, että Müllerin (2004) ym. malli ei kuitenkaan tarkoita sitä, että tietyllä maantieteellisellä (maisema-)alueella voisi olla vain yhdentyypisiä vapaa-ajanasuntoja. Kyse on enemmänkin alueella vallitsevasta vapaa-ajanasuntotyypistä.

Pohdinta: vapaa-ajanasumisen vaikutukset maantieteellisten (maisema-)alueiden yritystoimintaan ja aluetalouteen

Vapaa-ajanasuntojen aluetyypeillä on erilaiset mahdollisuudet yritystoiminnalle ja palveluiden tarjoamiselle vapaa-ajanasukkaille (ks. taulukot 2 ja 3). Uudistuotannon kautta kehittyvät, dynaamiset alueet, joita ovat ”mukavuustakamaat” ja pääasialliset loma-alueet, ovat intensiivisen vapaa-ajanasuntojen rakentamisen kohteena. Tämä antaa hyvät lähtökohdat yritystoiminnalle ja elinkeinoelämän kehittämiseksi – rakentaminen luo taloudellista aktiviteettia kohdealueelle. Sen sijaan taantuvat, staattiset alueet, kuten ekstensiivisesti käytetyt perifeeriset maisemat, ovat yleisesti ottaen haasteellisia yritystoiminnan ja palveluiden kehittämiseksi negatiivisen väestökehityksen vuoksi. Usein pohditaan sitä, ovatko tulevat sukupolvet enää innostuneita vapaa-ajanasumisesta. Tämä on fundamentaalinen kysymys vapaa-ajanasumiseen perustuvan yritystoiminnan kehittämismahdollisuuksille. Pitkäsen ym. (2014) tutkimustulosten mukaan Suomessa nuoret y-sukupolvet (syntyneet 1982–2005) ovat kiinnostuneita vapaa-ajanasumisesta myös tulevaisuudessa, mikä on myönteinen signaali kohdepaikkakunnille.

Pohdinnassa keskitytään vapaa-ajanasumisen taloudellisiin vaikutuksiin kohdealueen (palvelu)yritystoimintaan ja elinkeinoelämään Müllerin ym. (2004) mallin mukaisilla maantieteellisillä (maisema-)alueilla (taulukko 4). Kyse on teoreettisista arvioista, sillä ne ovat vailla empiriaa. Kohdealueen yritystoiminta muodostuu useista toimialoista. *Rakentamistoimiala* sisältää kiinteistö- (esim. rakennusyrietykset, sähkö- ja LVI-yrietykset) ja maarakentamisen (esim. koneurakointi ja maansiirtoyrietykset). ”*Yleisiin toimialoihin*” luetaan päivittäistavarakauppa (erikoistumaton vähittäiskauppa, esim. marketit, kioskit, Alko), erikoistavarakauppa (erikoistunut vähittäiskauppa, esim. rauta-, rakennus- ja koneliikkeet), huoltoasemat ja liikenne (taksit, paikallisliikenne, autonvuokraus). *Matkailutoimialat* koostuvat ravitsemispalveluista (esim. kahvilat, ravintolat) sekä ohjelma- ja virkistyspalveluista (esim. tapahtumat, harrastukset, ohjelmalvelut). Matkailutoimialoista puuttuu luonnollisesti majoitustoiminta. *Tukitoimialoihin* kuuluvat puolestaan kiinteistönhoito ja -huolto (esim. remontit, kiinteistön ja teiden kunnossapito, auraus, vartiointi, siivous, polttopuidenteko, pihatyöt)

sekä pitopalvelut (ateriapalvelu). Tukipalvelut ”tuodaan” vapaa-ajanasunnolle, kun muut palvelut ”haetaan” vapaa-ajanasunnan ulkopuolelta. Taulukossa on arvioitu myös kohdealueelle koituvia aluetaloudellisia vaikutuksia kokonaisuudessaan.

Taulukko 4. Vapaa-ajanasumisen aikaansaamat taloudelliset vaikutukset kohdealueen (palvelu)yritystoimintaan maantieteellisillä (maisema-)alueilla. X = vähäiset, XX = kohtalaiset ja XXX = merkittävät.

(Palvelu)yritystoiminta	”Tavallinen” maaseutumaisema kaupunkien takamaassa	”Mukavuustaka- maat”: rannikko- ja vuoristomaiset	Ekstensiivisesti käytetyt perifeeriset maisemat	Pääasialliset loma- alueet: rannikko- ja vuoristomaiset
Rakentamistoimiala				
Rakentaminen	X	XXX	X	XXX
”Yleiset toimialat”				
Päivittäistavara- kauppa	XX	XXX	XXX	XXX
Erikoistavara- kauppa	XX	XXX	XXX	XXX
Huoltoasemat	XX	XXX	XXX	XXX
Liikenne	X	X	X	X(X)
Matkailutoimialat				
Ravitsemistoiminta	X	XX	X	XX
Virkistys- ja ohjelma- palvelut	X	XX	X	XX
Tukitoimialat				
Kiinteistönhoito ja -huolto	XX	XXX	XXX	XXX
Pitopalvelut	X	XX	X	XX
Aluetaloudelliset vaikutukset	Pienet	Suuret	Kohtalaiset	Suuret

”Tavallinen” maaseutumaisema kaupunkien takamaassa. Uudistuotannon puuttuessa vapaa-ajanasumisen taloudelliset vaikutukset rakentamistoimialaan ovat vähäiset. ”Yleistä toimialoista” vähittäiskauppa ja huoltoasemat hyötyvät vapaa-ajanasumisesta vain kohtalaisesti, sillä osa hankinnoista tehdään lähtöalueelta joutuessa lyhyestä etäisyydestä ja viipymästä. Lisäksi kohdealueen vähittäiskauppa- ja huoltamopalvelut voivat olla maaseutualueilla puutteelliset kuntakeskusten ulkopuolella, mikä asettaa omat rajoituksensa palveluiden hankkimiselle. Liikenteen saama hyöty on vähäinen, sillä vapaa-ajanasukkaat ovat usein omatoimisia liikumisen suhteen: he käyttävät omaa autoa liikkumiseen lähtöalueelta kohdealueelle ja kohdealueen sisäiseen liikkumiseen.

Matkailutoimialan palveluita ”tavallisilla” maaseutumaisemilla kaupunkien takamaassa on usein niukasti, koska alue ei ole matkailullisesti vetovoimainen. Tämän johdosta matkailupalveluiden hyöty vapaa-ajanasumisesta on vähäinen. Lisäksi ravitsemistoiminnan näkökulmasta vapaa-ajanasukkaat ovat pitkälti omatoimisia ja tekevät ruuat itse vapaa-ajanasunnollaan.

Tukitoimialoista kiinteistönhoito ja -huolto saavat kohtalaisesti hyötyä vapaa-ajanasumisesta. Tämä johtuu kahdesta tekijästä. *Ensiksi*, lyhyen etäisyyden vuoksi vapaa-ajanasunnolle tehdään useita vierailuita, mikä vähentää kiinteistönhoidon ja -huollon tarvetta. *Toiseksi*, omistuslajijakaumasta puuttuvat yksityisten yritysten/pankkien/vakuutuslaitosten vapaa-ajanasunnot. Kuten aikaisemmin on tullut ilmi, vapaa-ajanasunnot ovat muualla kuin matkailukeskuksissa lähes kokonaan yksityisten henkilöiden omistamia, sillä yksityisten yritysten/pankkien/vakuutuslaitosten vapaa-ajanasunnot ovat kasautuneet keskuksiin. ”Tavallisella” maaseutumaisemalla kaupunkien takamaassa ei ole matkailukeskuksia. Pitopalveluiden kohdalla hyöty on vähäinen johtuen kyseisen aluetyypin vapaa-ajanasuntojen omistuslajijakaumasta. Yksityiset yritykset/pankit/vakuutuslaitokset hyödyntävät pitopalveluita esimerkiksi kestisessään vapaa-ajanasunnolla sidosryhmiään (yrittävien, liikeyrittäjien).

Vapaa-ajanasumisen aluetaloudelliset vaikutukset ovat kokonaisuudessaan pienet johtuen lähtöalueelta tehtävistä hankinnoista, palvelurakenteen ja -varustuksen, mukaan lukien matkailupalvelut, vaatimattomuudesta sekä vapaa-ajanasuntojen pienestä määrästä.

”Mukavuustakamaat”: rannikko- ja vuoristomaisemat. Uudistuotannon myötä taloudelliset vaikutukset rakentamistoimialaan ovat merkittäviä. ”Yleisistä toimialoista” vähittäiskauppa ja huoltoasemat hyötyvät vapaa-ajanasumisesta huomattavasti, sillä viikonloppukäyttäjien (useat vierailut, lyhyet viipymät) ohella alueen attraktiivisuus houkuttelee myös loma-aikakäyttäjää (harvat vierailut, pitkä viipymät). Lisäksi alueen lyhyt etäisyys väestökeskittymiin (kaupunkeihin) ja vetovoimaisuus mahdollistavat vuokraustoiminnan, mikä lisää entisestään potentiaalisia vapaa-ajanasunnon käyttäjiä ja intensiivistä käyttöä. Tämä konkretisoituu suurena käyttöasteena ja mökkivuorokausina. Vähittäiskaupan, erityisesti päivittäistavara- ja tarjonta on monipuolinen johtuen suuresta kysynnästä eli vapaa-ajanasukkaiden ohella muista alueella vierailevista matkailijoista. Vähittäiskauppa sisältää myös rakentamisen kannalta oleellisia toimialoja ja yrityksiä. Kuten aikaisemmin todettiin, liikenteen näkökulmasta vapaa-ajanasukkaat ovat omavaraisia. Vetovoimaisuuteen viitaten alueella on runsaasti vapaa-ajanasuntoja, mikä aikaansaa myös sukulaisten ja tuttavien vierailuita kohteeseen.

Matkailutoimialan palveluita on ”mukavuustakamailla” usein kohtalaisesti, joissakin tapauksissa jopa runsaasti, koska ne ovat matkailullisesti vetovoimaisia. Alueyyppi voi sisältää myös matkailukeskuksia, joiden yhdeksi toiminnoksi on tunnustettu rooli loma-asuntoympäristönä (Kauppila 2005, 2007, 2008a, 2008b, 2009a, 2009b, 2015). Näin ollen matkailutoimialat hyötyvät kohtalaisesti vapaa-ajanasumisesta, vaikka vapaa-ajanasukkaat ovat esimerkiksi ravitsemistoiminnan suhteen omavaraisia. Virkistys- ja ohjelmapalveluiden tarjonta aikaansaa vapaa-ajanasukkaissa jonkin verran näiden palveluiden kysyntää, joten toimiala hyötyy vapaa-ajanasumisesta kohtalaisesti.

Tukitoimialoista on nostettava esille kiinteistönhoidon ja -huollon saama merkittävä hyöty vapaa-ajanasumisesta. Erityisesti toimialalle on kysyntää matkailukeskuksissa. Tätä voidaan perustella matkailukeskusten vapaa-ajanasuntojen rakenteellisilla piirteillä ja hankintamotiiveilla, jotka tuodaan ilmi myöhemmin yksityiskohtaisesti pääasiallisten loma-alueiden kohdalla.

Yksityisten yritysten/pankkien/vakuutuslaitosten omistamat vapaa-ajanasunnot, joita on siis erityisesti matkailukeskuksissa, tarjoavat kohtalaisia mahdollisuuksia pitopalveluille. Kuten aikaisemmin todettiin, mainitut omistajatahot hyödyntävät pitopalveluita esimerkiksi kestitessään vapaa-ajanasunnolla sidosryhmiään (yritysvieraat, liikekumppanit).

Vapaa-ajanasumisen aluetaloudelliset vaikutukset ovat kokonaisuudessaan suuret johtuen vapaa-ajanasuntojen intensiivisestä käytöstä (mökkivuorokausista), kohdealueen monipuolisesta palvelurakenteesta ja -varustuksesta sekä vapaa-ajanasuntojen suuresta määrästä.

Ekstensiivisesti käytetyt perifeeriset maisemat. Rakentamistoimialalla kyseinen alueyyppi noudattaa pitkälti ”tavallisen” maaseutumaiseman kaupunkien takamaan piirteitä. ”Yleisissä toimialoissa” vähittäiskaupan ja huoltoasemien saama hyöty on kuitenkin merkittävä, koska pitkä etäisyys ja viipymä ohjaavat hankintoja kohdealueelle. Liikenteessä tämä alueyyppi noudattaa ”tavallisen” maaseutumaiseman kaupunkien takamaan ominaispiirteitä. Tukitoimialoista kiinteistönhoidon ja -huollon saama hyöty voi olla merkittävä, koska omistajat asuvat kaukana vapaa-ajanasunnoissaan eli he ovat ”pitkämatkalaisia”: pitkän etäisyyden vuoksi vierailut ovat lukumäärältään harvoja. Sen sijaan pitopalvelut noudattavat ”tavallisen” maaseutumaiseman kaupunkien takamaan tilannekuvaa ja perusteluita.

Vapaa-ajanasumisen aluetaloudelliset vaikutukset ovat kokonaisuudessaan kohtalaiset johtuen pitkälti vähittäiskaupan, huoltoasemien sekä kiinteistönhoidon ja -huollon saamista talousvaikutuksista sekä vapaa-ajanasuntojen suuresta määrästä.

Pääasialliset loma-alueet: rannikko- ja vuoristomaisemat. Uudistuotantoon viitaten rakentamistoimialan hyöty on huomattava, aivan kuten ”mukavuustakamaiden” kohdalla. ”Yleisistä toimialoista” vähittäiskaupan ja huoltoasemien saamat taloudelliset vaikutukset ovat merkittäviä, sillä loma-aikakäyttäjien pitkä etäisyys ja viipymä ohjaavat kulutusta kohdepaikkakunnalle. Alueen vetovoimaisuuden myötä vapaa-ajanasunnon vuokraustoiminta on mahdollista. Tällöin vapaa-ajanasuntojen käyttöaste ja mökkivuorokaudet lisääntyvät entisestään. Liikenteeseen pätevät samat tilannekuvat ja perustelut kuin ”mukavuustakamaiden” kohdalla. Toisaalta liikenteessä on otetta huomioon se, että mikäli vapaa-ajanasukkaat –pitkästä etäisyydestä johtuen – matkaavat vapaa-ajanasunnolle julkisilla liikennevälineillä (linja-auto, juna, lentokone), heillä saattaa olla tarve liikennepalveluiden käyttöön kohdealueella liikkessaan. Tämä luonnollisesti lisää liikenteen saamaa hyötyä vapaa-ajanasumisesta. Vetovoimaisuuden ansiosta alueella on suuri määrä vapaa-ajanasuntoja, mikä aikaansaa myös sukulaisten ja tuttavien vierailuita kohteeseen.

Matkailutoimialojen tilannekuvat ja perustelut ovat samat kuin ”mukavuustakamaiden” kohdalla. Matkailukeskuksia on pääasiallisilla loma-alueilla enemmän ja ne ovat suurempia kuin ”mukavuustakamailla”, mikä merkitsee ensiksi mainitun aluetyypin matkailutoimialojen suurempaa volyymia ja monipuolisuutta.

Tukitoimialoista kiinteistönhoidon ja -huollon tarve on pääasiallisilla loma-alueilla jopa mittavampi kuin ”mukavuustakamailla”. Tätä perustellaan vapaa-ajanasuntojen rakenteellisilla piirteillä: pääasiallisilla loma-alueilla on matkailukeskuksia, joiden vapaa-ajanasuntojen omistuslajijakauma on monipuolinen sisältäen myös yksityisten yritysten/pankkien/vakuutuslaitosten omistamia asuntoja.

Matkailukeskusten vapaa-ajanasuntojen hankintamotiiveissa painottuvat vetovoimaisen luonnon ja maisemien ohella harrastusmahdollisuudet (Saarinen & Vaara 2002; Jansson & Müller 2003, 2004; Lundmark & Marjavaara 2005; Müller 2005). Kuten aikaisemmin todettiin, vuokraustoiminta on matkailukeskuksissa yleisempää kuin maaseutu ympäristössä. Näin ollen vapaa-ajanasunto on voitu hankkia sijoitusmielessä arvonnousua ja vuokraustoimintaa silmällä pitäen. Uuden-Seelannin Wanakassa (Keen & Hall 2004), Norjassa (Flognfeldt 2004) ja Suomen hiihtokeskuksissa (Komppula ym. 2008) yhdeksi vapaa-ajanasunnon hankintamotiiviksi paljastui sijoitus. Sijoitukselle odotetaan arvonnousua, ja vapaa-ajanasuntojen hinnat ovatkin korkeita matkailukeskuksissa.

Yhteenvedon kiinteistönhoidon ja -huollon tarpeeseen vaikuttavat seuraavat tekijät matkailukeskusympäristössä. *Ensiksi*, vapaa-ajanasunnoilla vierailaan harvoin johtuen vakituisen asunnon ja vapaa-ajanasunnon välisestä pitkästä etäisyydestä. *Toiseksi*, matkailukeskusten omistuslajeissa korostuvat yksityiset yritykset/pankit/vakuutuslaitokset. *Kolmanneksi*, omistajat haluavat pitää hyvää huolta vapaa-ajanasunnostaan,

sijoituksestaan, kun vapaa-ajanasunnot ovat uusia, moderneja ja varustelutasoltaan korkealaatuisia. Pitopalveluilla, viitaten omistuslajijakaumaan, on mahdollista jopa suurempaan kuin kohtalaiseen hyötyyn yksityisten yritysten/pankkien/vakuutuslaitosten kestityksessään vapaa-ajanasunnolla sidosryhmiään (yritysvieraat, liikekumppanit).

Kaikkiaan Pohjois-Suomesta julkaistujen tutkimusten (Kauppila 1995a, 1995b, 1998, 2004) mukaan matkailukeskusten kehitysprosessin edessä yritysten määrä lisääntyy ja toimialarakenne monipuolistuu. Monipuolistumisen yhtenä ominaispiirteenä on vapaa-ajanasuntojen rakentaminen, minkä myötä alueelle luodaan muun muassa kiinteistö-, mökki- ja vartiointipalveluita.

Pääsiallisten loma-alueiden kohdalla on muistettava niiden matkailullinen asema ja rooli: matkailu on alueiden primaarinen toiminto. Tämä vuoksi alueille on kasautunut runsaasti (matkailu)palveluita ja niiden saavutettavuus lähtöalueilta on hyvä. Saavutettavuus tarkoittaa sitä, että kohdealueelle on toimivat liikenneyhteydet, mukaan lukien lentoliikenne. Tällöin absoluuttinen ja suhteellinen ”autoetäisyys” saa rinnalleen ”lentoetäisyyden”, jossa korostuu vakituisen asuinpaikan ja vapaa-ajanasunnon suhteellinen etäisyys. Näin ollen pääsialliselle loma-alueelle toimivat, kohtuuhintaiset lentoliikenneyhteydet laajentavat huomattavasti viikonloppuvyöhykkeen maantieteellistä aluetta (Kauppila 2008a, 2010), mikä edesauttaa vapaa-ajanasunnon intensiivisempää käyttöä lisäten käyttöastetta, mökkivuorokausia ja edelleen aluetaloudellisia vaikutuksia.

Vapaa-ajanasumisessa on havaittavissa pääsiallisten loma-alueiden kohdalla vahva matkailullinen elementti. Tämä tarkoittaa sitä, että vapaa-ajanasunnot sijaitsevat usein lomavyöhykkeellä. Esimerkiksi Rukalla yksityisten vapaa-asuntojen omistajien kotipaikat (Kauppila 2008a, 2009a, 2009b, 2010) ovat pitkälti samoja kuin Kuusamon kotimaisten talvimatkailijoiden lähtöalueet eli Oulun seutu ja pääkaupunkiseutu (Rämet & Kauppila 2001). Tämä on havaittu myös Järviluoman (2017) raportissa, jonka mukaan erityisesti Kuusamon talvimatkailijoiden lähtöalueissa korostuvat Uusimaa (pääkaupunkiseutu) ja Pohjois-Pohjanmaa (Oulun seutu).

Tutkimuksissa (esim. Saarinen 2001: 31–67, 2003, 2004; Kauppila 2004) on todettu matkailukeskusten linkittyminen matkailijoiden lähtöalueiden sosiaalisiin ja taloudellisiin ominaispiirteisiin, mitä vapaa-ajanasuntojen omistajien kotipaikkatarkastelu vahvistaa. Lähtöalueiden ja kohdealueiden yhteyttä tukevat myös Lundmarkin (2005) tutkimustulokset Ruotsin tunturialueilta, joissa huomattava määrä matkailukeskuskuntien työntekijöistä asuu vakituisesti Tukholman ja Göteborgin alueella eli kotimaisten matkailijoiden pääsiallisilla lähtöalueilla. Matkailukeskukset voidaankin tulkita kaupunkiseutujen etäispäätteiksi. Onko kyseessä vapaa-ajanasumisen näkökulmasta jatkumo, jossa kohteessa vierailaan aluksi matkailijana ja myöhemmin alueelta

hankitaan vapaa-ajanasunto? Tähän antaa viitteitä Italian Etelä-Tirolin tutkimus (Brida ym. 2011). Sen mukaan peräti 95 prosentille vapaa-ajanasunnon omistajista vetomainen matkailualue oli tuttu jo ennen asunnon hankkimista, sillä he olivat vierailleet kohteessa aikaisemmin lomalla matkailijoina.

Vapaa-ajanasumisen aluetaloudelliset vaikutukset ovat kokonaisuudessaan suuret johtuen vapaa-ajanasuntojen intensiivisestä käytöstä (mökkivuorokausista), kohdealueen monipuolisesta palvelurakenteesta ja -varustuksesta sekä vapaa-ajanasuntojen suuresta määrästä.

Lopuksi: vapaa-ajanasunnon optimaalinen sijainti kohdealueen aluetaloudellisten vaikutusten näkökulmasta

Vapaa-ajanasuminen hyödyttää ”yleisistä toimialoista” erityisesti vähittäiskauppaa niin päivittäistavarakauppan kuin erikoistavarakauppan osalta. Esimerkiksi mökkibarometrin (Finnish Consulting Group Oy 2016) mukaan vapaa-ajanasukkaat käyttävät eniten kohdealueen palveluista juuri ruokakauppoja ja neljänneksi eniten erikoisliikkeitä. Myös Adamiakin ym. (2015) tutkimuksessa tärkeimpinä paikallisina palveluina korostuvat päivittäistavarat ja ennen muuta ruokakaupat. Sen sijaan matkailupalveluihin taloudelliset vaikutukset ovat vain kohtalaisia, sillä vapaa-ajanasukkaiden aktiviteetit liittyvät huomattavassa määrin vapaa-ajanasunnolla olemiseen ja itsenäiseen tekemiseen.

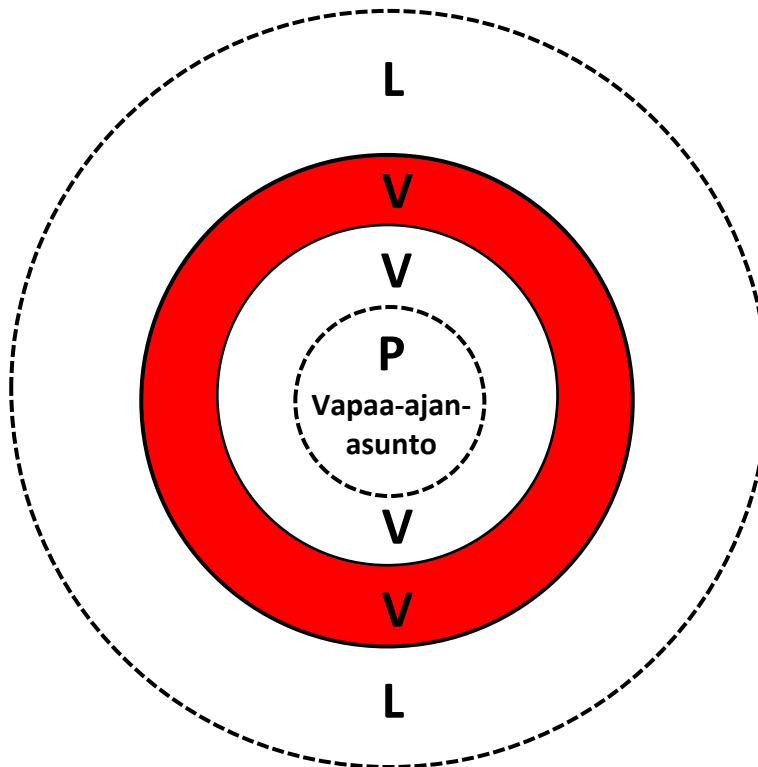
Tukitoimialoista on nähtävissä kiinteistönhoidon ja -huollon kasvava tarve, erityisesti matkailullisesti attraktiivisilla alueilla ja kohdealueilla, joissa vapaa-ajanasuntojen omistajat asuvat kaukana vapaa-ajanasunnostaan ja omistuslajijakauma on monipuolinen. Yleisesti ottaen vapaa-ajanasukkaat ovat jo melko iäkkäitä, nuoremmita vapaa-ajanasukkailta puuttuu ehkä kädentaitojen osaaminen ja vapaa-ajanasukkaat haluavat nauttia ajastaan sekä harrastuksistaan asunnollaan ilman ”työleiriä”. Tämä avaa mahdollisuuksia yritystoiminnalle, esimerkiksi ”mökkitalkkareille”. Vuonna 2018 valmistuneiden, uusien vapaa-ajanasuntojen omistajien keski-ikä oli 55 vuotta, kun kyseisenä vuonna kaikkien vapaa-ajanasunnon omistajien keski-ikä oli 63 vuotta (Tilastokeskus 2019). Mökkibarometrin (Finnish Consulting Group Oy 2016) mukaan vapaa-ajanasukkailla on kiinnostusta ostaa erityisesti seuraavia kiinteistöhoito- ja -huolto palveluita: korjaus- ja remonttitoita, lumen aurausta sekä puidenkaatoa/polttopuiden tekemistä.

Mikäli vapaa-ajanasumisen kausivaihtelut ovat pienet, tämä tukee palveluiden saatavuuden ympärivuotisuutta, mikä on merkille pantavaa myös paikallisten asukkaiden näkökulmasta. Luonnollisesti kohdepaikkakunnan palveluvarustuksen ja -tarjonnan on oltava sellainen, että se tyydyttää vapaa-ajanasukkaiden tarpeet

ja kysynnän. Kaikkiaan vapaa-ajanasuminen edesauttaa palvelutarjonnan ylläpitoa ja kehittymistä kohdepaikkakunnalla, mikä aikaansaa rahavirtoja paikallisiin yrityksiin, työpaikkoja ja verotuloja sekä palveluita paikallisille asukkaille. Erityisesti alueilla, joissa vakituinen väestömäärä vähenee, ulkopaikkakuntalaiset vapaa-ajanasukkaat, tilapäiset asukkaat, ovat yrityksille tärkeitä, sillä he paikkaavat hiipuvaa paikallista kysyntää ja tuovat aluetalouden kiertokulkuun ”uutta” rahaa. Vapaa-ajanasuminen ei vaadi erityisiä matkailupalveluita eikä mittavia julkisen sektorin investointeja, mutta jonkin verran tarvitaan julkisen sektorin panostuksia kaa-voitukseen, kunnallistekniikkaan, tiestöön ja sähköyhteyksiin. On korostettava, että vapaa-ajanasunto on investointi kohdealueelle. Sen myötä vapaa-ajanasukkaat sitoutuvat viettämään vapaa-aikaansa tietyissä kohteissa – he ovat kanta-asiakkaita.

Lopuksi määritetään tutkimuskirjallisuuden sekä tämän artikkelin keskeisiin tuloksiin (ks. taulukot 2 ja 3) ja pohdintoihin (ks. taulukko 4) perustuen teoreettisesti vapaa-ajanasunnon optimaalinen sijainti kohdealueen myönteisten taloudellisten vaikutusten maksimoimiseksi. Kyse on siis vakituisen asuinpaikan ja vapaa-ajanasunnon välisestä etäisyydestä. Kuten aikaisemmin on käynyt ilmi, etäisyystutkimukset on luotu lähinnä lähtöalueen näkökulmasta, mutta maantieteelliset matkailututkimukset ovat usein kohdealue-keskeisiä. Näin ollen teoreettisen optimaalisen sijainnin määrittämisessä vapaa-ajanasumisen etäisyysmalli käännetään: kohdealue on mallin keskiössä ja etäisyysvyöhykkeet laajenevat kohdealueelta, vapaa-ajanasunnosta, lähtöaluetta, vapaa-ajanasunnon omistajia, kohti.

Teoreettisesti vapaa-ajanasunnon on sijaittava niin, että väestökeskittym(i)ä on viikonloppu- ja lomavyöhykkeen rajamailla, ehkäpä 200–300 kilometrin (absoluuttinen etäisyys) ja maksimissaan kolmen tunnin (suhteellinen etäisyys) päässä vapaa-ajanasunnosta ”autoetäisyydellä” mitattuna (kuva 4). Tällöin etäisyys kohdealueeseen on sellainen, että yhtäältä asuntoa on mahdollisuus käyttää intensiivisesti eli viikonloppuisin (useat vierailut, lyhyet viipymät) ja loma-aikoina (harvat vierailut, pitkät viipymät) ja toisaalta hankinnat suuntautuvat vapaa-ajanasunnon sijaintikuntaan. Periaatteessa viipymä voi vaihdella muutamasta päivästä kuu-kausiin. Loma-aikakäytön houkuttelevuutta lisää se, jos vapaa-ajanasunto sijaitsee vetovoimaisella matkailu-alueella. Tämä tarjoaa hyvän mahdollisuuden vapaa-ajanasunnon vuokraamiseen, samoin kuin sukulaisten ja tuttavien vierailulle, mikä osaltaan lisää asunnon käyttöastetta ja mökkivuorokausia. Mikäli vapaa-ajanasunnolla tehdään etätyötä vapaa-ajan ulkopuolella, tämä edesauttaa asunnon käyttöasteen ja mökkivuorokausien kasvua. Toimivat lentoyhteydet kohdealueelle puolestaan laajentavat suhteellista viikonloppuvyöhykettä ja siten monipuolistavat vapaa-ajanasunnon käyttäjäryhmiä ja käyttömahdollisuutta. Monipuoliset omistuslajit mahdollistavat tukipalveluyritystoiminnan (esim. kiinteistöhoito ja -huolto, pitopalvelut).



Kuva 4. Vapaa-ajan-asunnon optimaalinen sijainti kohdealueen myönteisten aluetaloudellisten vaikutusten maksimoimiseksi. Punainen väri kuvaa väestökeskittymän/-mien sijaintia. P = päiväkäyntivyöhyke, V = viikonloppuvyöhyke ja L = lomavyöhyke. Päiväkäyntivyöhyke sisältyy viikonloppuvyöhykkeeseen. Lomavyöhykkeellä ei ole maantieteellisiä rajoja, vaan se ulottuu kansainväliselle tasolle saakka.

Vapaa-ajan-asunnon sijainti, alueen attraktiivisuus ja monipuoliset harrastusmahdollisuudet (kesä-talvi) ruokivat ympärivuotista käyttöä, mikä tarkoittaa pieniä kausivaihteluita kohdealueelle. Vapaa-ajan-asunnon tasainen käyttöaste puolestaan aikaansaa ympäri vuoden vakaita rahavirtoja asunnon sijaintipaikkakunnalle. Kaikkiaan vapaa-ajan-asunnon intensiivinen käyttö ja suuri vapaa-ajan-asuntojen määrä, johtuen vetovoimaisesta ympäristöstä, merkitsee palveluiden käyttöä ja siten mittavia aluetaloudellisia vaikutuksia kohdealueelle. On huomattava, että mökkivuorokausiin vaikuttava seuruekoko on alueriippumaton muuttuja, joka on yhteydessä vapaa-ajan-asunnon kokoon. *Edellä esitetyn sijaintivaatimuksen täyttää parhaiten Müllerin ym. (2004) maantieteellisistä (maisema-)alueista "mukavuustakamaat": rannikko- ja vuoristoalueet (ks. kuva 2).*

Seuraavassa tiivistetään kohdealueen kriittiset tekijät, jotka edesauttavat vapaa-ajanasumisen myönteisten taloudellisten vaikutusten kertymistä paikallistasolle:

- *viikonloppuetäisyydellä on väestökeskittym(i)ä: suuri potentiaalisten käyttäjien määrä*
- *kohdealueen sijainti attraktiivisella matkailualueella: suuri vapaa-ajanasuntojen määrä*
- *monipuolinen käyttömahdollisuus: viikonloppu ja loma-ajat*
- *monipuoliset käyttäjäryhmät: oma käyttö, sukulaiset ja tuttavat sekä vuokraajat*
- *monipuoliset harrastusmahdollisuudet: kesä- ja talvikausi*
- *vapaa-ajankäytön ohella etätyökäyttö: toimivat tietoliikenneyhteydet*
- *ympärivuotinen käyttö: pienet kausivaihtelut, tasaiset rahavirrat*
- *monipuolinen omisselityskausi: yksityiset henkilöt, asunto-oy/kiinteistöoy ja yksityiset yritykset/pankit/vakuutuslaitokset*
- *toimivat liikenneyhteydet, mukaan lukien lentoliikenne: viikonloppuvyöhykkeen maantieteellinen laajeneminen*
- *kohdealueen monipuolinen palvelutarjonta ja yritystoiminta: rakentamistoimiala, ”yleiset toimialat”, matkailutoimialat ja tukitoimialat*

Suuri käyntimäärä, pitkä viipymä ja suuri seuruekoko (= suuri käyttöaste ja mökkivuorokausien määrä) yhdistettynä (ulkopaikkakuntalaisten) vapaa-ajanasuntojen suureen määrään aikaansa mittavia (matkailullisia) aluetalouden vaikutuksia kohdealueelle.

Lähteet

Adamiak, C. (2014). Importance of second homes for local economy of a rural tourism region. *Conference Proceedings of International Antalya Hospitality Tourism and Travel Research Conference*, 9–12.12.2014, 360–370. Saatavilla osoitteesta: https://www.academia.edu/12753324/Importance_of_second_homes_for_local_economy_of_a_rural_tourism_region?email_work_card=interaction_paper (Viitattu 6.11.2019).

- Adamiak, C., Pitkänen, K. & O. Lehtonen (2017). Seasonal residence and counterurbanization: the role of second homes in population redistribution in Finland. *GeoJournal* 82: 5, 1035–1050.
- Adamiak, C., Vepsäläinen, M., Strandell, A., Hiltunen, M., Pitkänen, K., Hall, C.M., Rinne, J., Hannonen, O., Paloniemi, R. & U. Åkerlund (2015). Vapaa-ajan asuminen Suomessa. Asukas- ja kuntakyselyn tuloksia vapaa-ajan asumisen nykytilasta ja kehittämistarpeista. *Suomen ympäristökeskuksen raportteja 22/2015*. 96 s.
- Aho, S. & H. Ilola (2006). Toinen koti maalla? Kakkosasuminen ja maaseudun elinvoimaisuus. *Lapin yliopiston kauppatieteiden ja matkailun tiedekunnan julkaisuja B. Tutkimusraportteja ja selvityksiä* 6. 204 s.
- Artman, H., Helle, R. & K.-V. Vuoristo (1978). Suomen matkailun aluerakenne. *Matkailun edistämiskeskus A*: 12. 75 s.
- Back, A. & R. Marjavaara (2017). Mapping an invisible population: the uneven geography of second-home tourism. *Tourism Geographies* 19: 4, 595–611.
- Baud-Bovy, M. & F. Lawson (1998). *Tourism and Recreation. Handbook of Planning and Design*. 287 s. The Architectural Press, Oxford.
- Bohlin, M. (1982). Fritidsboendet i den regionala ekonomin – Vart fritidshusägärnas pengar tar vägen. *Kulturgeografiska institutionen vid Uppsala universitet, Geografiska regionstudier* nr 14. 142 s.
- Brida, J. G., Osti, L. & E. Santifaller (2011). Second Homes and the Need for Planning Policy. *Tourismos: an International Multidisciplinary Journal of Tourism* 6: 1, 141–163.
- Coppock, J. T. (toim.) (1977a). *Second Homes: Curse or Blessing?* 229 s. Pergamon Press, Oxford.
- Coppock, J. T. (1977b). Second Home in Perspective. Teoksessa Coppock, J. T. (toim.): *Second Homes: Curse of Blessing?*, 1–15. Pergamon, Oxford.
- Finnish Consulting Group Oy (2016) *Mökkibarometri 2016*. Saaristoasiain neuvottelukunta, Maa- ja metsätalousministeriö. 46 s. Saatavilla osoitteesta: <https://mmm.fi/documents/1410837/1880296/Mokkibarometri+2016/7b69ab48-5859-4b55-8dc2-5514cdfa6000> (Viitattu 15.10.2019).
- Flognfeldt, T. (2002). Second-Home Ownership. A Sustainable Semi-Migration. Teoksessa Hall, C. M. & A. M. Williams (toim.): *Tourism and Migration. New Relationships between Production and Consumption*, 187–203. Kluwer Academic Publishers, Dordrecht.
- Flognfeldt, T. (2004). Second Home as a Part of a New Rural Lifestyle in Norway. Teoksessa Hall, C. M. & D. K. Müller (toim.): *Tourism, Mobility and Second Homes. Between Elite Landscape and Common Ground*, 233–243. Channel View Publications, Clevedon, Buffalo and Toronto.

Hall, C. M. (2005a). Time, space, tourism and social physics. *Tourism Recreation Research* 30: 1, 93–98.

Hall, C. M. (2005b). Space-time accessibility and the TALC: the role of geographies and spatial interaction and mobility in contributing to an improved understanding of tourism. Teoksessa Butler, R. W. (toim.): *Tourism area life cycle, volume 2: conceptual and theoretical issues*, 83–100. Channel View Publications, Clevedon.

Hall, C. M. (2005c). *Tourism: rethinking the social science of mobility*. 448 s. Prentice-Hall, Harlow.

Hall, C. M. (2005d). Reconsidering the geography of tourism and contemporary mobility. *Geographical Research* 43: 2, 125–139.

Hall, C. M. (2014). Second Home Tourism: An International Review. *Tourism Review International* 18: 3, 115–135.

Hall, C. M. (2016). Housing Tourists: Accommodating Short-term Visitors. Teoksessa Marcouiller, D., Lapping, M. & O. Furuseth (toim.): *Rural Housing, Exurbanization, and Amenity-Driven Development. Contrasting the "Haves" and the "Have not"*, 113–128. Routledge, London and New York.

Hall, C. M. & D. K. Müller (toim.) (2004a). *Tourism, Mobility and Second Homes. Between Elite Landscape and Common Ground*. 304 s. Channel View Publications, Clevedon, Buffalo and Toronto.

Hall, C. M. & D. K. Müller (2004b). Introduction: Second Homes, Curse or Blessing? Revisited. Teoksessa Hall, C. M. & D. K. Müller (toim.): *Tourism, Mobility and Second Homes. Between Elite Landscape and Common Ground*, 3–14. Channel View Publications, Clevedon, Buffalo and Toronto.

Hall, C. M. & D. K. Müller (toim.) (2018). *The Routledge Handbook of Second Home Tourism and Mobilities*. 366 s. Routledge, London and New York.

Hall C. M., Müller D. K. & J. Saarinen (toim.) (2009). *Nordic Tourism. Issues and Cases*. 293 s. Channel View Publications, Bristol.

Halseth, G. (2004). The "Cottage" Privilege: Increasingly Elite Landscape of Second Homes in Canada. Teoksessa Hall, C. M. & D. K. Müller (toim.): *Tourism, Mobility and Second Homes. Between Elite Landscape and Common Ground*, 35–54. Channel View Publications, Clevedon, Buffalo and Toronto.

Hannonen, O. (2016). Peace and quiet beyond the border: the trans-border mobility of Russian second home owners in Finland. *Publications of the University of Eastern Finland, Dissertations in Social Sciences and Business Studies* No 118. 103 s. Saatavilla osoitteesta: http://epublications.uef.fi/pub/urn_isbn_978-952-61-2099-7/urn_isbn_978-952-61-2099-7.pdf (Viitattu 21.10.2019).

Hemmi, J., Lehtinen, J. & K.-V. Vuoristo (1987). *Matkailu ja matkailijat*. 353 s. WSOY, Porvoo.

Hemmi, J. & K.-V. Vuoristo (1993). *Matkailu*. 322 s. WSOY, Porvoo.

Hiltunen M. J. (2009). Second Homes in Finland. Teoksessa Hall C. M., Müller D. K. & J. Saarinen (toim.): *Nordic Tourism. Issues and Cases*, 185–188. Channel View Publications, Bristol.

Hiltunen, M. J., Pitkänen, K., Vepsäläinen, M. & C. M. Hall (2016). Second Home Tourism in Finland: Current Trends and Eco-Social impacts. Teoksessa Roca, Z. (toim.): *Second Home Tourism in Europe: Lifestyle Issues and Policy Responses*, 165–199. Routledge, London and New York.

Hiltunen, M. J. & A. Rehunen (2014). Second home mobility in Finland: Patterns, practices and relations of leisure oriented mobile lifestyle. *Fennia* 92: 1, 1–22.

Honkanen, A., Pitkänen, K. & C. M. Hall (2016). A Local Perspective on Cross-Border Tourism. Russian Second Home Ownership in Eastern Finland. *International Journal of Tourism Research* 18: 2, 149–158.

Hoogendoorn, G. (2010). *Second homes and local economic impacts in the South African post-productivist countryside*. 206 s. Faculty of Humanities, the University of the Free State. Bloemfontein, South Africa. Saatavilla osoitteesta: https://www.academia.edu/36394516/Second_homes_and_local_economic_impacts_in_the_South_African_post-productivist_countryside?email_work_card=thumbnail (Viitattu 4.11.2019).

Hoogendoorn, G. & R. Marjavaara (2018). Displacement and second home tourism: A debate still relevant or time to move on? Teoksessa Hall, C. M. & D. K. Müller (toim.): *The Routledge Handbook of Second Home Tourism and Mobilities*, 98–111. Routledge, London and New York.

Hoogendoorn, G. & G. Visser (2010a). The Economic Impact of Second Home Development in Small-Town South Africa. *Tourism Recreation Research* 35: 1, 55–66.

Hoogendoorn, G. & G. Visser (2010b). The role of second homes in local economic development in five small South African towns. *Development Southern Africa* 27: 4, 547–562.

Hoogendoorn, G. & G. Visser (2011). Economic Development Through Second Home Development: Evidence From South Africa. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie* 102: 3, 275–289.

Janelle, D. G. (1969). Spatial Reorganization: A Model and Concept. *Annals of the Association of American Geographers* 59: 2, 348–364.

Jansson, B. & D. K. Müller (2003). *Fritidsboende i Kvarken*. 171 s. Kvarkenrådet, Umeå.

Jansson, B. & D. K. Müller (2004). Second Home Plans Among Second Home Owners in Northern Europe's Periphery. Teoksessa Hall, C. M. & D. K. Müller (toim.): *Tourism, Mobility and Second Homes. Between Elite Landscape and Common Ground*, 261–272. Channel View Publications, Clevedon, Buffalo and Toronto.

Järviluoma, J. (2017). Kuusamon matkailijat 2016–2017. *Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja D* Muut julkaisut. 31 s. Saatavilla osoitteesta: <https://www.theseus.fi/handle/10024/132841> (Viitattu 4.11.2019).

Järviluoma, J., Kauppila, P. & M. Keränen (2019). Valto-hankkeella vapaa-ajanasumisesta liiketoimintaa. Teoksessa Takala, K. & Järviluoma, J. (toim.): *Katsaus Business-osaamisalueen TKI-toimintaan 2019*, 56-67. Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B Raportteja ja selvityksiä 98.

Kauppila, P. (1995a). Matkailukeskuksen elinkaari – esimerkkinä Kuusamon Ruka. *Nordia Geographical Publications* 24: 1. 130 s.

Kauppila, P. (1995b). Matkailukeskusten elinkaari ja yritystoiminta – esimerkkinä Kuusamon Ruka. *Oulun yliopisto, Pohjois-Suomen tutkimuslaitos, tiedonantoja* 115. 32 s.

Kauppila, P. (1998). Alueet matkailutuotteena – matkailun muutokset eräissä Pohjois-Suomen kunnissa vuosina 1987–1996. *Nordia Tiedonantoja* 1/1998. 40 s.

Kauppila, P. (2004). Matkailukeskusten kehitysprosessi ja rooli aluekehityksessä paikallistasolla: esimerkeinä Levi, Ruka, Saariselkä ja Ylläs. *Nordia Geographical Publications* 33: 1. 260 s.

Kauppila, P. (2005). Vierailuja, kehittämistä ja arkielämää: Pohjois-Suomen matkailukeskusten monet toiminnot. *Naturpolis Kuusamo, koulutus- ja kehittämispalvelut, tutkimuksia* 2/2005, 85–117.

Kauppila, P. (2006). Matkailukeskukset, vapaa-ajanrakennukset ja kehitysprosessi: tarkastelussa Levi, Ruka, Saariselkä ja Ylläs. *Naturpolis Kuusamo, koulutus- ja kehittämispalvelut, tutkimuksia* 1/2006, 69–109.

Kauppila, P. (2007). Tilastokeskuksen kesämökkitilasto: matkailukeskusnäkökulma. *Matkailututkimus* 3: 1, 94–112.

Kauppila, P. (2008a). Missä asuvat Levin ja Rukan mökkirakennusten omistajat? Maantieteellisestä jakautumisesta etäisyysmalleihin. *Matkailututkimus* 4: 2, 25–48.

Kauppila, P. (2008b). Pohjois-Suomen suurten matkailukeskusten monet toiminnot: asukkaiden ja työllisten näkökulma. *Terra* 120: 1, 22–29.

Kauppila, P. (2009a). Perifeeristen matkailukeskusten vapaa-ajanasunnot: pohjoismainen näkökulma. *Alue ja Ympäristö* 38: 1, 59–66.

Kauppila, P. (2009b). Resorts' second home tourism and regional development: a viewpoint of a Northern Periphery. *Nordia Geographical Publications* 38: 5, 3–12.

Kauppila, P. (2010). Resorts, second home owners and distance: a case study in northern Finland. *Fennia* 188: 2, 163–178.

Kauppila, P. (2015). Pohjoisen matkailukeskukset vapaa-ajan asumisen ympäristöinä: esimerkkinä Kuusamon Ruka. Teoksessa Vepsäläinen, M. & M. J. Hiltunen (toim.): *Kylämökkeily Suomessa. Vapaa-ajan asuminen maaseudun kylissä ja taajamissa*, 94–97. Publications of the University of Eastern Finland, Reports and Studies in Social Sciences and Business No 6.

Keen, D. & C. M. Hall (2004). Second Homes in New Zealand. Teoksessa Hall, C. M. & D. K. Müller (toim.): *Tourism, Mobility and Second Homes. Between Elite Landscape and Common Ground*, 174–195. Channel View Publications, Clevedon, Buffalo and Toronto.

Komppula R., Reijonen, H. & T. Timonen (2008). Vacation-home owner's willingness to lease through an intermediary – a case study in two Finnish ski resorts. Teoksessa Keller, P. & T. Bieger (toim.): *Real estate and destination development. Successful strategies and instruments. International association of scientific experts in tourism (AIEST). International tourism research and concepts*, 285–299. Erich Schmidt Verlag, Göttingen.

Kujala, S., Hakala, O., Törmä, H., Rantanen, M., Czarnecki, A. & T. Hyyryläinen (2018). Etelä-Savon vapaa-ajan asumisen aluetaloudelliset vaikutukset nykytilanteessa ja tulevaisuuden skenaarioissa. *Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti raportteja* 187. 42 s. Saatavilla osoitteesta: <https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/260557/Raportteja187.pdf?sequence=4&isAllowed=y> (Viitattu 15.10.2019).

Kuntaliitto (2019). Kuntien vuoden 2018 tulo- ja kiinteistövero prosentit. Saatavilla osoitteesta: <https://www.kuntaliitto.fi/ajankohtaista/2017/kuntien-vuoden-2018-tulo-ja-kiinteistoveroprocentit> (Viitattu 21.10.2019).

Lassila, H. (2015). Matkailun tulo- ja työllisyys selvitys Pohjois-Savossa 2013. *Savonia-ammattikorkeakoulun julkaisusarja* D4/6/2015. 59 s. Saatavilla osoitteesta: https://portal.savonia.fi/amk/sites/default/files/pdf/tki_ja_palvelut/julkaisut/Matkailun-tulo-ja-tyollisyys selvitys-Pohjois-Savossa-2013-raportti_valmis.pdf (Viitattu 15.10.2019).

Lehtonen, O., Muilu, T. & H. Vihinen (2019). Multi-Local Living – An Opportunity for Rural Health Services in Finland? *European Countryside* 11: 2, 257–280.

Leinonen, R., Kauppila, P. & J. Saarinen (2007). Suomen matkailun aluerakenne 2005: Tutkimusraportti. *Matkailun edistämiskeskus* A: 155. 116 s.

- Lundgren, J. O. J. (1974). On access to recreational land in dynamic metropolitan hinterlands. *Tourist Review* 29, 124–131.
- Lundgren, J. (1989). Patterns. Teoksessa Wall, G. (toim.): *Outdoor Recreation in Canada*, 135–161. John Wiley & Sons, Toronto.
- Lundmark, L. (2005). Economic Restructuring into Tourism in the Swedish Mountain Range. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 5: 1, 23–45.
- Lundmark, L. & R. Marjavaara (2005). Second home localizations in the Swedish mountain range. *Tourism* 53: 1, 3–16.
- Marjavaara, R. (2007). The displacement myth: Second home tourism in the Stockholm Archipelago. *Tourism Geographies* 9: 3, 296–317.
- Marjavaara, R. (2008). Second Home Tourism: The Root of Displacement in Sweden? Department of Social and Economic Geography, Umeå, Umeå University. *GERUM* 2008: 1. 67 s. Saatavilla osoitteesta: https://www.researchgate.net/publication/268269183_SECOND_HOME_TOURISM_The_Root_to_Displacement_in_Sweden/link/555328a708ae6fd2d81d75dc/download (Viitattu 11.1.2019).
- Marjavaara, R. & D. K. Müller (2007). The Development of Second Homes' Assessed Property Values in Sweden 1991–2001. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 7: 3, 202–222.
- McKercher, B., Chan, A. & C. Lam (2008). The impact of distance on international tourist movements. *Journal of Travel Research* 47: 2, 208–224.
- McKercher, B. & A. A. Lew (2003). Distance decay and the impact of effective tourism exclusion zones on international travel flows. *Journal of Travel Research* 42: 2, 159–165.
- Mercer, D. C. (1970). The Geography of Leisure – A Contemporary Growth-Point. *Geography* 55: 3, 261–273.
- Müller, D. K. (2002a). Second home ownership and sustainable development in Northern Sweden. *Tourism and Hospitality Research* 3: 4, 343–355.
- Müller, D. K. (2002b). German second home development in Sweden. Teoksessa Hall, C. M. & A. M. Williams (toim.): *Tourism and Migration. New Relationships between Production and Consumption*, 169–185. Kluwer Academic Publishers, Dordrecht.
- Müller, D. K. (2002c). Reinventing the Countryside: German Second-home owners in Southern Sweden. *Current Issues in Tourism* 5: 2, 426–446.

- Müller, D. K. (2004). Second Homes in Sweden: Patterns and Issues. Teoksessa Hall, C. M. & D. K. Müller (toim.): *Tourism, Mobility and Second Homes. Between Elite Landscape and Common Ground*, 244–258. Channel View Publications, Clevedon, Buffalo and Toronto.
- Müller, D. K. (2005). Second Home Tourism in the Swedish Mountain Range. Teoksessa Hall, C. M. & S. Boyd (toim.): *Nature-based Tourism in Peripheral Areas. Development or Disaster?*, 133–148. Channel View Publications, Clevedon, Buffalo and Toronto.
- Müller D. K. (2006). The attractiveness of second home areas in Sweden: a quantitative analysis. *Current Issues in Tourism* 9: 4–5, 335–350.
- Müller, D. K. (2011). Second homes in rural areas: Reflections on a troubled history. *Norsk Geografisk Tidsskrift* 65: 3, 137–143.
- Müller, D. K. (2014). Progress in Second Home Tourism Research. Teoksessa Lew, A. A., Hall, C. M. & A. M. Williams (toim.): *The Wiley Blackwell Companion to Tourism*, 389–400. John Wiley & Sons, New York.
- Müller, D. K. & C. M. Hall (2003). Second homes and regional population distribution: on administrative practices and failures in Sweden. *Espace, Populations, Societes* 2, 251–261.
- Müller, D. K., Hall, C. M. & D. Keen (2004). Second Home Tourism Impact, Planning and Management. Teoksessa Hall, C. M. & D. K. Müller (toim.): *Tourism, Mobility and Second Homes. Between Elite Landscape and Common Ground*, 15–32. Channel View Publications, Clevedon, Buffalo and Toronto.
- Müller, D. K & G. Hoogendoorn (2013). Second Homes: Curse or Blessing? A Review 36 Years Later. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 13: 4, 353–369.
- Nieminen, M. (2010). Kesämökkibarometri 2009. *Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja, Alueiden kehittäminen* 12/2010. 45 s. Saatavilla osoitteesta: https://mmm.fi/documents/1410837/1948019/Kesamokkibarometri_2009_Julkaisu.pdf/67bab4e2-ce95-48bc-a2e4-206053f91123 (Viitattu 15.10.2019).
- Pitkänen, K. (2008). Second-home Landscape: The Meaning(s) of Landscape for Second-home Tourism in Finnish Lakeland. *Tourism Geographies* 10: 2, 169–192.
- Pitkänen, K. & R. Kokki (2005). Mennäänkö mökille? Näkökulmia pääkaupunkiseutulaisten vapaa-ajan asumiseen Järvi-Suomessa. *Joensuun yliopisto, Savonlinnan koulutus- ja kehittämiskeskuksen julkaisuja* n:o 11. 212 s.
- Pitkänen, K., Puhakka, R., Semi, J. & C. M. Hall (2014). Generation Y and Second Homes: Continuity and Change in Finnish Outdoor Recreation. *Tourist Review International* 18: 3, 207–221.

- Rehunen, A., Eerola, K. & P. Shemeikka (2015). Kylämökkeilyn ominaispiirteet. Teoksessa Vepsäläinen, M. & M. J. Hiltunen (toim.): *Kylämökkeily Suomessa. Vapaa-ajan asuminen maaseudun kylissä ja taajamissa*, 28–63. Publications of the University of Eastern Finland, Re-ports and Studies in Social Sciences and Business No 6.
- Roca, Z. (toim.) (2016). *Second Home Tourism in Europe: Lifestyle Issues and Policy Responses*. 358 s. Routledge, London and New York.
- Rämet, J. & P. Kauppila (2001). Kuusamon kevättalvi- ja kesämatkailijat ja heidän rahankäyttönsä vuonna 2000. *Naturpolis Kuusamo, koulutus- ja kehittämispalvelut, tutkimuksia 1/2001*. 101 s.
- Saarinen, J. (2003). Tourist destinations and the production of representations in tourism. *Nordia Geographical Publications* 32: 2, 1–9.
- Saarinen, J. (2001). The Transformation of a Tourist Destination. Theory and Case Studies on the Production of Local Geographies in Tourism in Finnish Lapland. *Nordia Geographical Publications* 30: 1. 105 s.
- Saarinen, J. (2004). 'Destinations in change'. The transformation process of tourist destinations. *Tourist Studies* 4: 2, 161–179.
- Saarinen, J. & M. Vaara (2002). Mökki kansallispuiston laidalla. Loma-asukkaiden näkemyksiä Pyhätunturin kansallispuiston käytöstä ja kehittämisestä. *Metsäntutkimuslaitoksen tiedonantoja* 845. 41 s.
- Tilastokeskus (2019). Rakennukset ja kesämökit 2018. Saatavilla osoitteesta: http://www.stat.fi/til/rakke/2018/rakke_2018_2019-05-21_fi.pdf (Viitattu 15.10.2019).
- Ullman, E. L. (1956). The Role of Transportation and the Bases for Interaction. Teoksessa Thomas, W. L. Jr. (toim.): *Man's Role in Changing the Face of the Earth*, 862–880. The University of Chicago Press, Chicago.
- Vepsäläinen M. & K. Pitkänen (2010). Second home countryside. Representations of the rural in Finnish popular discourses. *Journal of Rural Studies* 26: 2, 194–204.
- Vepsäläinen, M., Strandell, A. & K. Pitkänen (2015). Muuttuvan vapaa-ajan asumisen hallinnan haasteet kunnissa. *Yhdyskuntasuunnittelu* 53: 2. Saatavilla osoitteesta: <http://www.yss.fi/journal/muuttuvan-vapaa-ajan-asumisen-hallinnan-haasteet-kunnissa/> (Viitattu 15.10.2019).
- Verohallinto (2019). Verohallinnon tilastotietokanta. Saatavilla osoitteesta: <http://vero2.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/Vero/> (Viitattu 21.10.2019).
- Vuoristo, K.-V. (2002). Regional and structural patterns of tourism in Finland. *Fennia* 180: 1–2, 251–259.

Vuoristo, K.-V. & N. Vesterinen (2001). *Lumen ja suven maa. Suomen matkailumaantiede*. 343 s. WSOY, Helsinki.

Williams, A. M. & C. M. Hall (2000). Tourism and migration: new relationship between production and consumption. *Tourism Geographies* 2: 1, 5–27.

Åkerlund, U., Pitkänen, K., Hiltunen, M., Overvåg, K., Müller, D. & P. Kahila (2015). Health, well-being and second homes: An outline of current research and policy challenges. *Matkailututkimus* 11: 1, 43–54.

