



MATKAILUN KEHITTÄMISKESKUS

Kokoomajulkaisu 2023

Matkailun kehittämiskeskus

Kokoomajulkaisu 2023

Toim. Saila Valkeaniemi, Sanna-Mari Renfors & Cimmo Nurmi

Satakunnan ammattikorkeakoulu

Pori 2023

Satakunnan ammattikorkeakoulu | Satakunta University of Applied Sciences
Sarja D, Muut julkaisut 8/2023
ISSN 2323-8372 | ISBN 978-951-633-395-6 (PDF)

© Satakunnan ammattikorkeakoulu ja tekijät

Julkaisija:
Satakunnan ammattikorkeakoulu
PL 1001, 28101 PORI
www.samk.fi

Graafinen suunnittelu: SAMK Viestintä / Jatta Lehtonen
Taitto: SAMK Viestintä / Reetta Vähä-Aho
Kansikuva: Sanna-Mari Renfors

Sisältö

Esipuhe	6
Kiertotalouden vallankumous alkaa keittiöstä.....	7
Sanna-Mari Renfors	
Satakuntalaiset matkailuyritykset vastuullisella polulla	13
Saila Valkeaniemi	
Matkailualan kestävyysaasteet edellyttävät ympäristöjohtamisen osaamista..	20
Sanna-Mari Renfors & Olena de Andres Gonzalez	
Ruokamatkalla Satakunnassa – Taste Satakunta	26
Terja Wahlberg	
Taikayöntie -matkailutien henkiin herättäminen.....	31
Niina Aalto	
Pyörämatkailu: Kestävää ja vastuullista seikkailua kahdella pyörällä!.....	38
Juhana Aalto	
Kohti valoisampaa matkailu-, ravintola-, ja majoitusalan työllisyystilannetta: työllistämisen tukemista, osaamistarpeiden saavuttamista ja yhteistyön kehittämistä	43
Teija Nuurma & Tiina Leino	
Inhimilliset kyvykkyudet ja osaamisen hyödyntäminen voidaan rakentaa tuottaviksi vahvuuksiksi.....	53
Tiina Leino	
Resilienssi liiketoiminnan menestymisen tukipilarina.....	60
Minna Kalliomäki & Saila Valkeaniemi	
Leveraging Practical AI in the Tourism Industry: Reality and Perspective	68
Olena de Andres Gonzalez	

Esipuhe

Satakunnan ammattikorkeakoulu on toteuttanut maakunnassa matkailun tutkimus- ja kehittämistoimintaa satojen yrittäjien ja kumppaneiden yhteistyönä jo kymmenen vuoden ajan. Matkailu toimialana nähdään Satakunnassa potentiaalisena teollisuuden kasvualana, jonka kasvun edellytykset liittyvät matkailualan vaikuttavuuden esilletuomiseen ja arvostuksen nostamiseen, laadukkaiden ja vastuullisesti tuotettujen, kotimaan ja ulkomaan matkailun tarpeet täyttävien matkailupalvelujen kehittämiseen, digitalisaation laajempaan hyödyntämiseen, osaamisen vahvistamiseen ja matkailun ympärivuotisuuden kehittämiseen. Matkailulla on myös erityinen taloudellinen merkitys syrjäisten alueiden elinkelpoisuudelle ja työmahdollisuuksille.

Matkailualaa ovat myllertäneet viime vuosina isot muutokset ja yritykset ovat kohdanneet erilaisia haasteita monitahoisesti. Poikkeukselliset olosuhteet ovat edellyttäneet alan yrityksiltä uusiutumista. Marraskuussa 2021 perustettu Matkailun kehittämiskeskus on tukenut tätä positiivista kehitystä Satakunnassa. Keskeistä keskuksen toiminnassa on lisätä maakunnan elin- ja vetovoimaa huolehtimalla matkailusta elinkeinona; vahvistaa ja rohkaista matkailuyrityksiä kehittämään toimintaansa. Kehittämiskeskus aktivoi matkailualan yhteistyötä käynnistämällä verkostoja ja yhdistämällä toimijoita. Toiminnan kautta satakuntalainen matkailutoimiala pysyy alan valtakunnallisen ja kansainvälisen kehityksen tahdissa.

Matkailun kehittämiskeskuksen toiminta on ketterää ja yrityslähtöistä; tulokset hyödyntävät konkreettisina käytännön työkaluina alan toimijoita ja sidosryhmiä. Tässä kokoomajulkaisussa aiheina ovat kehittämiskeskuksen toiminnan keskeiset teemat: kestävä kehitys, digitaalisuus, kansainvälistyminen, osaamisen ja työllisyyden lisääminen sekä relevantit aiheet kuten hyvinvointi ja ruoka- ja pyörämatkailu.

Matkailun suuntana on kestävä ja turvallinen tulevaisuus.

Yhdessä mahdollistamme sen!

Saila Valkeaniemi

Tutkimuspäällikkö

Matkailun kehittämiskeskus, Satakunnan ammattikorkeakoulu

Kiertotalouden vallankumous alkaa keittiöstä

Sanna-Mari Renfors, FT, Johtava tutkija, sanna-mari.renfors@samk.fi

Kiertotalous on työkalu kestävän kehityksen edistämiseksi käytännössä. Se on tuotanto- ja kulutusmalli, joka tähtää luonnonvarojen säilymiseen. Yksi suosituimmista kiertotalouden määritelmistä [1] kuvaa kiertotalouden malliksi, joka perustuu jätteiden ja hävikin suunnitelmalliseen minimointiin, tuotteiden ja materiaalien käytön pidentämiseen sekä raaka-aineiden uudelleen käyttöön. Sitra [2] puolestaan määrittelee kiertotalouden malliksi, jossa ei tuoteta jatkuvasti lisää tavaroita, vaan kulutus perustuu omistamisen sijaan palveluiden käyttämiseen: jakamiseen, vuokraamiseen ja kierrättämiseen. Kiertotalous muuttaa siten tapaamme käyttää resursseja: raaka-aineet käytetään uudelleen ja ne pysyvät kierrossa.

On äärimmäisen tärkeä ymmärtää kiertotaloutta palvelualojen kuten ravintola-alan näkökulmasta. Kun puhumme kiertotaloudesta, keskitymme yleensä valmistavaan teollisuuteen. Ravintola-alalla on kuitenkin keskeinen rooli kiertotalouteen siirtymisessä, sillä sen ympäristövaikutukset ovat suuremmat kuin oletamme. Tämä johtuu siitä, että ravintola-ala on riippuvainen valtavista määristä ja virroista ehtyviä luonnonvaroja, joiden käyttö aiheuttaa ympäristölle vahinkoa ja myötävaikuttaa ilmastonmuutokseen.

Kiertotalouden toteuttaminen on välttämätöntä ravintola-alalla, koska ala on monimutkainen ekosysteemi, joka koostuu useista toisiinsa liittyvistä toimijoista ja arvoketjuista. Ravintola-ala on vahvasti sidoksissa muihin toimialoihin, erityisesti maatalouteen ja logistiikkaan, jolloin ravintolatuote on tämän systeemin keskeinen osa. Tätä kautta ravintola-ala voi vaikuttaa arvoketjun muiden jäsenten toimintaan ja siirtymään kohti kiertotaloutta.

Kiertotalouteen ravintola-alalla kytkeytyy kestävän tuotannon lisäksi kestävä kulutus. Ravintola-ala on lähellä tavallista kuluttajaa, minkä vuoksi ala pystyy vaikuttamaan kuluttajien käyttäytymiseen ja lisäämään heidän tietoisuuttaan kiertotaloudesta. Ala on väylä saada kuluttajat ajattelemaan uudelleen resurssien kulutustaan ja sen ympäristövaikutuksia sekä rohkaista heitä muuttamaan asennettaan.

Viime vuosina toimintaympäristön muutokset ovat vaikuttaneet suuresti ravintola-alan toimintaan. Ala on kärsinyt merkittävästi koronapandemian aiheuttamista suluista ja rajoituksista, joiden mukana alalta hävisi runsaasti ammattitaitoista työvoimaa. Lisäksi Ukrainan sodan myötä energian hinta on noussut ja palvelujen käyttö vähentynyt kuluttajien ostovoiman heikentyessä. Tämä tarkoittaa sitä, että alan elpyminen ja uudelleenrakentaminen edellyttävät innovatiivisia ja kestäviä lähestymistapoja. Itse asiassa on arvioitu, että nämä toimintaympäristön muutokset nopeuttavat kestävästä kehityksestä ravintola-alalla ja sen siirtymistä kohti kiertotaloutta.

Ravintola-alan tärkeimmät kiertotaloustoimenpiteet

Ruoka on keskeinen elementti ravintola-alan kiertotaloudessa. Tämä johtuu siitä, että ruokajärjestelmämme muuttaminen kohti kiertotaloutta on yksi tehokkaimmista asioista, joita voimme tehdä ilmastonmuutoksen torjumiseksi ja luonnon monimuotoisuuden turvaamiseksi [3]. Erityisesti keinojen löytäminen ruoan jakelun, tuotannon ja kulutuksen kestävyden lisäämiseksi, uudelleenkäyttöön ja ruokahävikin vähentämiseen ovat tulevien vuosien tärkeitä päämääriä.

Ravintolat edistävät kiertotaloutta **kestävän tuotannon kautta**: innovoimalla raaka-aineiden käyttöä ja suunnittelemalla kiertotalouteen pohjautuvia ruokalistoja. Ravintolaruokan tulisi olla lähellä tuotettua, ilmasto- ja vesistöystävällistä sekä uudistavaa. Niin sanottu uudistava ruokatuoanto tarkoittaa sitä, että ruoan tuottaminen tuo luonnolle positiivisia vaikutuksia kuten parantaa maaperää, paikallista biodiversiteettiä sekä ilman ja veden laatua [3]. Tämä auttaa ruokaresurssien tuotantoa pysymään maapallomme rajoissa vaikuttaen samalla positiivisesti terveyteemme.

Erityisesti ravintolakokeilla on valta hankkia ravintoloihinsa uudistavan maatalouden periaatteiden mukaan tuotettuja raaka-aineita ja tehdä näistä monipuolisia aterioita. Heillä on myös suuri vaikutus siihen, että ravintoloissa käytetään paikallisia ja kausiluonteisia raaka-aineita mukaan lukien riista, makean veden kalat, marjat ja sienet.

Toiseksi **kestävät hankintamenettelyt** ovat avainasemassa kiertotalouden vauhdittamiseksi ravintola-alalla. Tällöin ravintoloiden päätökset liittyvät siihen, kuinka läheisiä niiden suhteet raaka-aineiden toimittajien kanssa ovat, kuinka pitkä raaka-aineiden matka keittiöihin on maantieteellisesti ja millaisia vaatimuksia ravintolat asettavat toimittajille raaka-aineiden tuotannon suhteen [4]. Kaikilla näillä päätöksillä on myös suuri vaikutus toimitusketjujen ekologiseen, taloudelliseen ja sosiaaliseen kestävyYTEEN.

Kolmanneksi on olennaista **minimoida jätteiden määrä** ravintoloissa ottamalla käyttöön erilaisia ennaltaehkäiseviä toimenpiteitä ja käytäntöjä, sillä ala tuottaa luonteensa vuoksi suuria määriä jätettä. Elintarvikejätteen lisäksi ravitsemispalveluiden ruokahävikki on vuodessa noin 61 miljoonaa kiloa Suomessa, josta noin puolet syntyy ravintola-alan yrityksissä [5]. Ravintoloiden ruokahävikkiin vaikuttavia tekijöitä ovat ylisuuret annokset, laajat ruokalistat, huono toimitusketjun hallinta ja yhteensopimattomuusongelmat ketjun toimijoiden kanssa, ylisuuret ostot ja raaka-aineiden väärä varastointi. Ravintoloille tämä on ympäristökuormituksen lisäksi merkittävä taloudellinen haaste, sillä pelkästään raaka-aineet eivät aiheuta ruokahävikkiin liittyviä kustannuksia, vaan niihin sisältyvät myös työ- ja varastokustannukset.

Koska ruokahävikki on ravintola-alalle suuri ongelma ja EU:n tavoitteena on puolittaa ruokahävikin määrä vuoteen 2030 mennessä, tähän on kiinnitetty runsaasti huomioita alan ympäristöjärjestelmissä. Esimerkiksi Green Key-ohjelma [6] edellyttää ravintoloiltaan toimintasuunnitelmaa ruokahävikin pienentämiseksi ja ruokahävikin määrän seurantaa. Tässä tulee huomioida muun muassa tarjotun ruoan määrän ja tyyppin muuttaminen, tarjoiluastioiden koon vaihtaminen pienempiin, pienempien annosten tarjoaminen, ruoan säilyvyyden parantaminen, valmiiden annosten tarjoaminen buffet-pöydän sijasta sekä jäljellä jääneen ruoan hyödyntäminen toisten ruokalajien valmistamiseen, lahjoittamiseen ja myymiseen. Seurannassa ravintolan tulee mitata päivittäin yli jääneen ruoan määrä ja hävikin osien jatkokäyttö.

Muita esimerkkejä ravintoloiden kiertotaloustoimenpiteistä ovat muun muassa kauppojen parasta ennen päiväyksen tuotteiden käyttö raaka-aineina ja ruokalistan vaihtoehtojen vähentäminen. Ravintoloiden vanhoista tekstiileistä voidaan tehdä sisustusmateriaaleja ja henkilökunnan työasut kierrätysmateriaalista, niiden käyttämät tekstiilit voidaan vuokrata sekä kalusteet, astiat ja ruokailuvälineet hankkia käytettyinä. Lisäksi sivuvirroista kuten lisääntyvien pienpanimoiden mäskistä saadaan leivottua leipää ja erilaisia herkkuja. Tärkeä on vähentää, kierrättää ja uudelleen käyttää sekä ravintolaan tulevaa pakkausjätettä että take away-aterioiden pakkausjätettä. Lisäksi huomiota tulee kiinnittää muovien korvaamiseen muilla vaihtoehdoilla. Toki veteen ja energiaan liittyvät ympäristökäytännöt ovat myös olennainen osa ravintolan kiertotaloutta.

Esimerkkejä ravintola-alan kiertotalousratkaisuista

Loistava esimerkki siitä, miten kiertotaloutta voidaan toteuttaa ravintola-alalla, on Suomen Gastronomien Seuran vuoden 2022 ravintolaksi valitsema Ravintola Nolla.

Ravintolan liikeidea rakentuu kestävän kehityksen ja kiertotalouden ympärille. Se valmistaa maukasta ja kekseliästä ruokaa kestävän kehityksen ja kiertotalouden arvojen pohjalta tuottamatta jätettä [7].

Tämä Helsingissä sijaitseva hävikitön ravintola ei osta raaka-aineita kertakäyttöisissä muovipakkauksissa eikä pakkauksissa saa olla kertakäyttöisiä materiaaleja. Raaka-aineet toimitetaan uudelleen käytettävissä astioissa. Lisäksi Nolla kompostoi vähäisen biojätteensä itse. Kompostoinnin tuloksena tuotettu multa palautetaan niille tiloille, joista raaka-aineita ostetaan. Ruokahävikin määrää myös seurataan tarkasti Hävikkimestari-sovelluksella. Toimintaa arvioidaan siten jatkuvasti ja toimintatapoja kehitetään yhä kestävimiksi. [8]

Ravintola Nollassa kestävyuden käsitettä lähestytään laajasti huomioiden kaikki toiminnan pienet yksityiskohdat [7]. Ruoan keskiössä ovat lähellä tuotetut luomuraaka-aineet. Nolla työskentelee tiiviisti paikallisten tuottajien kanssa, ja tarjoaa asiakkailleen sesongin parhaita raaka-aineita kuten kotimaista kalaa, kasviksia, riistaa, sieniä ja marjoja. Aterimet ovat kierrätettyjä ja lautasliinat pellavaa. Nolla optimoi myös vesi- ja energiatehokkuuden. Lisäksi Nollassa toimii oma pienpanimo, jonka juomat on tuotettu ympäristöä kunnioittaen, paikan päällä ja pienissä erissä. Omassa pienpanimossa syntynyttä mäskiä hyödynnetään ravintolan keittiössä.

Kesällä 2021 SITRA listasi kiinnostavia kiertotalousyrityksiä Suomessa. Edelläkävijäyritysten mukana oli ResQ Club, joka tähtää ravintoloiden ruokahävikin vähentämiseen. Käytännössä ResQ Club on hävikkiruoan markkina-alusta ja puhelinsovellus, jossa asiakas voi ostaa ravintoloiden ja kahviloiden ylijäämäruokaa alennettuun hintaan [9]. Toinen kiinnostava yritys on Kamupak, jonka tavoitteena on vähentää ravintoloiden pakkausjätettä. Kamupak korvaa noutoruoassa käytettävät kertakäyttöastiat kestoastioilla, jotka kiertävät digitaalisen panttijärjestelmän avulla [10].

Askeleet kiertotalouden edistämiseksi ravintola-alalla

Ravintolat tarvitsevat lisää ymmärrystä ja osaamista kiertotaloudesta sekä sen mahdollisuuksista. Vähäinen tieto onkin ravintoloiden suurin pullonkaula kiertotalouteen siirtymisessä, ja ymmärryksen puute asiasta estää heitä soveltamasta kiertotalouden periaatteita omaan toimintaansa. Ravintoloiden tulisi saada käytännönläheistä ja alakohtaista tietoa, koulutusta ja ideoita kiertotalouden integroimiseksi toimintaansa. Ne tarvitsevatkin lisäosaamista siitä, mitä kiertotalous käytännössä on ja mitä se voisi heidän yrityksessään olla. Tällä tavoin ravintolat voisivat tunnistaa oman toimintansa

kannalta tärkeimmät kiertotalouden vaihtoehdot.

Ravintolan tulee valita oma suuntansa ja tavoitteensa siirtyessään kohti kiertotaloutta. Se voi aloittaa pienistä asioista – ottaa jonkin tietyn teeman tai toiminnon, josta lähteä liikkeelle kuten:

- raaka-aineiden käytön innovointi
- kiertotalouteen pohjautuvat ruokalistat
- kestävät hankintamenettelyt ja toimitusketjut
- ruokahävikin minimointi
- elintarvikejätteen vähentäminen
- pakkausjätteen vähentäminen
- vesi- ja energiatehokkuuden optimointi
- tekstiilien, kalusteiden, astioiden ja ruokailuvälineiden kierrätys

On tärkeä pohtia, miten kiertotalous sisällytetään läpileikkaavasti osaksi ravintolan strategiaa ja toimintaa ohjaavia ajatusmalleja, mitkä ovat kiertotalouden hyödyt ja esteet sekä toimintaympäristön mahdollisuudet. Ensimmäinen askel on lähtötason tunnistaminen, josta edetään kohti jatkuvaa kehitysprosessia ja tavoitteen asettamista. Lisäksi ravintolat tarvitsevat verkostoja, sillä kiertotalouden mahdollisuuksien hahmottaminen edellyttää arvoketjujen ja kumppanuuksien muodostamista sekä uudelleen muotoilua, yhteistyötä ja sitoutumista. Myös lainsäädäntö tulee huomioida: mitkä asiat ovat ravintolan päätösvallassa lainsäädännön näkökulmasta, ja mihin se pystyy vaikuttamaan itse.

Artikkeli on kirjoitettu osana Ce4Re: Development of joint circular solutions in the CB restaurant sector -projektia, jota rahoittaa Interreg Central Baltic -ohjelma.

Lähteet

- [1] Ellen MacArthur Foundation, "What is a circular economy", [online]. Saatavilla: <https://ellenmacarthurfoundation.org/topics/circular-economy-introduction/overview>, haettu 27.5.2023.
- [2] Sitra, "Kiertotalous", [online]. Saatavilla: <https://www.sitra.fi/aiheet/kiertotalous/>, haettu 27.5.2023.
- [3] Ellen MacArthur Foundation, "A circular economy for food will help people and nature thrive", [online]. Saatavilla: <https://ellenmacarthurfoundation.org/topics/food/overview>, haettu 27.5.2023.
- [4] Ellen MacArthur Foundation, "The big food redesign: Regenerating nature with the circular economy", [online]. Saatavilla: <https://ellenmacarthurfoundation.org/resources/food-redesign/overview>, haettu 27.5.2023.

- [5] K. Silvennoinen, S. Nisonen & L. Lahti. Ravitsemispalveluiden elintarvikejäte: Jätteen määrä 2018–2019 ja seurannan kehittäminen. Luonnonvara- ja biotalouden tutkimus 1/2020. Luonnonvarakeskus. Helsinki, 2020.
- [6] Foundation for Environmental Education, "Green Key Criteria", [online]. Saatavilla: <https://www.greenkey.global/criteria>, haettu 28.5.2023.
- [7] Ravintola Nolla, "Tervetuloa Nollaan", [online]. Saatavilla: <https://www.restaurantnolla.com/fi/ravintola>, haettu 28.5.2023.
- [8] Paavilainen, K. Jätteen ravintola Nolla avaa kesällä uudella sijainnilla – Laajenee panimoravintolaksi. City-opas. 10.6.2019. Saatavilla: <https://www.city.fi/opas/jatteeton+ravintola+nolla+avaa+kesalla+uudella+sijainnilla+laajenee+panimoravintolaksi/12460>
- [9] ResQ Club, "Tietoa meistä", [online]. Saatavilla: <https://www.resq-club.com/fi/about-us>, haettu 28.5.2023.
- [10] Kamupak, "Meistä", [online]. Saatavilla: <https://www.fin.kamupak.com/about>, haettu 28.5.2023.

Satakuntalaiset yritykset vastuullisella polulla

Saila Valkeaniemi, tradenomi (YAMK), tutkimuspäällikkö, saila.valkeaniemi@samk.fi

Matkailijoiden ostopäätöksiin vaikuttavat yhä enemmän kestävä arvot ja vastuullinen yritystoiminta, mikä on vaikuttanut myös asiakkaiden matkailukäyttäytymiseen. Yhä useammin kuluttajat vertailevat yrityksiä arvopohjaisesti ja haluavat useiden tutkimusten ja trendien mukaan valita yhä kestävämpiä palveluita. Vastuullisen matkailun -tutkimuksen [1] mukaan jopa puolet kansainvälisistä matkailijoista valitsisivat ja käyttäisivät mieluummin vastuullisen yrityksen palveluita. 68 % kyselyyn vastanneista haluaisi, että matkailuun käytetty raha hyödyttäisi paikallista yhteisöä. Tutkimuksen mukaan myös 72 % yöpyneistä matkailijoista aikoo valita seuraavalla kerralla ympäristöystävällisen majoituksen. Matkailijoihin vaikuttavat yhä kasvavassa määrin yritysten ympäristövastuullisuus, ja siitä tehokkaasti viestivät yritykset hyötyvät trendistä eniten.

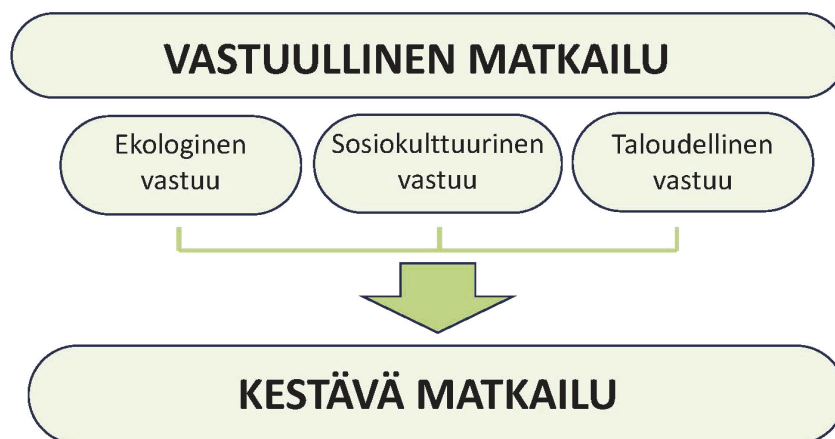
Lainsäädännön vaatimien edellytysten täyttäminen yrityksissä ei enää yksin riitä vastaamaan asiakkaiden vaatimuksiin. Monien muiden toimialojen tavoin myös matkailijat odottavat, että matkailuyritykset ja -kohteet toimivat vastuullisesti, todentavat toimintansa kestävyuden erilaisten auditoitavien merkkien ja sertifikaattien avulla sekä osoittavat muun muassa tällä tavalla vahvaa sitoutumista kestävyuden edistämiseen toiminnassaan. Jotkut matkanjärjestäjät vaativat jo nyt yhteistyökumppaneiltaan vastuullisen toiminnan sertifiointeja yhteistyösopimuksen liitteeksi. Vastuullisesti toimiva yritys, joka osaa kertoa toiminnastaan ja arvoistaan asiakkaiden toivomalla tavalla, on tulevaisuuden menestyjä. Tutkimukset osoittavat, että vastuullisesti toimivien yritysten asiakastyytyväisyys ja koettu laatutaso ovat korkeampia. Yritykset saavat myös merkittäviä kustannussäästöjä energian- ja vedenkulutuksen sekä jätemäärän vähentämisen kautta [2].

Tutkimusten mukaan matkailu tuottaa jopa lähes kymmenesosan maailman hiilijalanjäljestä ja osuus on voimakkaassa kasvussa. Liikenne aiheuttaa keskimäärin 75 prosenttia matkailuun liittyvistä päästöistä ja tästä 40 prosenttia syntyy lentoliikenteestä. Loput syntyvät rakennusten energiankulutuksesta, hankinnoista, jätteistä ja melusta. Sijaintimme vuoksi Suomen lentomatkojen päästöintensiteetti on

EU-keskiarvoa lähes puolet suurempi. Samoin Suomen matkailualan päästöintensiteetti on 80 prosenttia EU-keskiarvoa suurempi [3].

YK:n matkailujärjestö UNWTO määrittelee kestävän matkailun ”matkailuksi, joka ottaa huomioon nykyiset ja tulevat taloudelliset, sosiokulttuuriset ja ympäristölliset vaikutukset siten, että matkailijoiden, matkailuyritysten, matkailukohteiden, ympäristön ja paikallisväestön tarpeet on huomioitu nyt ja tulevaisuudessa” [4]. Taloudellisella kestävyydellä tarkoitetaan, että matkakohteen paikallinen yhteisö ja väestö hyötyy matkailutoiminnasta taloudellisesti. Matkailutulo jää alueelle ja työllistää paikallisia. Sosio-kulttuurillinen kestävyys pyrkii puolestaan siihen, että kohdealueen kulttuuria ja paikallisyhteisöä kunnioitetaan ja suojellaan, ja edistetään sen elinvoimaisuutta. Ympäristövaikutusten huomioiminen matkailussa tulisi myös olla kestävän kehityksen periaatteiden mukaista, millä tarkoitetaan esimerkiksi energiankulutuksen, fossiilisten polttoaineiden ja vedenkulutuksen vähentämistä. Myös luonnon monimuotoisuuden säilyttäminen ja jätteiden määrään pienentäminen ja kierrätys on tärkeää.

Vastuullinen matkailu on kestävän kehityksen periaatteiden mukaista liiketoimintaa, joka huomioi yrityksen suorat ja epäsuorat vaikutukset yhteiskuntaan. Vastuullinen yritys pyrkii huomioimaan ympäristövaikutuksensa yhteiskuntaan ja vähentämään ympäristöä kuormittavaa toimintaa. Kestävä kehitys ja kestävä matkailu on tavoite, johon vastuullisen matkailun yritys vastuulla pyritään (Kuva 1).



Kuva 1. Vastuullinen matkailu pyrkii kestävään matkailuun.

Matkailun tulisi olla kestävä, koska matkailuala on täysin riippuvainen globaaleista ja paikallisista ilmiöistä. Kestävyyshaasteet kuten ilmastonmuutos, luontokato, luonnonvarojen ylikulutus ja eriarvoisuuden lisääntyminen vaikuttavat matkailuun. Toimiakseen matkailuala tarvitsee vakaan yhteiskunnan, osaavaa työvoimaa, laadukkaita raaka-aineita, luotettavia alihankintaketjuja ja toimivat liikenneyhteydet. Kestävä kehitys varmistaa, että alalla on puitteet toimia nyt ja tulevaisuudessa.

Sustainable Travel Finland –ohjelma

Suomessa on reagoitu tähän nousevaan vastuullisen matkailun trendiin käynnistämällä kestävä matkailun kehittämisen toimia ja luomalla yrityksille tukevia ohjelmia. Yksi näistä on Visit Finlandin lanseeraama Sustainable Travel Finland –ohjelma (STF-ohjelma), joka tähtää 7-asteisen ohjelman avulla vastuullisuussuunnitelman tekoon ja ympäristösertifioinnin hakemiseen. Ohjelma kouluttaa yrityksiä vastuulliseen matkailun yritystoimintaan ja tarjoaa matalan kynnyksen kehittämisspolun matkailuyrityksille ja -destinaatioille. Ohjelman läpikäyneet yritykset saavat käyttöönsä STF-merkin myötä jatkuvan kehittämisen mallin, viimeisintä tietoa kestävydestä sekä näkyvyyttä Visit Finlandin kanavissa.

Matkailuyritykset ja destinaatiot saavuttavat STF-merkin, kun kaikki polun 7 vaihetta ovat suoritettu ja todennettu. Ohjelmassa ovat seuraavat askeleet (5):

Askel 1. Sitoutuminen (jatkuvaan kehittämiseen)

- Virallinen päätös kestävä matkailun edistämisestä
- Sitoutuminen kestävä matkailun valtakunnallisiin [periaatteisiin](#)
- Kestävä matkailua koordinoivan henkilön nimeäminen

Askel 2. Osaamisen kasvattaminen

- Tutustuminen Kestävä matkailun e-oppaaseen
- Yritys osallistuu Visit Finland Akatemian [Sustainable Travel Finland -valmennukseen](#)
- Destinaatio järjestää Visit Finland Akatemian vastuullisuusvalmennuksia alueen yritysverkostolle
- Nykytilan kartoitus STF-ohjelman itsearviointin kautta

Askel 3. Sertifiointi

- Yrityksellä on auditoitu [kestävää matkailua tukeva sertifikaatti](#) tai sertifikaattia vastaava ohjelma

- Destinaation yritysverkoston matkailuyrityksistä 51 %:lla on STF-merkki, tai destinaatiolla on GSTC-akkreditoitu destinaatiotason sertifikaatti ja toimintasuunnitelma alueen yritysten saattamiseksi STF-polulle aina STF-merkkiin saakka.

Askel 4. Vastuullisuusviestintä

- Kestävän matkailun toimenpiteistä, suunnitelmista ja tavoitteista läpinäkyvästi viestiminen kansainväliselle yleisölle, viherpesu täysin eliminoiden

Askel 5. Mittaaminen

- Sitoutuminen valtakunnallisiin kestävän matkailun indikaattoreihin, ja indikaattoritiedon vuosittainen syöttäminen seurantalomakkeen kautta.

Askel 6. Kehittämissuunnitelma

- Kestävän matkailun kehittämissuunnitelman laatiminen
- Kehittämissuunnitelma sisältää yrityksen ja sen lähtötilan kuvauksen ja päivitettävän toimenpidetaulukon.
- Kehittämissuunnitelman huomioi kaikki yrityksen toiminnot, joita STF-merkki koskee
- Sekä kehittämissuunnitelma että toimenpidetaulukko huomioivat kaikki kestävyuden ulottuvuudet (taloudellinen, ekologinen, sosio-kulttuurinen).
- Kehittämissuunnitelma sisällöllisesti vastaa sille asetettua kansainvälisen standardit huomioivaa minimisisältövaatimusta, jonka kehittämiseen STF-ohjelma tarjoaa työkalut.

Askel 7. Todentaminen: STF-merkin hakeminen

- Tehdään sopimus STF-merkin käytöstä.
- Sitoudutaan säännöllisin väliajoin päivittämään kestävän matkailun osaaminen, kehittämissuunnitelma, toimenpidetaulukko, indikaattorien seurantalomake ja sertifikaatti, jotka STF-merkin uusiminen vaatii. STF-merkki uusitaan sitä tukevan sertifikaatin kanssa samassa syklissä tai noin 2 vuoden välein.
- STF-merkin hakemus lähetetään Visit Finlandin kautta kolmannen osapuolen arvioitavaksi.

Sertifikaatit konkretisoivat vastuullisuustyön

Matkailijat haluavat tehdä vastuullisia valintoja, mutta mistä voi tietää, toimiiko yrityksen vastuullisesti? Voiko sertifikaattiin luottaa vai ovatko ne vain viherpesua? Kaikissa alan

yrityksissä ympäristösertifikaattien suorittamista ei pidetä merkityksellisenä, koska koetaan, että jo toimitaan vastuullisesti eikä sertifikaateista synny lisäarvoa toiminnalle. Nämä kysymykset nousevat usein esiin pohdittaessa vastuullisuuskysymyksiä. Sertifikaatti on yritykselle ensisijaisesti johtamisjärjestelmä, työkalu, jonka avulla mitataan ja kehitetään oman liiketoiminnan kestävyttä. Yritys voi toimia vastuullisesti myös ilman sertifikaattia, mutta toiminnan todentaminen jää tällöin puuttumaan. Sertifikaattien avulla yrityksissä konkretisoidaan vastuullisuustyö yksittäisiin tekoihin, joita mitataan. Vain näin saavutetaan jatkuva parantamisen malli ja luodaan kestäviä ratkaisuja.

Matkailualan sertifikaatteja on Suomessa käytössä yleisesti parisen kymmentä ja kansainvälisesti useita satoja. Matkailijan on vaikeaa tunnistaa valtavasta valikoimasta, että mitä kriteerejä mikäkin sertifikaatti edellyttää. Mutta tuntematonkin sertifikaatti kertoo matkailijalle, että vastuullisuus asiat ovat yritykselle tärkeitä ja kestävyden kehittämisen eteen tehdään töitä. Tutustumalla yrityksen viestintään, matkailija saa enemmän tietoa siitä, mihin yritys on sitoutunut vastuullisuustyössään

Käytännössä tulevaisuuden matkailumarkkinoilla etulyöntiasemassa ja Suomen matkailumarkkinoinnissa näkyvimpiä tulevat olemaan ne matkailualueet ja -yritykset, joissa on kattavimmin panostettu vastuullisuustyöhön. Sustainable Travel Finland –ohjelman läpikäyminen, vastuullisuussuunnitelman laatiminen ja auditoitavan sertifikaatin suorittaminen vaativat yrityksiltä henkilöstöresursseja sekä rahallista panostusta kestävä matkailun osaamisen lisäämiseen ja toimenpiteiden toteuttamiseen. Koska yritysten tilanne on ollut Covid-19 pandemian vuoksi haasteellinen, lähdettiin Satakunnassa tukemaan vastuullisen matkailun kehittämissä yritysryhmähankkeen avulla.

Satakuntalaiset matkailuyritykset vastuulliselle polulle

Vastuullisen matkailun kehittämiseen koottiin 10 yrityksen yritysryhmähanke. Hankkeeseen osallistuneista yrityksistä viisi toimi ravintola-alalla (joista kolmella oli myös majoitustoimintaa), kaksi olivat aktiviteettipalveluyrityksiä (joilla oli myös ravintolapalveluita) sekä muita toimijoita olivat purjealus, B&B-majoittaja ja hyvinvointialayrittäjä. Projektin tavoitteena oli tuottaa yritysryhmään vastuullisen matkailun osaamista, joka mahdollisti osallistuvien yritysten vastuullisuussuunnitelmien ja ympäristöohjelmien laatimisen sekä valmiudet suorittaa auditoitava sertifikaatti, jota STF-ohjelman läpikäyminen edellyttää. Ympäristösertifikaattien ja STF-merkkien suorittamisen lisäksi oli tavoitteena, että yritysten toiminnan kestävyys ja vastuullisuus

paranevat sekä näistä asioista viestittää ulospäin aiempaa paremmin. Lisäksi odotettiin, että yritysten kannattavuus lisääntyy imagon parantumisella sekä yritysten kilpailukyky vahvistuu kuluttajien suuntaan hankkeen myötä todennetulla vastuullisella toiminnalla. Vastuullisemmin toimimalla yritykset lisäsivät kannattavuuttaan esimerkiksi erilaisilla energiaa säästäväillä ratkaisuilla.

Projektin aikana on järjestetty ryhmälle yhteisiä ja yrityskohtaisia tapaamisia ja koulutuksia sekä suoritettiin erikseen ympäristösertifikaatti ja STF-ohjelman merkki. Yritykset valitsivat toteutettavan sertifikaatin itsenäisesti Visit Finlandin STF-ohjelman määrittelemistä sertifikaateista. Ryhmässä valittiin suoritettavaksi EU Ecolabel-ympäristömerkkiä ja Ekokompassia. Sertifikaattien edustajat järjestivät yrityksille yhteisiä ja yrityskohtaisia koulutuksia (3 kpl/yritys). Visit Finlandin STF-ohjelma tarjosi omia koulutuksiaan webinaareina (10 kpl) sekä lisäksi järjestettiin muita tietoisuuksia (7 kpl). Koulutusteemoina olivat vastuullisuusviestintä, osallistava matkailu, kehittämissuunnitelma, itsearviointi, kestävän matkailun periaatteet, sitoutuminen, kiertotalous, ilmastonmuutos, vastuullisuusviestintä, vastuullinen ruokamatkailu, terveysturvallisuus ja mittarit. Lisäksi ryhmän kanssa pidettiin yhteisiä tapaamisia (15 kpl), joissa käytiin läpi prosessia, etenemistilanteita ja suunniteltiin yhteistä markkinointia. Markkinointi toimenpiteinä tehti yhteinen "[Matkaile vihreästi Satakunnassa](#)" matkailun piirrosvideo ja flyer, joita jaettiin erilaisissa tilaisuuksissa suoraan kuluttajille. Projektipäällikkö on myös pitänyt yrityskohtaisia sparrauksia STF-ohjelman edistämiseksi (20 kpl).

Kehittämisen haasteet ja tulokset Satakunnassa

Hankeprojektia toteutettiin koronapandemian ja Ukrainan sotatilanteen aikana, jolloin yrittäjillä oli haasteellista löytää resursseja tekemiseen. Ympäristöohjelmien ja STF-polun tekeminen vaatii paljon työtä erilaisten raporttien ja dokumenttien muodossa. Aloittaneista kaksi yritystä lopetti toimintansa projektin aikana. Kahdessa yrityksessä henkilöstön vaihtuvuus oli niin suurta, ettei projektia pystytty viemään läpi. Lopputuloksena kuusi yritystä saavutti ympäristösertifikaatin ja kahdelle yrityksistä myönnettiin lisäksi STF-merkki. Neljä yritystä jatkavat työtä STF-merkin saavuttamiseksi yhteisen projektin päättymisen jälkeen.

Osalta tähän projektiin osallistuneilta yrityksiltä saatiin palautetta, että tällaiset sertifointiohjelmat ovat liian monimutkaisia ylläpidettäväksi mikro- ja pienyrittäjissä. Pienissä yrityksissä ei ole esimerkiksi resursseja palkata henkilöä, joka vastaisi vastuullisuus asioista ja kehittämisestä. Toisaalta moni yrittäjä koki ohjelmista olevan

monia hyötyjä muun muassa parantuneen imagon, kilpailuedun ja saavutettujen kustannussäästöjen myötä. Tulevaisuudessa samankaltaisessa hankeprojektissa tulee varata enemmän resursseja siihen, että joku henkilö auttaa ja sparraa yrittäjiä konkreettisesti suunnitelmien ja raporttien laatimisessa. Yhdessä tekeminen auttaa yrityksiä etenemään STF-polulla ja antaa vertaistukea.

Suomessa on 365 kpl STF-merkkikohdetta lokakuussa 2023 [6]. Satakunnassa STF-merkki on myönnetty lokakuuhun 2023 mennessä seitsemälle yritykselle: Ahlströmin Ruukille, Scandic Porille, Scandic Raumalle, Café-Restaurant Savipakarille, Satakunnan Osuuskaupalle, Koivuniemen Herran Farmille ja Yyteri Resort & Campingille. Kaksi merkin saaneista yrityksistä oli mukana projektissa ja yksi osallistui niin sanottuna rinnalla kulkijana koulutuksiin ja yhteisiin tapaamisiin.

Vastuullisen matkailun kehittämistyölle on Satakunnassa edelleen iso tarve. Tukea tarvitaan, että yritykset voivat panostaa rahallisesti ja henkilöresurssein kehittämiseen, jotta voisivat vastata asiakkaiden toiveisiin ja tuottaa palveluja laadukkaammin ja kestävämmiin. Kuluttajien ja yritysten yhteistyöllä matkailu voi olla oikeasti kestävää ja oikein mitoitettuna matkailut hyödyt lisäävät hyvinvointia monella osa-alueella.

Artikkeli on kirjoitettu osana [Matkailuyritykset vastuulliselle polulle](#) – yritysryhmähanketta, joka on rahoitettu Euroopan maaseudun kehittämisen maatalousrahastosta.

LÄHTEET

- [1] Booking.com. Sustainable Travel Report 2019. [online]. Saatavilla: <https://globalnews.booking.com/bookingcom-reveals-the-contrasting-world-of-caution-and-confidence-for-lgbtq-travelers-in-2023/>, haettu 20.7.2023.
- [2] Business Finland. Kestävän matkailun tila 2022. Visit Finland julkaisuja. 2022. s. 6–16. Saatavilla: <https://globalnews.booking.com/bookingcom-reveals-the-contrasting-world-of-caution-and-confidence-for-lgbtq-travelers-in-2023/>, haettu 20.7.2023.
- [3] Jänkälä, S. Matkailun toimialaraportti. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 2019:3. Työ- ja elinkeinoministeriö. Helsinki. 2019. s. 38–39. Saatavilla: https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161292/TEM_3_2019_Matkailun_toimialaraportti.pdf?sequence=1&isAllowed=y, haettu 20.7.2023
- [4] UNEP & UNWTO. Making tourism more sustainable – A Guide for Policy Makers. 2005, s. 11-12. Saatavilla: https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/8741/-Making%20Tourism%20More%20Sustainable_%20A%20Guide%20for%20Policy%20Makers-2005445.pdf?sequence=3&isAllowed=y, haettu 20.7.2023
- [5] Business Finland. Vastuullinen matkailu. [Online]. Saatavilla: <https://www.visitfinland.fi/liiketoiminnan-kehittaminen/vastuullinen-matkailu/sustainable-travel-finland>, haettu 16.10.2023
- [6] Business Finland. Suomen Matkailudata. [Online]. Saatavilla: <https://www.visitfinland.fi/suomen-matkailudata/sustainable-travel-finland-tilastot>, haettu 16.10.2023

Matkailualan kestävyys haasteet edellyttävät ympäristöjohtamisen osaamista

Sanna-Mari Renfors, FT, Johtava tutkija, sanna-mari.renfors@samk.fi

Olena de Andres Gonzalez, FT, Erikoistutkija, olena.de.andres.gonzalez@samk.fi

Matkailulla on runsaasti positiivisia vaikutuksia talouden ja työllisyyden näkökulmista, mutta ilman suunnitelmallista ympäristöjohtamista sen toiminnasta koituu negatiivisia vaikutuksia ympäristölle. On arvioitu, että matkailun osuus maailman hiilidioksidipäästöistä on noin 8 %, ja matkailu lisää 4,6 % ilmaston lämpenemistä globaalisti [1]. Matkailualan toiminta perustuu suurten materiaalmäärien käyttöön, ala kuluttaa runsaasti energiaa ja vettä sekä tuottaa jätettä. Esimerkiksi hotelliasukas voi tuottaa vuorokauden aikana noin kilon jätettä ja käyttää neljä kertaa enemmän vettä kuin paikallinen asukas. Lisäksi ravintoloiden ruuasta noin 10–30 % päätyy päivittäin jätteeksi.

Näiden negatiivisten vaikutusten vuoksi matkailualalla on herätty ympäristöjohtamisen merkitykseen osana suunnitelmallista kestävä kehityksen edistämistä. Ympäristöjohtamisella tarkoitetaan toiminnan hallintaa niin, että ympäristönsuojelulliset tavoitteet ja vaikutukset otetaan huomioon kaikessa yrityksen toiminnassa ja päätöksenteossa [2]. Ympäristövastuullinen yritys hyödyntää mahdollisimman runsaasti kestäviä raaka-aineita ja materiaaleja, huolehtii tuotantoprosessien ja tuottamiensa tuotteiden ja palvelujen ympäristöystävällisyydestä sekä viestii näistä asiakkailleen [3]. Yrityksen toiminnasta ei siten saa koitua haittaa ympäristölle, minkä vuoksi yrityksen on omaksuttava ympäristöjohtaminen osaksi toimintaansa.

Ympäristöjohtamisen osaaminen auttaa matkailuyrityksiä vastaamaan ympäristön kestävyys haasteisiin ja vauhdittaa alan vihreää siirtymää. Se on olennainen osa matkailun työllisyyttä työpaikkojen vihertyessä ja edellytys alalle sen siirtyessä kohti kestävämpää, vastuullisempaa, vähähiilisempää ja resurssitehokkaampaa liiketoimintaa. Ympäristöjohtamisen osaamista tarvitaan erityisesti suunniteltaessa ja kehitettäessä alan yritystoimintaa, jotta voidaan minimoida toiminnan haitalliset ympäristövaikutukset ja tuottaa samalla kustannussäästöjä sekä vaikuttaa positiivisesti yrityksen imagoon.

Ympäristöjohtamisen osaamisen puute on kuitenkin eräs matkailualan yritysten merkittävimmistä osaamisvajeista, ja pullonkaula alan siirtymisessä kohti kestävämpää liiketoimintaa. On tarpeellista tunnistaa alalla tarvittava ympäristöjohtamisen osaaminen ja vihreän talouden aiheuttamat muutokset alan osaamisvaatimuksiin, jotta näihin voidaan reagoida. Tämän vuoksi tässä artikkelissa määritellään matkailualalla Suomessa tarvittava ympäristöjohtamisen osaamisprofiili ja pyritään vastaamaan kysymykseen, millaista ympäristöjohtamisen osaamista matkailualalla tarvitaan. Profiili on luotu keväällä 2023 matkailualan toimijoilta kerätyn haastatteluaineiston avulla.

Viranomaiset painottavat ympäristöjohtamisen osaamisen kehittämistä alalla

Ympäristöjohtamisen osaamisen kehittäminen on olennaista myös siksi, että matkailuviranomaiset ovat reagoineet voimakkaasti tämän tarpeeseen. Euroopan unioni on tunnistanut ympäristöjohtamisen osaamisen merkityksen matkailualalla, ja tämän vuoksi laatinut ohjelmia ja aloitteita tätä edistääkseen. EU:n matkailupoliittinen viitekehys määrittelee kestävä matkailun keskeiseksi painopisteeksi ja vaatii ympäristön kannalta kestävien matkailukäytäntöjen kehittämistä [4]. Euroopan komission kestävä matkailun toimintasuunnitelma [5] puolestaan esittelee useita toimenpiteitä, jotka auttavat tekemään EU:n matkailualasta kestävämmän. Matkailuun vaikuttaviin ympäristökysymyksiin pyritään vastaamaan esimerkiksi kehittämällä kestävää yritystoimintaa, vähentämällä vedenkulutusta hotelleissa, tekemällä rakennuksista energiatehokkaampia, käyttämällä enemmän uusiutuvaa energiaa, parantamalla jätehuoltoa matkailukohteissa sekä lisäämällä tietoisuutta kestävästä matkailusta.

Suomen missiona on olla maailman kestävin matkailukohde, minkä vuoksi kestävä kehityksen tukeminen on yksi Suomen matkailustrategian painopisteistä [6]. Jotta tämä missio toteutuisi, tarvitaan ympäristöjohtamisen osaamisen edistämistä. Tämän vuoksi Visit Finland on käynnistänyt Sustainable Travel Finland -ohjelman [7] matkailuyrityksille ja -kohteille. Tämä on konkreettinen kestävä matkailun työkalupakki, joka helpottaa kestävien toimenpiteiden ja valintojen omaksumista yrityksen jokapäiväisessä toiminnassa. Ohjelma ja sen kriteerit liittyvät kestävä kehityksen tavoitteisiin ja kestävä matkailun indikaattoreihin, mutta sitä on sovellettu Suomen kontekstiin.

Suomalaisen matkailuelinkeinon ympäristöjohtamisen osaamisprofiili

Haastattelututkimuksen perusteella **strategisen ympäristöjohtamisen osaaminen** on matkailualan ydinosaamista (Kuva 1). Tähän sisältyy kyky hallita yrityksen ympäristövaikutuksia suunnittelemalla, toteuttamalla, monitoroimalla ja parantamalla toimintaa. Yrityksen tulee asettaa ympäristötavoitteita, integroida ympäristölainsäädännön erityispiirteet toimintaansa, ottaa käyttöön ympäristöjärjestelmä sekä kestävän kehityksen sertifiointiohjelma tukemaan ympäristöjohtamistaan. Äärimmäisen tärkeää on myös hyödyntää digitaalisia ratkaisuja kestävän kehityksen tueksi.



Kuva 1. Matkailuelinkeinon tarvitsema ympäristöjohtamisen osaaminen

Lisäksi **ympäristövaikutusten hallinta** on olennainen osa ympäristöjohtamisen osaamista. Matkailuyrityksen tulee pystyä arvioimaan toimintansa ympäristövaikutuksia ja laatimaan suunnitelmia sen negatiivisten vaikutusten minimoimiseksi ja ilmastonmuutoksen hillitsemiseksi. Vaikutusten hallintaan sisältyy myös hiilidioksidipäästöjen hallinta näiden lähteiden tunnistamiseksi ja niiden vähentämiseksi. Hiilidioksidipäästöjen hallintaa tukee matkailuyrityksille tuotettu hiilijalanjälkilaskuri, joka auttaa niitä suunnittelemaan hiilidioksidipäästöjen vähentämistä ja kompensointia. Ympäristövaikutusten arviointiin liittyy myös elinkaariajattelu: tuotteiden ja palveluiden ympäristövaikutusten ymmärtäminen niiden koko elinkaaren ajalta.

Resurssienhallinta on yksi tärkeimmistä ympäristöjohtamisen osaamisista matkailualalla. Kyse on resurssien tehokkaasta käytöstä kiertotalouden periaatteiden pohjalta ja se sisältää pääasiassa resurssien vähentämisen, uudelleenkäytön ja kierrätyksen. Tämä voi olla esimerkiksi energian ja veden käytön vähentämistä, uusiutuvan energian käytön lisäämistä sekä erityisesti ruoka- ja muovijätteen ehkäisemistä ja minimoimista. Matkailussa tätä tavoitetta tuetaan vahvasti

jakamistalouden periaatteiden kautta esimerkiksi jakamalla ja vuokraamalla erilaisia resursseja digitaalisia alustoja hyödyntäen (mm. Airbnb, Über).

Kestävä tuote- ja palvelukehitys on myös merkittävä ympäristöjohtamisen osaamisalue matkailualalla. Tämä tarkoittaa paikallisten luonnonvarojen vastuullista käyttöä matkailun tuotekehityksessä: luonnonsuojeluun liittyvien tuotteiden kehittämistä, eläinten eettistä hyödyntämistä tuotteistettaessa palveluja sekä luonnonsuojelualueiden ja osoitettujen reittien kestävästä käytöstä. Osaamista tarvitaan uusien ympärivuotisten tuotteiden ja palveluiden kehittämiseen kausiluonteisuuden vähentämiseksi sekä sesonkiajan liiketoiminnan ja työllisyyden haasteisiin vastaamiseksi. Lisäksi alalla tulee edistää sään ääri-ilmiöiden lisääntyessä ympäristöolosuhteiden vaikutuksen tunnistamista matkailijoiden turvallisuuteen ja ehkäistä mahdollisia riskejä.

Kestävä markkinointi ja viestintä ovat myös erittäin keskeisiä osaamisia alan ympäristöjohtamisessa. Näitä tarvitaan viestittäessä ja raportoitaessa yritysten toteuttamista kestävästä toimenpiteistä, tavoitteista ja pyrkimyksistä vihreään talouteen siirtymiseksi. Monissa tapauksissa yritykset toteuttavat erilaisia toimenpiteitä, mutta niistä ei tiedoteta läpinäkyvästi asiakkaille ja muille sidosryhmille. Lisäksi matkailuyritykset korostavat, että viherpesua eli väärin tai harhaanjohtavien väitteiden antamista tuotteiden ympäristöhyödyistä on vältettävä.

Koska tuotanto ja kulutus ovat erottamattomia matkailussa, on yhtä tärkeää hallita **kestävää kuluttajakäyttäytymistä**. Tämä tarkoittaa asiakkaiden käyttäytymisen muuttamista lisäämällä heidän ympäristötietoisuuttaan sekä rohkaisemalla ja tukemalla heidän osallistumistaan vihreään talouteen. Asiakkaat tulisi saada tietoisiksi heidän omasta resurssien kuluttamisestaan ja sen ympäristövaikutuksista sekä ohjata heitä toimimaan vastuullisesti.

Lisäksi **yhteistyöosaaminen arvoketjun toimijoiden kanssa** korostuu matkailualalla. Koska ala toimii on vahvasti sidoksissa muihin aloihin ja se pitää sisällään toisistaan riippuvaisia toimijoita, yhteistyön helpottaminen sekä synergioiden löytäminen paikallisten verkostojen ja arvoketjujen syntyä varten on äärimmäisen tärkeää. Tähän liittyy myös kestävien hankintojen eli niiden tuotteiden ja palvelujen ostaminen, joilla on mahdollisimman vähäiset ympäristövaikutukset kuten lähiseudun tuoreilla raaka-aineilla.

Kestävyyden kehittäminen on osa jokaisen työntekijän arkipäivää

Matkailuyritykset korostavat, että kestävyys ja vastuullisuus ovat ennen kaikkea tapa ajatella yrityksen toimintaa. Se tulee olla integroituna läpileikkaavasti syvälle liiketoimintastrategioihin ja yrityksen toimintoihin. Tämä edellyttää kaikkien pienten yksityiskohtien, joilla voi olla suuri vaikutus ympäristön kestävyteen, harkitsemista ja uudelleen ajattelua. Se ei myöskään ole ainoastaan yrittäjien tapa toimia, vaan edellyttää muutosta kaikkien työntekijöiden arvomaailmassa ja tavassa toimia päivittäisessä työssään. Matkailuyritysten tulee siten huolehtia siitä, että kaikilla yrityksessä toimivilla on selkeä kuva siitä, miten arjen työssä toimitaan kestävästi.

Lisäksi matkailualalle on syntyvässä uusissa kestävyteen ja vastuullisuuteen liittyviä ammattiprofileja kuten kestävä kehityksen päällikkö ja kiertotalouspäällikkö. Näissä profileissa ympäristöjohtaminen on avainsisältö ja ammateissa toimivien pääasiallinen tehtävä on toteuttaa yrityksen ympäristötavoitteita sekä suunnitella, johtaa ja monitoroida yrityksen ympäristövastuullista toimintaa. Lisäksi muut liiketoiminnan osa-alueet kuten kestävät hankinnat ja kestävyysviestintä tarvitsevat erikoisosaamista ja tulevat korostumaan alan työtehtävissä. Tämän vuoksi matkailuyrityksissä tulisi pohtia ja allokoita tarkasti ympäristöjohtamiseen ja sen osa-alueisiin liittyvät tehtävät ja vastuut.

Osaamistarpeet tunnistamalla voidaan suunnitella ja tarjota alan täydennyskoulutusta, joka kattaa ajantasaisen osaamisen kestävä kehityksen edistämiseksi ja arjen työtehtävien hoitamiseksi matkailuyrityksissä. Lisäksi alan yritykset voivat hyödyntää osaamisprofiliä uuden osaamisen rekrytoinnissa sekä tarkastellakseen yrityksessä olemassa olevaa osaamista ja osaamisvajeita.

Artikkeli on kirjoitettu osana PANTOUR - Pact for Next Tourism Generation Skills -projektia, jota rahoittaa Erasmus+ -ohjelma.

Lähteet

- [1] Lenzen, M., Sun, Y. Y., Faturay, F., Ting, Y. P., Geschke, A., & Malik, A., (2018), "The carbon footprint of global tourism", *Nature Climate Change*, 8(6), p. 522–528.
- [2] Ympäristöhallinto, "Ympäristöjärjestelmät ja johtaminen", [online]. Saatavilla: <https://www.ymparisto.fi/fi/kestava-kierto-ja-biotalous/kestava-tuotanto/ymparistojarjestelmat-ja-johtaminen>, haettu 4.8.2023.
- [3] ILO, "Green Business Guide". Saatavilla: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/--ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/publication/wcms_882794.pdf, haettu 4.8.2023.

- [4] ENCOURAGING SUSTAINABLE TOURISM PRACTICES. European Travel Commission, Brussels, September 2021. Saatavilla: https://etc-corporate.org/uploads/2021/09/ETC_SUSTAINABLE_TOURISM_HANDBOOK_vs6_FINAL.pdf, haettu 9.8.2023.
- [5] The green transition of tourism. Saatavilla: https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism/eu-tourism-transition/green-transition-tourism_en, haettu 9.8.2023.
- [6] Työ- ja elinkeinoministeriö, "Yhdessä enemmän – kestävä kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun: Suomen matkailustrategia 2022–2028 ja toimenpiteet 2022–2023". Saatavilla: <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/164279>, haettu 4.8.2023.
- [7] Business Finland, "Kestävän matkailun puolesta", [online]. Saatavilla: <https://www.visitfinland.fi/liiketoiminnan-kehittaminen/vastuullinen-matkailu/sustainable-travel-finland>, haettu 4.8.2023.

Ruokamatkalla Satakunnassa – Taste Satakunta

Terja Wahlberg, restonomi, projektipäällikkö, terja.wahlberg@samk.fi

Matkailu on merkittävä toimiala Suomessa ja toiseksi suurin ala palveluviennissä. Vuonna 2019 Suomessa kirjattiin 23 miljoonaa yöpymistä, joista 16 miljoonaa oli kotimaisia. [1] Kotimaisten matkailijoiden yöpymismäärä on ollut kasvussa koronapandemian alettua. Vuonna 2022 suomalaisten yöpymisvuorokausia kirjattiin ennätysmäärä, yhteensä 17 miljoonaa. Vaikka ulkomaille matkustaminen on normalisoitunut, on mahdollista, että osa suomalaisista valitsee jatkossakin kotimaisen kohteen korona-aikana onnistuneen kotimaan loman siivittämänä. Ulkomaisten matkailijoiden yöpymismäärät yli kaksinkertaistuivat vuonna 2022 edelliseen vuoteen verrattuna, mutta olivat vielä noin 30 prosenttia alhaisempia kuin vuonna 2019. [2] Kaikki matkailijat eivät välttämättä vieraile kulttuurikohteissa tai museoissa tai osallistu tapahtumiin, mutta kaikki syövät matkallaan. Ruokamatkailija matkustaa ensisijaisena motiivinaan ruoka ja siihen liittyvät aktiviteetit. Ruokamatkalla voi olla lähellä tai kauempana. **Ruokamatkailu voidaan lyhyesti määritellä matkailuksi, jossa matkailija matkustaa löytääkseen paikalliset maut ja niiden myötä paikan hengen.** [1]

Suomalainen ruokamatkailu

Suomalainen ruokamatkailu on monipuolista. Se ei ole pelkästään kahvilakäynti tai ravintolaruokailu, se on paljon muutakin. Se voi olla ohjattua tekemistä ruoan ympärillä, pilkkiretki, sienisuunnistus tai vaikka ohjelmallinen ruokailu melontaretken päätteeksi. Suomalainen ruokamatkailu tekee kokijalleen kokonaisvaltaisen hyvän olon.[1]

Suomalainen ruokamatkailutarjonta on matkailijoiden kohtaama paikallisuuteen ja tarinoihin perustuva maukas ravintolaruokailu, kotiruokailu, katuruoka, suomalaisen ruoan tekeminen ohjatusti, luonnonantimiin ja keräilyyn liittyvät ruokamatkailutuotteet, luonnossa ja kulttuuriympäristössä tapahtuva ruokailu, erilaiset ruokamatkailuun liittyvät reitit ja tapahtumat, torit, kauppahallit, erikoismyymälät kuten juustolat, viinitilat, tislaamot sekä pienpanimot ja niiden ympärille rakennettu ohjelma. [1]

Suomalaiseen ruokamatkailuun liittyvät läheisesti tarinat, paikallisuus, puhtaat raaka-aineet ja yhä enemmän myös vastuullisuus ja kestävä kehityksen huomioiminen. Suomessa on kehitetty valtakunnallisesti ruokamatkailua jo usean vuoden ajan ja ruokamatkailustrategia on luotu määrittämään yhteinen päämäärä ja toimenpiteet koko Suomeen. Valtakunnallisen strategian yhtenä päätarkoituksena on kehittää kärkituotevetoisesti Suomen ruokamatkailua sekä kannustaa yhdistelmätuotteiden ja ruokareittien luomiseen.

Ruokamatkailustrategiaa Satakunnassa

Satakunnan ruokamatkailustrategia nojaa vahvasti valtakunnalliseen ruokamatkailustrategiaan, jonka parissa se on saanut muotonsa. Vuonna 2023 tätä strategista suunnitelmaa on hiottu yhdessä Gurmeeta-ruokamatkailuhankkeen työryhmän voimin. Työryhmässä on ollut edustettuna ruoka-alan ammattilaisia, kehittäjiä sekä matkailualan yrittäjiä. Tavoitteena on tehdä ruokamatkailusta Satakunnan vetovoimatekijä, joka sisältää ruokamatkailustrategian lisäksi esimerkiksi ruokamatkailureittejä, lähiruokamenuja sekä toimivan ja helposti löydettävän digitaalisen alustan matkailijoille.

Satakuntalaisen ruokamatkailustrategian perustana on maakunnan vahva elintarviketuotanto, jatkojalostus sekä erittäin rikas vieraanvaraisuusperintö ja pitokulttuuri. Satakuntalaiseen ruokakulttuuriin kuuluvat oleellisesti merellisyys ja vesistöt, erilaisissa kulttuuriympäristöissä tapahtuvat ruokailut (kartanot, ruukit, museokohteet) sekä kasvamassa oleva elämyksellinen luontoruokailu. Lisäksi satakuntalaiselle ruokamatkailulle tärkeässä osassa on liikematkustukseen liittyvä ruokamatkailu.

Satakuntalaisen ruokamatkailustrategian visioksi työryhmä on määritellyt valtakunnallisen ruokamatkailustrategian mukaisesti **'Ruoka elämykselliseksi ja ostettavaksi osaksi Satakunnan matkailua vastuullisesti'**. Lisäksi missiona on tehdä ruokamatkailua ympärivuotisesti yhdessä. Ydinviestinä maakunnan ruokamatkailussa paikallinen ruokakulttuuri ja elämäntapa maistuvat ja puhdas ruoka tekee hyvää mielelle ja keholle. Vastuullinen ruokamatkailu on osa satakuntalaista ruokamatkailua ja sen merkitys on koko ajan kasvamassa.

Vastuullista ja kestävästä satakuntalaista ruokamatkailua

Ruokamatkailu on kestävä matkailu tukemalla paikallista ruoantuotantoa ja elinkeinoja sekä edistämällä ympäristö- ja kulttuuritietoisuutta. Vastuullisuuden ja kestävien arvojen vaikutus matkailijoiden ostopäätöksiin tulee kasvamaan. Kestävän kehityksen periaatteiden noudattaminen tuo jatkossa matkailuyrityksille selvää kilpailuetua. Matkailualan kestävä ja vastuullinen kehittäminen sisältää ympäristönäkökulman lisäksi sosiaaliset, kulttuuriset ja taloudelliset näkökulmat. [3]

Satakuntalaisen vastuullisen ruokamatkailun periaatteet

- Käytetään lähiruokaa ja suositaan suomalaista
- Suositaan oman vahvan elintarvikemaakunnan raaka-aineita
- Suositaan sesonkiruokia ja raaka-aineita
- Tehdään taloudellisesti kannattavaa liiketoimintaa
- Säästetään energiaa ruuan valmistuksessa
- Minimoidaan jätteen määrää sekä kierrätetään ja kompostoidaan
- Otetaan huomioon ympäristö-, sosiaalinen-, kulttuurinen- ja taloudellinen näkökulma toiminnassa

Ruokamatkailusta vetovoimatekijä

Onko Satakunnassa ruokamatkailua tai pitäisikö sitä ainakin kehittää? Minkälaista on ruokamatkailu maakunnassamme? Voisiko siitä viestiä esimerkiksi seuraavasti: ”Satakunta kutsuu matkailijat nauttimaan ainutlaatuisista makuelämyksistä Suomen länsirannikolla. Maakunta tarjoaa paitsi upeita maisemia ja rikasta kulttuuriperintöä, myös laajan valikoiman herkullisia paikallisia ruokia ja raaka-aineita, jotka vievät makumatkalle läpi alueen. Satakuntalainen ruokamatkailu on enemmän kuin pelkkä ateria – se on matka paikalliseen ruokakulttuuriin, tuoreisiin raaka-aineisiin, perinteisiin resepteihin ja innostaviin ruokaelämyksiin.” Tällaista voisi olla satakuntalainen ruokamatkailu parhaimmillaan, kun kaikki ruokamatkailun elementit ovat kohdillaan.

Satakuntalaisen ruokamatkailun kehittäminen otti ensiaskeleensa v. 2016, kun Visit Finlandin ja Haaga Helian Hungry for Finland -hanke järjestivät työpajan ruoka-alan ammattilaisille ja kehittäjille Satakunnassa. Jo silloin mietittiin, mitkä ovat satakuntalaisen ruokamatkailun vahvuuksia ja miten niitä pitäisi kehittää. Ruokamatkailun kehittäminen jäi muutamaksi vuodeksi muiden matkailuasioden jalkoihin ja sen eteenpäin viemisestä ei oikeastaan kukaan ottanut vastuuta tai se oli

osana muuta matkailun kehittämistä. Ruokamatkailu on kuitenkin koko ajan kasvamassa ja sitä pitää myös Satakunnassa viedä eteenpäin. Ruokamatkailusta voidaan tehdä koko Satakunnan matkailun vetovoimatekijä.

Taste Satakunta

Ruokamatkailustrategiaan sisältyvät tuotekehitys, myynti, markkinointi sekä toimiva yhteistyöverkosto. Satakunnassa tuotekehitystä on tehty SAMKin Gurmeeta-ruokamatkailun kehittämishankkeessa mm. kehittämällä Satakunnalle oma **Taste Satakunta -brändi**. Sen tarkoituksena on luoda yhtenäinen ilme satakuntalaiselle ruokamatkailulle ja olla helposti tunnistettavissa. Yhtenäinen brändi myös helpottaa viestintää ruokamatkailussa yritysten ja matkailijoiden välillä. Taste Satakunta toimii maakunnan ruokamatkailun sateenvarjona, jonka alta löytyvät lähiraaka-aineista valmistettuja menuja, houkuttelevia ruokaravintoloita, viihtyisiä kahviloita, idyllisiä tilamyymälöitä, herkullisia ruoka-aiheisia tapahtumia ja houkuttelevia ruokamatkailureittejä.

Taste Satakunta -brändin alle on Satakunnan keittiömestariyhdistyksen kanssa kehitelty kaksi Taste Satakunta -menua, joista ensimmäinen julkaistiin kesäkuussa 2023 (Kuva 1) ja syysmenu julkaistiin valtakunnallisen Lähiruokapäivän avajaisissa 9.9.2023 Huittisissa. Molemmissa menuissa on hyödynnetty satakuntalaisia lähiraaka-aineita sekä mietitty perinteisiä ruokia uudella tavalla. Tarkoituksena on, että Taste Satakunta -menuja valmistuu vuosittain kaksi ja niitä voidaan hyödyntää ruokapaikoissa sellaisenaan tai niistä voidaan ottaa käyttöön vain joku osanen.



Kuva 1. Taste Satakunta kesämenu 2023

Menujen lisäksi kehitystyön alla ovat **satakuntalaiset ruokamatkailureitit**, joita elävöitetään tarinallistamisen keinoin yhdessä ruokamatkailuyritysten kanssa. Tavoitteena on luoda Satakuntaan elämyksellisiä ruokamatkailureittejä, joissa yhteisenä nimittäjänä on aito ylpeys satakuntalaisista lähiraaka-aineista. Ruokamatkailureitit

voivat ruuan lisäksi sisältää esim. kulttuuria, tapahtumia tai tilamyymälöitä. Kevään 2023 aikana ruokamatkailureittiaihiota alustettiin työpajoissa jo kolme kappaletta ja lisää on tulossa.

Taste Satakunta -sivustolla esiteltävät upeat kohteet, ruokareitit, menut jne, on tärkeää saattaa matkailijoiden ulottuville. Lähitulevaisuudessa Satakunnassa seikkaileva ruokamatkailija voi vaivattomasti löytää ruokapaikat, tapahtumat, ruokamatkailureitit sekä ruokamatkailukartat Visit Satakunta.fi:n Taste Satakunta -sivustolta. Sivustolle on jo vietynä herkulliset Taste Satakunta menut resepteineen sekä ensimmäinen versio #TasteSatakunta-kartasta. [4]

Yhteenvetona

Matkailija voi parhaimmillaan kokea upeita ruokaelämyksiä paikallisista raaka-aineista tehdyistä ruuista reissuillaan. Satakunnassa tarjolla olevat ruokamatkailuun liittyvät tapahtumat, aktiviteetit, reitit ja vastuullisuus voivat houkuttaa matkajaa entistäkin enemmän. Satakuntalainen ruokamatkailu on vasta alkumetreillään, mutta siinä on potentiaalia luoda upea Taste Satakunta -tarina. Tämä tarina kattaa laajasti tuotekehitystä, markkinointia, myyntiä ja tiivistä yhteistyötä koko ruokamatkailuverkoston kesken.

Kehitystyöhön tarvitaan kaikkien ruokamatkailun kehittäjien, yrittäjien, yritysten sekä muiden ruoka-alan asiantuntijoiden panosta, jotta suunnitelmat muuttuisivat toiminnaksi eivätkä jäisi pelkiksi sanoiksi paperilla. Satakuntalaisesta ruokamatkailusta voi tulla merkittävä osa Satakunnan matkailun vetovoimaa, kun visiot saavat tuulta alleen ja ruokamatkailusta tulee alueen vahvuus ja ylpeydenaihe.

Lähteet

- [1] Hungry for Finland, Suomen ruokamatkailustrategia 2020–2028 [online] saatavilla: <https://www.hungryforfinland.fi/files/2022/03/Ruokamatkailustrategia-2020-2028-1.pdf>, haettu 25.8.2023
- [2] TEM, toimialaraportit, Matkailun toimialaraportti [online] saatavilla: <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-621-5>
- [3] Satakuntaliitto, Satakunnan matkailunkasvuohjelma 2030 [online] saatavilla: <https://satakunta.fi/wp-content/uploads/2020/11/Satakunnan-matkailun-kasvuohjelma-2030.pdf>, haettu 28.8.2023
- [4] Satakunnan Matkailuyrittäjät, Visit Satakunta, Taste Satakunta [online] saatavilla: <https://www.visitsatakunta.fi/tastesatakunta/>, haettu 28.8.2023

Taikayöntie -matkailutien henkiin herättäminen

Niina Aalto, YTM, Projektipäällikkö, niina.k.aalto@samk.fi

Huittisista Punkalaitumen kautta Urjalaan kulkeva Taikayöntie on yksi Suomen virallisista matkailuteistä. Se kulkee läpi kauniin jokilaakson ja kumpuilevien peltomaisemien, valtakunnallisesti merkittävässä rakennetussa kulttuuriympäristössä. (Kuva 1). Taikayöntie on saanut nimensä Martti Innasen vuonna 1967 julkaistun ”Urjalan Taikayö” -nimisen kappaleen mukaan, jossa kuvataan alueen maalaisromanttista maisemaa.

Taikayöntie sai virallisen matkailutie -statuksensa vuonna 2000. Tien kehittäminen oli tuolloin aktiivista ja tien toimijat tunsivat toisensa. Vuosien mittaan tien kehitystyö on kuitenkin lopahtanut, eivätkä tien toimijat enää tunne toisiaan. Taikayöntiestä on ollut erittäin vaikeaa löytää tietoa digitaalisista lähteistä, eikä tiellä ole ollut virallisia materiaaleja logoa lukuun ottamatta. Tähän haasteeseen on pyritty vastaamaan Satakunnan ammattikorkeakoulun Matkailun kehittämiskeskuksen hallinnoimassa ja Euroopan maaseuturahaston sekä Leader Joutsenten reitin ja Leader Pirkan Helmen rahoittamassa Taikayöntien Lumo -hankkeessa.



Kuva 1. Taikayöntie. Kuvaaja: Janne Arola

Toimijaverkosto matkailutien kehittämisen taustavoimana

Taikayöntien toimijaverkoston koonti on ollut keskeisessä asemassa Taikayöntie-matkailutien kehittämisessä. Verkostoa on lähdetty kartoittamaan ja kokoamaan alueen asukkaista, yhdistyksistä, järjestöistä, tapahtumista, matkailu- ja kulttuurialan toimijoista sekä kuntien edustajista. Se on kokoontunut verkostotapaamisissa hankevetäjän johdolla, osallistunut erinäisiin Taikayöntien kehitystyötä tukeviin koulutuksiin ja työpajoihin sekä ollut Taikayöntien kehitystyötä koskevan hankeviestinnän piirissä. Toimijaverkoston yhteistyö onkin merkittävässä asemassa Taikayöntien kehittämisessä ja erityisesti sen tunnettuuden lisäämisessä.

Taikayöntien viestinnässä tarvittavaa tietoa on lähdetty keräämään yhteistyöverkoston kautta. Taikayöntien toimijaverkoston kanssa on ollut tärkeää löytää yhteinen suunta, johon kaikki alueen toimijat voivat sitoutua. Näin kaikki toiminta saadaan tukemaan samansuuntaista mielikuvaa Taikayöntiestä. Tätä varten toimijaverkoston välisenä yhteistyönä on lähdetty rakentamaan yhteistä viestiä Taikayöntiestä. Tässä tarinallistaminen on keskeisessä roolissa. Tarinankerronta markkinoinnissa on erinomainen erottautumiskeino. Tarinankerronta on myös yksi tehokkaimmista keinoista saada viesti perille vastaanottajalle ja saada yleisö toimimaan sen mukaisesti. [1]

Taikayöntien yhteisen viestin rakentaminen tarinallistamisen keinoin

Taikayöntien toimijaverkosto kutsuttiin tarinallistamisen työpajaan, jossa Taikayöntielle rakennettiin yhteistä ydinviestiä. Tarinallistamisen menetelmän kehittäjän Anne Kalliomäen mukaan tarinallistamisessa ydintarina tiivistää yrityksen olemassaolon tarinaksi, joka on yrityksen toiminnan punainen lanka [2]. Taikayöntien kontekstissa ydintarina rakennettiin yrityksen sijasta Taikayöntien alueelle. Tässä maiseman tarinallistaminen oli keskeisessä roolissa [3]. Maisemasta löytyy myytäviä tarinoita. Maisema myös tarjoaa paikallisen kulttuuriperinnön viitekehyksen. [4] **Taikayöntien tapauksessa ydinviestiä lähdettiin rakentamaan maalauksellisen ja idyllisen maalaismaiseman ympärille.**

Taikayöntien perinnemaisemat sekä aidot ja alkuperäiset talonpoikaisrakennelmat tekevät siitä historiallisesti merkittävän matkailutien [5]. Taikayöntietä reunustavat perinteiset, vanhat ja vauraat maatilat, jotka asettuvat jokilaakson peltojen metsänreunoihin. Esimerkiksi Punkalaitumella sijaitseva ”koiramäentalona” tunnettu talonpoikaismuseo Yli-Kirra edustaa tyypillistä, umpihiphatyylisiin rakennettua satakuntalaista maalaistaloa [6]. Taikayöntietä matkakohteena kuvaakin parhaiten **aito maaseutukulttuuri ja -maisema.**

Aitouden ja autenttisuuden etsiminen on yksi merkittävistä nykypäivän mikrotrendeistä tänä elämystalouden aikakautena, jossa elämme. Globaalien kuluttajamarkkinoiden ja massatuotannon aikana kulttuurit, ruoka ja vapaa-ajan elämykset homogeenistuvat ympäri maailmaa. Tätä taustaa vasten autenttisuuden etsijät ovat nostaneet päätään. He ovat yksilöitä, jotka etsivät tuotteita tai elämyksiä, joilla on selkeä yhteys paikkaan, aikaan ja kulttuuriin. Autenttisuuden etsijät arvostavat tuotteita ja elämyksiä, jotka on tuotettu perinteisellä tavalla ja joilla on aito tarina taustallaan. Matkailussa aitouden ja autenttisuuden etsijät hakevat matkailun valtavirtojen sijasta aitoja elämyksiä, jotka antavat matkailijoille merkittävyyden kokemuksia ja auttavat heitä löytämään itsensä. [7]

Visit Finland on profiloitunut yhdeksi Suomen matkailijasegmenteistä kansainvälisillä markkinoilla juuri aitoudenetsijät, jotka ovat mm. britti- ja saksalaismatkailijoiden suurin ryhmä [8]. Taikayöntiellä voidaan sanoa olevan potentiaalia kotimaan matkailijoiden lisäksi myös kansainvälisten matkailijoiden keskuudessa.

Viestintätoimenpiteitä Taikayöntien tunnettuuden lisäämiseksi

Taikayöntiestä on ollut vaikea löytää tietoa, mikä on varmasti vaikuttanut myös tien vähäiseen tunnettuuteen. Suomen suosituimpia matkailuteitä ovat Sininen tie, Hämeen Härkätie, Pohjanlahden rantatie sekä Tervantie. Kyseiset tiet vetävät matkailijoita puoleensa reittien sijainnin, teiden historian ja teemojensa puolesta. Mitä suuremmat tahot toimivat teiden ylläpitäjinä tai mitä enemmän ylläpitäjiä ja sponsoreita tiellä on, sitä paremmin teitä on markkinoitu ja tietoa niistä on saatavilla. Osaa teistä on markkinoitu erittäin heikosti ja tietoa on ollut muutenkin vaikea löytää. [5.] Valitettavasti Taikayöntie on kuulunut tähän jälkimmäiseen joukkoon, ja työnsarkaa sen tunnettuuden lisäämiseksi riittää. Taikayöntien toimijaverkoston saaminen yhteisen viestin taakse on ollut erittäin tärkeää.

Taikayöntien viestintämateriaalien luominen

Kuten edellä jo mainittiin, Taikayöntiellä ei ole ollut virallisia materiaaleja lukuun ottamatta logoa, ja siitä on ollut lähes mahdotonta löytää ajantasasta tietoa digitaalisista lähteistä. Taikayöntielle on lähdetty rakentamaan **visuaalista ilmettä** kuvitetun kartan avulla (Kuva 2), joka on nähtävillä rakenteilla olevissa viestintämateriaaleissa: esitteissä, verkkosivuilla, roll-upeissa, messulakanassa sekä muissa materiaaleissa. Rakenteilla olevat **verkkosivut** tulevat olemaan erittäin

merkittävässä asemassa Taikayöntien tunnettuuden lisäämiseksi. Verkkosivujen on tarkoitus palvella matkailijoita niin, että tiedonhaku tiestä ja sen varrella sijaitsevista palveluista ja kohteista on mahdollisimman vaivatonta. Sivut tulevat toimimaan kahdella kielellä: suomeksi ja englanniksi.



Kuva 2. Taikayöntien kuvitettu kartta Taikayöntien Lumo –hanke. Kuvittaja: Eve Sillanpää.

Taikayöntien näkyminen tapahtumissa

Taikayöntielle on haettu näkyvyyttä myös erinäisten **tapahtumien** avulla. Tie on ollut läsnä omalla osastollaan erilaisissa messu- sekä yleisötapahtumissa. Lisäksi näkyvyyttä ja yhteishenkeä on rakennettu järjestämällä koko Taikayöntien mittaisia tapahtumia. Tässä juuri toimijaverkosto on ollut merkittävässä asemassa, sillä tapahtumia on pyritty järjestämään niin, että tekeminen ja ideointi on lähtenyt kentältä ja hanke on ollut kokoavana voimana. Näin myös tapahtumien juurruttaminen jatkumoksi onnistuu paremmin.

Mediajulkaisut

Taikayöntielle on lähdetty hakemaan näkyvyyttä myös erinäisten **mediajulkaisujen** avulla. Tiestä on julkaistu matkailijoita houkuttelevia artikkeleita erinäisissä

printtimedioissa. Näissä artikkeleissa korostuu yhdessä Taikayöntien toimijaverkoston kesken rakennettu Taikayöntien viesti. Lisäksi Taikayöntiellä on FaceBook -ja Instagram -sivut, joiden julkaisuja on pyritty jalkauttamaan Taikayöntien alueelle myös kuntien sosiaalisen median kautta. Kunnat ovatkin aktiivisesti jakaneet eteenpäin näitä sosiaalisen median julkaisuja omissa kanavissaan. Ilahduttavaa on myös, että Taikayöntietä on nostettu esille sosiaalisen median ja bloggareiden toimesta. Esimerkiksi Elisa kirjoittaa Know Your Hoods -blogissa matkan Taikayöntielle olevan matka Suomen taianomaisimpiin kulttuurimaisemiin [9].

Sisäinen viestintä, koulutukset ja työpajat

Jotta Taikayöntien toimijaverkosto saadaan sitoutettua Taikayöntien kehittämiseen ja yhteisen viestin rakentamiseen on verkoston **sisäinen viestintä** hankkeen johdolla ollut merkittävässä asemassa. Toimijaverkostolle on pyritty viestimään niin tulevista verkostotapaamisista kuin erinäisistä koulutuksista, työpajoista, tapahtumista sekä muista ajankohtaisista aiheista.

Matkailutie on eräänlainen matkailupaketti sekä näyteikkuna ympäröivään alueeseen

Matkailutietä voidaan pitää eräänlaisena **näyteikkunana** ja **porttina** sitä ympäröivään matkailualueeseen [10]. Tämän viestin ymmärtäminen onkin tärkeää Taikayöntietä kehitettäessä: Taikayöntien kehitystyössä ei ole kysymys pelkästään kyseisen tien vaan myös sitä ympäröivän alueen kehittämisestä matkailijoita paremmin palvelevaksi ja koko alueen tunnettuuden lisäämiseksi. "Näyteikkunana" Taikayöntie kauniine maisemineen houkuttelee matkailijoita poikkeamaan kauemmaksi itse tieltä ja tutustumaan ympäröivän alueen matkailutarjontaan.

Taikayöntien yhteisen markkinointiviestin voidaan myös ajatella edesauttavan houkuttelemaan matkailijoita poikkeamaan ympäröivän matkailualueen kohteisiin. Taikayöntien yhteisen markkinointiviestin on oltava selkeä, ajantasainen ja houkutteleva, jotta se onnistuu tavoittamaan potentiaaliset matkailijat. **Hyvin tarinallistetulla Taikayöntien ydinviestillä** pyritään vastaamaan juuri tähän haasteeseen.

Matkailumarkkinoinnin lisäksi myös **tien ylläpitoon liittyvät teknisemmät asiat**, kuten esim. tien hyvä kunto, tien varsien siistitty ympäristö ja selkeät viitoitukset ovat merkittävässä asemassa siinä, että Taikayöntie onnistuu näyteikkunaroolissaan

luomaan tiestä positiivisen mielikuvan ja houkuttelevan matkailijoita vierailemaan eri kohteisiin. Taikayöntien tienvarsiympäristö tarvitsee paikoin siistimistä esimerkiksi rehevöityneistä puskista kauniiden järvi- ja jokimaisemien tieltä sekä rapistumaan päässeiden tienvarsikylttien uudistamista. Myös tien kunto on paikoittain huono ja kaipaa parantamista. Pyöräilijöitä ajatellen myös tien pientareet voisivat olla mahdollisuuksien mukaan leveämmät. Tällä hetkellä tieltä puuttuu pientareet, joka asettaa omat haasteensa pyöräilylle.

Matkailutien voidaankin ajatella oleva **käyntikortti** koko sitä ympäröivälle matkailualueelle. Matkailutien tulisikin tarjota parastaan, jotta matkailijat saadaan poikkeamaan myös hieman kauemmaksi varsinaiselta tieltä. Taikayöntien kontekstissa aito maaseutumaisema ja -kulttuuri ovat tässä merkittävässä asemassa. Nämä ovat myös keskeisin osa Taikayöntien yhteistä viestiä.

Virallisia matkailuteitä hallinnoiva ELY-keskus määrittelee matkailuteiden olevan tavallaan autoilijan **matkailupaketteja**, sillä tien varrelta löytyy majoitusta, ruokapaikkoja, kulttuuria ja kauniita maisemia. Matkailutiet kulkevat historiallisia reittejä pitkin ja tarjoavat palan kulttuurimaisemaa ja -historiaa. Matkailutiet ovat omalla nimellään selkeästi ja virallisesti merkittyjä reittejä. Tiellä kulkijat tunnistavat ne ruskeapohjaisista tienvarsiopasteista. [11.]

Sen lisäksi, että matkailutiet ovat ikään kuin näyteikkunoita ympäröivään alueeseen, ovat ne myös eräänlaisia matkailupaketteja. Pitäväthän ne sisällään monipuolisia matkailupalveluita majoitus- ja ruokapaikoista erinäisiin elämispalveluihin ja käyntikohteisiin. Näin on myös Taikayöntien kontekstissa. Taikayöntien alue tarjoaa monipuolisesti kulttuuria, historiaa, luontokohteita sekä kiinnostavia tapahtumia.

Taikayöntien matkailutarjontaan sisältyvät niin maalaukselliset ja idylliset maaseutumaisemat, monipuoliset luontokohteet, houkuttelevat lähiruokakohteet kuin historialliset kulttuurikohteetkin, kuten esimerkiksi vanhat kirkot, talonpoikaimuseot, Väinö Linnan perinne sekä Nuutajärven lasikylä. Suomalaiset matkailutiet voidaan käsittää myös itsessään matkailutuotteiksi, jotka koostuvat niin aineellisista kuin aineettomista osista eli kulutetuista palveluista sekä elämyksistä ja kokemuksista [5].

Taikayöntie -matkailutuotteen aineelliset osat, kuten esimerkiksi fyysinen paikka ja ympäristö sekä aineettomat osat, kuten matkailijan kokemat palvelut, elämykset ja kokemukset tekevät siitä **kokonaisvaltaisen matkailutuotteen**. Esimerkiksi Taikayöntiellä liikkuvan matkailijan pysähtyminen tien varteen ihailemaan jokilaakson

yllä leijuvaa sumua voidaan ajatella olevan matkailijalle merkittävä elämys ja kokemus, ja näin oleellinen osa "Taikayöntie -matkailutuotetta".

Matkailuteiden kehitystyössä on kysymys laajemman alueen kehittämisestä, jossa **yhteistyön merkitys** korostuu. Tätä näkökulmaa puoltaa myös se, että suurempien tahojen ja useamman sponsorin ylläpitämät matkailutiet ovat myös paremmin markkinoituja [5]. Tämän vuoksi toimijaverkoston rakentaminen ja Taikayöntien kehitystyön jalkauttaminen kaikkien Taikayöntien toimijoiden yhteiseksi asiaksi on tärkeää. Kiistämättä virallisilla tahoilla, ja erityisesti kuntayhteistyöllä, on tässä keskeinen rooli.

Tärkeää on juurruttaa yhteistyö niin, ettei hankkeen päättyessä Taikayöntien uudelleen henkiin herätetty kehitys- ja markkinointityö lopahda, hyötyyhän sen kehittämisestä lähestulkoon kaikki Taikayöntien toimijat: paikalliset asukkaat, matkailijat, tiellä kulkijat, alueen vapaa-ajan asukkaat, kunnat sekä maakunnat. Taikayöntie yhdistää monta kylää, eri yhteisöjä, kolme kuntaa sekä kaksi maakuntaa. Taikayöntien kehittäminen on koko alueen yhteinen asia.

Lähteet

- [1] Neea Raaska, "Mitä on tarinankerronta markkinoinnissa ja miksi se kannattaa? (podcast #105)", (online). Saatavilla: <https://emine.fi/mebpodcast105-tarinankerronta-markkinoinnissa>, haettu 11.8.2023.
- [2] Tarinakone, "Villa nro 8 – Kirjoita Ydintarina", (online). Saatavilla: <https://tarinakone.fi/blogi/villa-nro-8-kirjoita-ydintarina/>, haettu 11.8.2023.
- [3] Taikayöntien tarinallistamistyöpaja. Vetäjänä Soila Palviainen/Aurana Oy. Järjestetty 24.4.2023 Nuutajärvellä.
- [4] Sitra/Komulainen Minna, "Maiseman tarina", (online). Saatavilla: <https://www.sitra.fi/artikkelit/minna-komulainen-1132013-maiseman-tarina/>, haettu 11.8.2023.
- [5] S. Rautiainen, Matkailutiet matkailutuotteena – Ovatko ne?, Savonia-ammattikorkeakoulu, 2015. Saatavilla: <https://www.theseus.fi/handle/10024/94565>, haettu 11.8.2023.
- [6] Museoraitti, "Talonpoikaismuseo Yli-Kirra", (online). Saatavilla: <https://www.museoraitti.fi/museot/talonpoikaismuseo-yli-kirra/>, haettu 25.9.2023.
- [7] I.S. Yeoman & U. McMahon-Beattie, The experience economy: micro trends. Journal of tourism futures. Emerald Publishing Limited. Vol. 5. NO. 2 2019, s. 114-119.
- [8] Visit Finland. Tunne asiakkaasi – kohderyhmäopas. 2018, s. 16.
- [9] Know Your Hoods / Elisa, "Koe unelmasi kesä Lounais-Suomen matkailuteillä", (online). Saatavilla: <https://hoods.fi/fi/blog/matkailutiet-koosteblogi>, haettu 11.8.2023.
- [10] K-V. Vuoristo & N. Vesterinen. Lumen ja suven maa. WSOY, Helsinki, 2001, s. 327
- [11] Ely-keskus, "Museotiet ja -sillat ovat osa kulttuurimaisemaa", (online). Saatavilla: <https://www.ely-keskus.fi/-/museotiet-ja-sillat-ovat-osa-kulttuurimaisemaa>, haettu 9.8.2023.

Pyörämatkailu: Kestävää ja vastuullista seikkailua kahdella pyörällä!

Juhana Aalto, YTM, KM, BBA, Projektipäällikkö, juhana.aalto@samk.fi

Pyörämatkailu on parhaimmillaan koukuttava sekoitus seikkailua ja vastuullista matkailua. Se mahdollistaa matkailijalle ainutlaatuisia kokemuksia sekä vailla vertaa olevan mahdollisuuden päästä sisälle niin kohteen kulttuuriin kuin huikeisiin näkymiin. Pyörän selässä tunnet tuulen, kohtaat tuoksut ja uppoudut äänimaisemaan! Pyörämatkailu yhdistää fyysisen harjoitteen, myös silloin kun alla on sähköavusteinen polkupyörä, kulttuurisen osallisuuden sekä ympäristötietoisuuden.

Pyörämatkailun monista muodoista, kulttuurinnälkäisen retkipyöräilijän rauhallisista maaseuturetkistä vaativiin alamäkireitteihin, on tullut jatkuvasti kasvava trendi matkailussa. Tässä lyhyessä artikkelissa käydään läpi pyörämatkailun kehityksen moninaiset hyödyt sekä mahdollisia haasteita. On kuitenkin tärkeää muistaa, ettei pyörämatkailu, tai pyörämatkailija sen osana, ole monoliitti. Sensijaan pyörämatkailijoita tarpeineen ja intresseineen, rajoitteineen ja mahdollisuuksineen, on hyvin moninainen joukko. Niinpä myös pyörämatkailutuotteita ja -kohteita tarvitaan moneen lähtöön.

Sähköpyörät ovat mullistaneet pyörämatkailun etenkin retkipyöräilyn osalta. Ne mahdollistavat tutustumisen laajempaan alueeseen sekä päivämatkojen huomattavan pidentämisen. Toisaalta ne ovat tuoneet liikkumismuodon myös uusien kohderyhmien ulottuville ja tehneet siitä saavutettavampaa. Sähkö avustaa esimerkiksi ylämäissä ja tekee ajamisesta kevyempää. Täten pyöräilyn vaatimukset fyysiselle kunnolle ovat laskeneet. Sähköpyörien esiinmarssi onkin siis entisestään monipuolistanut erilaisten pyöräilijöiden skaalaa.

Elämyksiä kahdella pyörällä

Kuten sanottu, pyörämatkailu ei ole yhtenäinen monoliitti. **Pyörämatkailua ja -matkailijoita on monenlaisia.** Suuri osa pyörämatkoista tehdään lähelle omaa asuinpaikkaa tai vapaa-ajanasuntoa. Osalle pyöräily on loman päätarkoitus, osa taas haluaa tehdä pienen pyöräretken osana muuta lomaa, on tuo loma sitten kaupunkiloma tai tultiinpa alueelle golfaamaan tai bongaamaan lintuja. Tällä hetkellä

helppoja reittejä ja mielenkiintoisia maisemia etsivät retkipyöräilijät ovatkin suurin pyörämatkailijaryhmä [1]. He ajavat tyypillisesti n. 20–50 kilometriä päivässä, joskin sähköpyörällä liikuttaessa päivämatka kasvaa selkeästi [2]. Hyvin usein retkipyöräily yhdistyy jonkin muun liikennemuodon kanssa, on se sitten juna, bussi, oma auto tai vene. Usein oma pyörä kulkeekin mukana eräänä vapaa-ajan aktiviteettina ja vaihtoehtoisena liikkumismuotona.

Retkipyöräilijä pyöräilee tyypillisesti kulttuuri- ja luontokohteisiin ja ravintoloihin. Sähköpyöräilykäytön kasvu on moninaistanut erityisesti retkipyöräilijöiden joukkoa ja tuonut matkailun muodon yhä useamman saataville. Lähitulevaisuudessa etenkin senioreiden, perheiden ja erityisryhmien pyörämatkailun oletetaan kasvavan. Maantiepyöräilyssä päivämatkat ovat pidempiä kuin retkipyöräilyssä. Maastopyöräily, alamäkipyöräily ja muut hieman pienemmät pyöräilyn alalajit tapahtuvat enimmäkseen tieverkoston ulkopuolella. Bikepacking puolestaan yhdistää retkipyöräilyn ja maastopyöräilyn elementtejä. Suomessa suurin pyörämatkailijasegmentti ovat siis retkipyöräilijät [1].

Tutkimuksen mukaan pyörämatkailijoista 66 % liikkuu omalla pyörällä. Heistä 38 % suosii hotellimajoituksia ja 29 % omatoimista majoitusta maastossa. Eniten sekä retki- että maantiepyöräilijät nauttivat upeiden maisemien kokemisesta sekä luonnossa ja ulkoilmassa vietetystä ajasta. Myös hyvä ravintolaruoka kiinnostaa melko paljon. Pyörämatkakohteen valintaan vaikuttavat eniten reittiverkosto ja matkakohteen helppo saavutettavuus. Kohteina kiinnostavimmiksi koetaan Suomessa saaristo ja rannikko (62 %) sekä järvimaisemat (57 %). Retkipyöräilijöistä vajaa puolet ja maantiepyöräilijöistä reilu puolet on valmis maksamaan matkastaan 100–300 euroa vuorokaudessa. [2].

Suomessa pyörämatkailu on ottanut hyvin tuulta esimerkiksi saaristossa ja Lapissa. On tärkeää kuitenkin huomata, että näiden alueiden vetovoimatekijät ja pyöräilijäprofiilit ovat hyvin erilaisia. Euroopassa erityisen vetovoimaisia kansainvälisiä pyörämatkailukohteita on usein toteutettu jokilaaksoihin ja niiden palveluiden ympärille, hyvinä esimerkkeinä vaikkapa Elbe- ja Tonava-joet. Jokilaakso tarjoaa usein upeat puitteet tasaisen pyöräilymaastonsa, monipuolisen palveluverkon sekä esteettisyytensä kautta. Suomessa jokialueet ovat harmillisen vajaasti hyödynnettyjä kokonaisvaltaisina reitistö- ja matkailualustoina. **Satakunnassa Kokemäenjokilaakso sisältääkin erittäin suuren kehityspotentiaalin matkailullisena reitistö- ja kulttuurikokonaisuutena** ja tätä kehitystyötä tehdään nyt esimerkiksi 100Bike-hankkeessa. Pelkät maisemat eivät kuitenkaan ole reitin menestyksen tae, vaan mukaan tarvitaan myös palveluita.

Pyörämatkailu paikallistalouden tukena Satakunnassa

Pyörämatkailu hyödyttää etenkin maaseutumaisia alueita sillä pyörämatkailijat hakeutuvat pääsääntöisesti pääteiden ulkopuolelle. Usein vähemmän liikennöidyt reitit ovat maisema-arvoiltaan kauniita ja kumpuilevat, mutkitttelevat ja muutoinkin vaihtelevat tieosuudet ovat usein pääväyliä miellyttävämpiä ja turvallisempia pyöräillä. Pyörämatkailijan verkkainen vauhti mahdollistaa myös sen, että tämä jättää esimerkiksi automatkailijaa suuremman rahamäärän alueelle: he jättävät alueelle matkailutuloa keskimäärin noin 40 % enemmän kuin moottoriajoneuvolla liikkuvat matkailijat. Tämä selittyy osin jo viipymällä: majoituksia, ravintopalveluita ja oheispalveluita tarvitaan nopeaa läpikulkumatkaa enemmän. Keskimääräinen pyörämatkan kesto on jopa kahdeksan yötä. [2] Pyörämatkailun aluetaloudelliset vaikutukset ovat siten hyvin positiiviset. On myös huomionarvoista, että syntynyt **matkailullinen infrastruktuuri hyödyttää matkailijoiden ohella myös vaikkapa alueen vapaa-ajanasukkaita sekä pysyviä asukkaita.**

Pyörämatkailun sesonki poikkeaa tyypillisestä matkailusesongista myös Satakunnassa, ja täten sillä on potentiaali tuoda matkailutuloa myös kesäkauden laidoilte. Perinteisesti alueella on eletty pitkälti heinäkuun ympärillä, pyörämatkailijat sen sijaan liikkuvat yleensä huhti- syyskuun välisenä aikana ja suosituin ajankohta on alkukesä. [2] Toisaalta esimerkiksi Keski-Euroopassa pyöräilysezonki ajoittuu syksyyn.

Koronapandemian myötä pyörämatkailu lähti myös Suomessa vahvaan kasvuun. Esimerkiksi Suomen kenties tunnetuimman retkipyöräilyreitien kävijämäärä kasvoi vuodesta 2018 vuoteen 2021 peräti 98 % [4], jonka jälkeen kasvua on alkanut jo rajoittamaan alueen kapasiteetti entistä rajummin. Euroopassa pyörämatkailu on ollut trendi jo pidempään ja se on vuotuisella arvolla jopa risteilymatkustusta suurempi markkina. EU:n arvion mukaan Euroopassa tehdään vuosittain noin 2,3 miljardia pyörämatkaa, joiden vuotuinen arvo on yli 44 miljardia euroa. Yöpyviä pyörämatkailijoita Euroopassa on vuodessa yli 20 miljoonaa, ja he kuluttavat vuosittain matkoillaan noin 9 miljardia euroa. Suomessa tehdyn pyörämatkailututkimuksessa 62 prosenttia vastaajista arvioi oman pyöräilyaktiivisuutensa kasvavan seuraavan vuoden aikana [1] ja tämä on havaittu myös matkailuyrityksissä Satakunnassa.

Pyörämatkailu on kestävä tapa matkailla

Pyörämatkailulla on luonnollisesti muitakin kuin taloudellisia hyötyjä. Pyöräilyllä, kuten kaikella liikunnalla, on tutkittuja positiivisia vaikutuksia fyysiselle ja henkiselle

hyvinvoinnille. Arkiliikuntamahdollisuuksien supistuessa ja työnkuvien muuttuessa vapaa-ajanvietto fyysisten aktiviteettien parissa tulee yhtä tärkeämmäksi. Pyöräily on Suomessa toiseksi suosituin liikuntamuoto [3] joten lajin osaaajia riittää myös kotimaanmarkkinoilla.

Pyöräily on myös ekologinen tapa liikkua. Huoli maapallon hyvinvoinnista on noussut pinnalle viimevuosien aikana. Matkailu on nähty valitettavan usein yhtenä peikkona kestävyysvajeen takana ja sen osuus maailman hiilidioksidipäästöistä on globaalilla tasolla n. 8 %. Pyöräily tarjoaakin monin paikoin vaihtoehdon perinteisille liikkumisen muodoille, kuten polttomoottorille. **Pyöräilyn hiilipäästöt ovat erittäin kohtuullisia ja sen ekologinen jalanjälki kokonaisuudessaan on erittäin pieni** verrattuna vaikkapa autoihin tai lentokoneisiin [5].

Pyörämatkailu on myös sosiaalisesti kestävä. Se on parasta lähimatkailua – kiireetöntä kulkemista, joka vie lähelle paikallista kulttuuria ja luontoa opettaen kenties samalla myös niiden arvostusta. Uppoutuminen kulttuuriin ja yhteyden tunne syntyvät kiireettömässä pyörämatkailussa vaivattomasti. Kiireetön liikkuminen mahdollistaa paikalliseen kulttuuriin, sen tapoihin, ihmisiin, yhteisöihin ja elämäntapaan tutustumisen mainiosti. Pyöräilyn verkkainen vauhti rohkaisee vuorovaikutusta paikallisten kanssa sekä mahdollistaa matkailijan osallistumisen yhteisön tapoihin ja vaikkapa ruokakulttuuriin. On myös huomionarvoista, että pyörämatkailu on hyvin tasavertainen matkailun muoto, sillä se onnistuu pienelläkin budjetilla.

Pieniä mutkia vielä matkassa

Pyörämatkailun kehittyminen kohtaa kuitenkin edelleen haasteita. Keskeinen haaste, etenkin retkipyöräilyssä niin matkailijan, kuin reittisuunnittelun, näkökulmasta on monin paikoin infrastruktuurin puute ja toisaalta turvallisuuskysymykset. Infrastruktuurihuolet voidaan jakaa karkeasti kahteen osaan: pyörämatkailua tukevan palvelurakenteen puutteellisuus ja toisaalta puutteellinen pyöräilyinfrastruktuuri, kuten pyöräteiden puute tai kyseenalaiset pientareet. Myös tiemerkinnot, kyltititys ja opastus ovat toisinaan heikkoja.

Matkailullisen infran puute puolestaan tarkoittaa, että vaikka retkipyöräilyreitti kulkisikin ainutlaatuisten maisemien poikki, ei se välttämättä riitä pyörämatkailijalle. **Houkutteleva reitti on muutakin kuin viiva kartassa. Reitin varrelta pitäisi löytyä myös palveluita.** Retkipyöräilijä kaipaa vähintään ruokailumahdollisuuksia ja raikasta vettä, mutta mielellään myös kulttuurikohteita, luontokohteita tai kenties uintimahdollisuus.

Pidempi pyöräretki kaipaa myös yösjaa – toiset toivovat pääsevänsä valkeiden lakanoiden väliin, toisille riittää tasainen telttapaikka. Palvelut myös luovat reitille ansaintalogiikan.

On tärkeää huomata, että reitin on myös oltava saavutettava. Tässä julkisen liikenteen rooli on keskeinen, sillä usein palkitsevimmat ja halutuimmat retkipyöräilyreitit kulkevat syrjässä suurista liikennevirroista. Saavutettavuuden, matkaketjujen ja julkisen liikenteen kehittäminen edesauttavat myös pyörämatkailua.

Asenteet pyörämatkailua kohtaan ovat muuttuneet suuresti viimeisten vuosien aikana, joskin edelleen pyöräilijät voivat kokea liikenteessä kielteistä suhtautumista ja jopa tästä kumpuavia vaaratilanteita. Pyörämatkailun potentiaalista ja hyödyistä puhuminen on eräs keino muokata asenteita positiivisemmiksi.

Pyörämatkailu on osoittanut suurta potentiaalia kestäväksi ja luonnonläheiseksi tavaksi tutustua ympäröivään maailmaan. Sähköpyörät ovat lisänneet sen inklusiivista luonnetta entisestään. Matkailijat haluavat nauttia autenttisista elämyksistään hyvällä omalla tunnolla ilman huolia toimintansa kestävydestä. Tähän toiveeseen pyörämatkailu tarjoaa mainion ratkaisun ja tätä työtä Satakunnassa edistää myös 100Bike-hanke.

Lähteet:

- [1] Ellare Oy (2023). Pyörämatkailulla kysyntää jatkossakin - Ellaren kotimaan pyörämatkailututkimus 2022. Saatavilla: <https://www.ellare.fi/blogi/kotimaan-pyoramatkailututkimus-2022>, haettu 21.8.2023.
- [2] Ellare Oy (2021). Pyörämatkailututkimus 2020. Ellare Oy.
- [3] Suomen Latu (2023). Saatavilla: <https://www.suomenlatu.fi/ulkoile/lajit/pyoraily.html>, haettu: 21.8.2023
- [4] Pyörämatkailukeskus (2023). Bike Like a Finn. Saatavilla: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.liminka.fi/wp-content/uploads/Bike-Like-a-Finn-Pyoramatkailukeskus.pdf>, haettu: 10.10.2023
- [5] Pyörämatkailukeskus (2023). Pyörämatkailun vaikuttavuus. Saatavilla: <https://www.bikeland.fi/pyoramatkailukeskus>, haettu 21.8.2023.

Kohti valoisampaa matkailu-, ravintola, - ja majoitusalan työllisyystilannetta: työllistämisen tukemista, osaamistarpeiden saavuttamista ja yhteistyön kehittämistä

Teija Nuurma, restonomi, projektipäällikkö, teija.nuurma@samk.fi

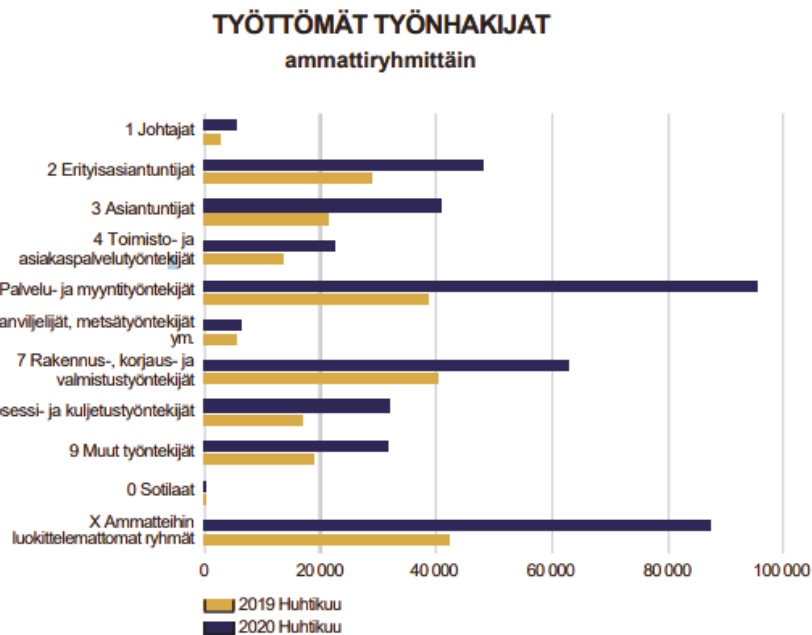
Tiina Leino, tradenomi (YAMK), projektipäällikkö, tiina.leino@samk.fi

Työvoimavaltaiset palvelualat kuten matkailu-, ravintola-, ja majoitusala, eli niin kutsuttu MaRaMa-ala, mukaan lukien tapahtuma-ala, on yksi suurimmista nuorten työllistäjistä. Nuoret aloittavat usein työuransa tällä alalla, sillä työmarkkinoilla on eniten tarjolla palveluammatteja, joissa ei vaadita pitkää työkemusta tai valmista alan koulutusta. Näin ollen MaRaMa-alalla nuoret pääsevät nopeasti osa-aikaisiin töihin opiskelun ohella. Alan työajat ovat joustavia ja työtä voi tehdä vaihtelevin työ sopimuksin, vaikka jopa nollalla sovitulla työtunnilla. Monelle sosiaaliselle nuorelle palveluala on luonteva valinta, samoin kuin heille, jotka haluavat matkustella.

Alan korostuneen sosiaalisen vuorovaikutuksen vuoksi koronapandemia vaikutti merkittävästi nuorten työllisyyteen. Koronapandemian jälkeen Ukrainan hyökkäyssodan aiheuttamat epävarmuudet maailmanlaajuisesti energiakriiseineen, ovat vaikuttaneet MaRaMa-alan mahdollisuuksiin työllistää nuoria. Kaikissa ammattiryhmissä nuorten työttömyys nousi, kun laajimmat koronapandemian rajoitukset olivat käytössä. Nousua oli eniten palvelu- ja myyntityöntekijöiden ryhmässä, esimerkkinä huhtikuu 2020 (Kuva 1). Työttömyys lisääntyi eniten 20–44-vuotiaiden ikäryhmässä. Huhtikuun 2020 lopussa alle 25-vuotiaita työttömiä työnhakijoita oli noin 56 000. Samana aikana vuotta aiemmin työttömiä työnhakijoita oli vain 28 500 [2]. Näin ollen työttömyys lisääntyi todella rajusti. Koronapandemian aikana etenkin hotellit, ravintolat, matkatoimistot ja niihin liittyvät liiketoiminnat kokivat merkittävän kysynnän laskun, mikä johti irtisanomisiin, lomautustoimiin ja tätä kautta myös työntekijöiden paon muille aloille. Erityisesti määräaikaisten sopimusten uusimatta jättäminen ja sekä työtuntien että kausityövoiman vähentäminen altistivat alan koulutuksen omaavat ja vastavalmistuvat nuoret korkeammalle työttömyysriskille. Nämä henkilöt kohtasivat voimakasta epävarmuutta alan työmarkkinoille pääsyssä ja integroitumisessa. Nyt

MaRaMa-alojen elpyessä pandemian jälkeen, sitä vaivaa edellä mainittujen syiden lisäksi ihmisten vähentynyt palveluiden kuluttaminen sekä nousseet raaka-aine ja energiakulut. Työntekijäkato on aiheuttanut merkittävän työvoimapulan. Pula työvoimasta ja epävarmuus tulevaisuudesta haittaa alan uudelleen kasvamista.

Tässä artikkelissa tarkastellaan tuoreimpia tietoja, jotka valaisevat työllisyystilannetta MaRaMa-alalla Satakunnassa. Lisäksi artikkelissa pohditaan, miten työllisyystilannetta voitaisiin parantaa, ja kohottaa työntekijöiden osaamista.



Kuva 1. Työttömät työntekijät ammattiryhmittäin 2019 ja 2020 [2]

Koronan vaikutus työllistymiseen ja nykyhetken tilanne

Koronarajoitusten tultua voimaan yrityksillä oli niihin vain lyhyt reagointiaika. Moni työnantaja joutui turvautumaan lomautuksiin ja muihin yhteistoimintatoimenpiteisiin liiketoimintaedellytysten heikentymisen takia. Pitkään jatkuneen epävarmuuden keskellä moni työntekijä siirtyi muihin työtehtäviin tai eri aloille. Kun tilanne parani ja kotimaanmatkailun suosio lisääntyi, jo aiemmin MaRaMa-alalla vallinnut osaavien työntekijöiden pula paheni entisestään. Matkustusrajoitukset ja maahantulon esteet heikensivät myös ulkomaisen työvoiman tarjontaa. Opiskelijat eivät olleet päässeet harjoitteluihin alan koulutuksista pandemian aikana, joten heidän osaamistaan ei pystytty kartuttamaan toivotusti.

Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa- järjestön mukaan teettämän tutkimuksen mukaan koronapandemian ja rajoitusten vaikutuksia MaRaMa-alaan olisi voinut lieventää parantamalla rajoitusten ja suositusten ennakoitavuutta sekä nopeuttamalla koronatukien maksamista [4]. Pahimmillaan koronatuen saaminen vei useita kuukausia. Rajoituksia sen sijaan on ollut vaikea ennustaa, ja ajassa toimittiin kunkin hetken parhaan tiedon mukaan. Koronapandemia loi aivan uudenlaisen tilanteen MaRaMa-alalle, ja sen vaikutuksia katsellaan vielä pitkään.

Satakunnassa MaRaMa-henkilöstön määrä on ollut laskusuhdanteinen useaan kertaan 2010-luvulla. Koronapandemian alkaessa vuonna 2020 vähennys henkilötötyövuosissa oli kuitenkin huomattava, yli 12 %. Sama suuntaus jatkui vuonna 2021 henkilöstömäärän vähentyessä yli 16 %. Vuoden 2022 ennusteen mukaan muutosprosentti on laskenut suunnilleen koronaa edeltävälle tasolle, mutta on yhä miinuksella [5].

Viimeisintä käytettävissä olevaa työllisyystilastoa tarkasteltaessa nuorten eli alle 25-vuotiaiden työttömyys on lisääntynyt vanhempia ikäryhmiä enemmän. Satakunnassa työttömien työnhakijoiden osuus työvoimasta oli 2023 heinäkuussa 9,8 %, mikä on 0,4 prosenttiyksikköä korkeampi kuin vuotta aikaisemmin. Koko maassa työttömyysaste oli 6,9 %, kun se oli vielä kesäkuussa 10 %. Näin ollen muun Suomen työllisyys on kehittynyt suotuisammin kuin Satakunnan työllisyys. Heinäkuun 2023 lopussa alle 25-vuotiaita työttömiä työnhakijoita oli Satakunnassa 1 120, mikä on noin 70 henkeä (6,8 %) enemmän kuin vuotta aikaisemmin 2022 [1]. Osittain kesäaikaista työttömyyttä nostaa oppilaitoksista valmistuminen ja monien määräaikaisten työsuhteiden päättymisen. Ammattiryhmittäin tarkasteltuna palvelualalla on edelleen suuri määrä työttömiä, mutta kustannusten noustua myös rakennus-, korjaus- ja valmistyöntekijöiden työttömyys on noussut, ohi palvelu- ja myyntityöntekijöiden. Työvoiman ja työnantajien kohtaanto-ongelma tulee esiin tilastojen valossa, sillä uusien avoimien työpaikkojen määrä oli suurin palvelu- ja myyntityöntekijöiden ammattiryhmässä, jossa avautui 368 työpaikkaa [1]. Työpaikkoja on MaRaMa-alalla tarjolla, mutta työllisyys nuorten keskuudessa lisääntyy. Miten nämä paikat saadaan täytettyä? Se on suuri haaste, mikä edellyttää kaikkien toimijoiden yhteistyötä.

Satakunnassa MaRaMa-alan yritysten liikevaihto laski 17,3 % vuonna 2020 - notkahdus on tuntuvin koko 2010-luvulla. Vuonna 2021 liikevaihto nousi liki 20 %, joten selviytyneet saivat toimintaa elpymään [5]. Koronapandemian laannuttua iski Venäjän hyökkäyssodan aiheuttama kuluttajahintojen nousu, korkojen nousu sekä energiamarkkinoiden kriisi. Moni yrittäjä ei ole pystynyt pitämään liiketoimintaa yllä kustannusten nousun myötä. Toisaalta myös kuluttajilla on suurelta osalta heikko

luottamus sekä oman taloutensa kasvuun, kuin Suomen talouden. Kuluttajista yli 60 prosenttia arvioi elokuussa 2023 Suomen taloustilanteen olevan heikompi kuin vuotta aiemmin, ja yli 30 prosenttia arvioi oman taloutensa olevan edellisvuotta heikompi [10].

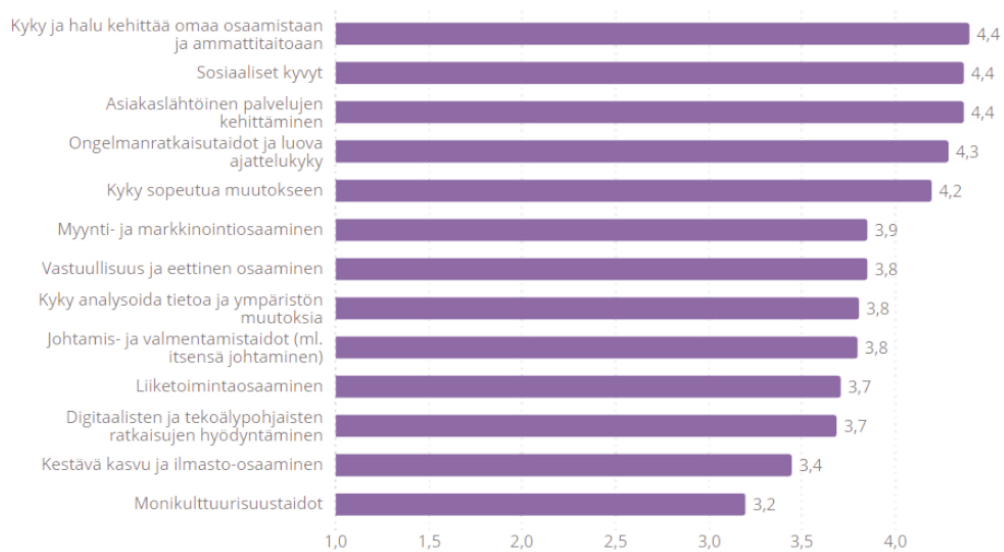
Alan imago ja osaamistarpeet

MaRaMa-alan koulutuksen **houkuttavuus** on laskenut koronapandemian myötä. Jotta työvoimapulaa voitaisiin helpottaa, nuoria tulee saada houkuteltua alalle ja samalla alalta lähteneitä palaamaan. Monet tarjolla olevat työpaikat ovat luultavimmin vuorotyötä, eli niihin sisältyy viikonlopputyötä sekä ilta- ja yötyötä. Tämän lisäksi töiden palkkaustaso on matala. Yhtenä haasteena oppilaitoksissa on löytää kaikkiin kouluille tarjottuihin työharjoittelupaikkoihin opiskelijoita. Kaikki paikat eivät ole yhtä houkuttelevia, ja kaikkiin ei löydy kiinnostuneita. Yksi alalla tärkeistä ominaisuuksia on **sopeutumiskyky**. Vuorotyö vaatii veronsa, ja siksi äkilliset sairaspäivät ja niistä johtuvat äkilliset lisätyötarpeet ovat normaaleja. Usein myös työvuoron lopettaminen saattaa viivästyä esimerkiksi asiakastapahtuman venyessä, tai tapahtuma peruuntuu ja työvuoro perutaan kokonaan. Työnantaja voi siirtää työntekijän toisiin tehtäviin, jos omalla työpisteellä ei tarvita tekijää. Joskus on kiireistä, joskus hiljaista, joten työntekijän on sopeuduttava muuttuviin tilanteisiin. Oleellisia taitoja ovat **sosiaaliset taidot asiakaspalvelussa** ja **palveluhenkisyys** sekä **yhteistyötaidot**.

Palvelualojen osaajabarometri [3] kartoitti yritysten tulevaisuuden **osaamistarpeita työvoiman suhteen**. Barometriin vastanneiden yritysten mukaan osaava työvoima koostuu tekijöistä, jotka omaavat työssä tarvittavan tiedon, taidot, kokemuksen ja ominaisuudet suoriutuakseen tehokkaasti ja laadukkaasti työtehtävistä ja kokonaisuuksista. Osaava henkilö osaa myös soveltaa osaamistaan ja ratkaisemaan eteen tulleita haasteita. Vastanneista yrityksistä puolet arvioi osaavan työvoiman rekrytoimisen olevan vaikeaa. Kasvavista yrityksistä näin sanoi reilusti yli puolet, 61 %. Vaikeinta oli rekrytoida osaavaa työvoimaa majoitus- ja ravitsemistoiminta-aloille. Ainoastaan 4 % kertoi rekrytoinnin olevan helppoa majoitusalla. Samoin koki 12 % ravitsemistoiminnan alalla. Yleisimmät syyt rekrytointien epäonnistumiseen olivat työnhakijoiden määrän vähäisyys, työnhakijoiden osaaminen ei vastaa tarpeita, alan kiinnostavuuden puute, työn vastaanottamisen kannattamattomuus, alan arvostuksen puute sekä koronan vaikutukset [3]. Työtehtävät, joihin oli useimmin hankaluuksia rekrytoida, olivat palvelualalla keittiötyö, myyntityö sekä ravintolahenkilökunnan tehtävät. Moni työnantaja kokee, että koulutus ei tuota riittävän osaavaa työvoimaa. Toisaalta kokemusta työntekijöille ei voi karttua ilman työpaikkoja. Yhtenä ratkaisuna tilanteeseen voisivat olla oppisopimuskoulutus ja niiden kannattavuuden lisääminen niin työnantajataholle, kuin työntekijöille.

Toisaalta majoitusosalalla uskotaan työntekijämäärien kasvuun [3]. Alalla on kasvava tarve osaavalle henkilökunnalle, joten **mahdollisuudet työllistyä ovat hyvät**. Haasteena ovat yrittäjien kyky tuottaa palveluja ja saada omistautunutta ja osaavaa henkilökuntaa vastaamaan kuluttajien tarpeisiin.

Osaajabarometrissä vastattiin kysymykseen ”Miten tärkeitä seuraavat henkilöstön osaamisen osa-alueet ovat yrityksenne kannalta tällä hetkellä?” (Kuva 2).



Kuva 2. Palvelualojen osaajabarometri 2022 [3].

Tulevaisuuden näkymissä osaamistarpeet tulevat keskittymään digitalisaatioon, ongelmanratkaisukykyyn, muutoksenkykyyn ja palveluiden kehittämiseen sekä tiedon hankintaan. Nämä seikat tulee ottaa huomioon sekä toisen asteen että korkeakouluasteen koulutuksissa ja niiden suunnittelussa. Tarpeisiin osaltaan vastaavat oppilaitosten koordinoimat hankkeet, mutta toiminnan jatkuvuuden kannalta yhteistyön merkitys nousee arvoonsa.

MaRaMa-alan työvoimapula on nuorille hyvä mahdollisuus työllistyä alalle. Tämä luo tilanteen, jossa kannattaa ehdottomasti hakea myös työpaikkoihin, joissa näennäisesti vaaditaan korkeampaa koulutusta tai enemmän osaamisvuosia, kuin hakijalle on kertynyt. Saadakseen osaavia ja sitoutuneita työntekijöitä työnantajien tulisi panostaa huolelliseen ja monipuoliseen perehdyttämishjelmaan. Ohjelmassa tulisi olla selkeä rakenne, joka kattaa organisaation toiminnot, vastuhenkilöt sekä jatkuva tuki

työntekijälle. Perehdytyksessä tulee huomioida mm. kunkin työntekijän mahdolliset erityistarpeet, työsuhteen kesto, ammattitaito ja koulutustausta. Perehdytysohjelman tulee ulottua työntekijän omasta toimenkuvasta ja vastuista koko organisaatiotason asioihin kuten strategiaan ja arvoihin. Hyvä perehdyttäminen luo työhyvinvointia, ja on osa tavoitteellista johtamistyötä. Perehdytys heijastuu myös työnantajakuvaan sanan kiiriessä, joten hyvä perehdyttäminen toimivan arkijohtamisen rinnalla voi olla valtti työnantajamarkkinoilla.

Osaamistarpeita yritysten ja organisaatioiden henkilöstölle luo digitalisaatio, eli uusien järjestelmien ja automaation lisääntyminen. Työväestö ikääntyy ja osaavan henkilöstön löytäminen vaikeutuu ja koetaan, että eläköityminen vähentää ammattitaitoista väkeä. Pienille paikkakunnille on vaikeaa saada nuorta työvoimaa ja palvelut keskittyvät kaupunkeihin. Ilmastonmuutos luo tarvetta henkilökunnan osaamisessa esimerkiksi hiilineutraaliuuden saavuttamisessa ja erilaisten ruokavalioiden lisääntyessä, sekä vastuullisuuden trendin noustessa työnantajaimagossa [3]. Ei riitä, että nuorille opetetaan ympäristötietoisuutta ja digiosaamista esimerkiksi tekoälyä hyväksi käyttämällä, lisäkoulutusta ja kurssitusta kaivataan koko henkilöstölle ja yrittäjille työuran eri vaiheissa.

Alan toipumiseen tarvittavia tahoja ja toimenpiteitä

Satakunnan maakunnan osalta tulevaisuuden osaamis- ja työvoimatarpeita ennakoii Satakuntaliitto. Satakuntaliitto koordinoi yhteistyötä eri koulutusasteiden toimijoiden kanssa, jotta koulutusten sisällöt vastaisivat työelämän osaamisvaateita. Alueellinen ennakointityö on tärkeää siinäkin mielessä, että tuotetaan tietoa työelämän työvoimatarpeista eri aloilta.

Työllisyyden parantamiseen Satakunnassa tarvitaan aktiivisia toimijoita ja yhteistyön kehittämistyötä. Osaltaan tätä työtä tekevät TE-palvelut, eli Työ- ja elinkeinotoimistojen julkiset työllisyyspalvelut, jotka työskentelevät aktiivisesti eri sidosryhmien kanssa tarjotakseen tukea MaRaMa aloilta työttömiksi jääneille. Tarjolla on työnhakuneuvontaa, koulutusohjelmia ja tukea vaihtoehtoihin urapolkuihin. TE-live on palvelu, jossa työnantaja voi tuoda normaalia työpaikkailmoitusta kuvaavammin esille yritystä, henkilöstöä ja tarjolla olevia työpaikkoja, sekä chatin kautta vastata hakijoiden kysymyksiin.

Työmarkkinatori on KEHA-keskuksen (ELY-keskusten sekä TE-toimistojen kehittämis- ja hallintokeskus) toteuttama työelämäpalvelu, joka on kevästä 2022 asti toiminut

sekä työnhakijoille että työnantajille väylänä työllisyyteen ja työllistämiseen. Työmarkkinatori on toimiva väylä työntekijöiden ja työnantajien kohtauttamiseen sekä tiedonsaantiin. Palveluun voi kirjautua työnhakijaksi profiilillaan, ja sen ominaisuuksia hyödyntämällä voi välillä olla aktiivisena työnhaussa ja välillä piilottaa profiili. Palvelu helpottaa työnhakua, sillä näin jokaiseen työpaikkaan ei tarvitse lähettää erillistä hakemusta tai ansioluetteloa, vaan voi profiilillaan olla näkyvillä työnantajille. Palvelu on suosittu, sillä kävijöitä oli yli 300 000 heinäkuussa 2023 ja lähemmäs 6 miljoonaa kaikkineen vuonna 2022 [6].

TE24-uudistus astuu voimaan 1.1.2025. Uudistuksessa työvoima- ja elinkeinopalvelut siirretään kuntien ja työllisyysalueiden vastuulle työ- ja elinkeinoministeriöltä. TE24-uudistuksen tavoitteena on tehokkaammin hoitaa työllisyyttä. Samalla uudistetaan KEHA-keskusta, jotta voidaan taata laadukas ja tehokas palveluntuotanto järjestämisvastuun vaihtuessa [8].

TE-toimiston ja kuntakokeilun myöntämää palkkatukea uudistettiin heinäkuussa 2023, minkä myötä työnantajalle on entistä suotuisampaa palkata työtön työnhakija. **Palkkatuki** on taloudellinen tuki, jota TE-toimisto tai kuntakokeilu voi myöntää työnantajalle työttömän työnhakijan palkkauskustannuksiin. Työnantajalle voidaan myöntää palkkatukea myös silloin, jos työnhakijalla on tehtävissä selviytymiseen vaikuttava vamma tai sairaus Uudistuksen myötä tukea voi saada yritys, kunta, yhdistys tai säätiö 50, 70 tai jopa 100 % riippuen esimerkiksi siitä, onko hakijalla työkykyä alentava vamma tai sairaus [7].

Satakunnassa käynnissä olevat **hankkeet** toimivat myös työllistämisen tukena. **Nuorten työllistämiseen keskittyviä hankkeita on kaksi.** Matkailun kehittämiskeskuksen ESR-rahoitteinen **#MATKAAN-hanke** tukee nuorten työllistymistä MaRaMa-alalla Satakunnassa ja vauhdittaa työnantajien ja työntekijöiden kohtaamista. Hankkeessa on järjestetty uravalmennusta nuorille ryhmävalmennuksena, teetetty Uraboost Workbook- niminen tehtäväkirja/uravalmiuksia kohentava opas, järjestetty webinaarisarja työllistämisen tueksi, sekä rekrytointimessut nimeltä Rekryboost vuonna 2023, MaRa-alojen toimijoiden kesken. Tavoite on myös saada alan toimijoiden keskuudesta koottu yhteistyöverkosto toimimaan työllisyyden lisäämisen ja alan imagon parantamisen tiimoilta, myös hankkeen loppumisen jälkeen. Yhteistyö TE-palveluiden kanssa on ollut tiivistä ja tuottoisaa, hanke osallistui yhdessä Työtehoseuran URHO-hankkeen kanssa TE-infolive lähetykseen, tavoitteena tuoda esiin hankkeiden toimintaa ja tuloksia. #MATKAAN hanke päättyy vuoden 2023 lopussa.

Elokuussa 2023 käynnistynyt kolmen maan – Suomi, Viro ja Latvia – ja viiden partnerin Interreg Central Baltic -rahoitteinen **Tour4Youth-hanke** kehittää nuorten uraosaamista mm. verkkokurssilla, tapahtumilla ja harjoitteluilla koti- tai ulkomailla. Kohderyhmänä ovat 15–24-vuotiaat matkailu-, hotelli- ja ravintola-alan opiskelijat, työttömät ja koulupudokkaat tai sen uhatta olevat. Rekryboost messut saavat vuonna 2024 jatkoa Tour4Youth hankkeen myötä.

Tukea kouluttautumiseen, työllistymiseen ja arkeen liittyvissä asioissa alle 30-vuotiaille nuorille tarjoaa myös **Ohjaamo**, jonka toimintaa ohjaa Opetus- ja kulttuuriministeriö, työ- ja elinkeinoministeriö, sosiaali- ja terveysministeriö, Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus. Toiminta on avuksi **kansallisen nuorisotakuun** saavuttamiseksi [9].

Työllistymistilanteen parantamiseen tähtäävät tahot ja apukeinot eivät yksinään riitä, mikäli näkökannat eivät ole oikeilla pohjilla. Nuoret eivät oikein tunnista avun tarvetta urapolkujensa suunnitteluun, työnantajien asennoituminen yhteistyötä kohtaan kilpailuasetelmien takia saattavat olla vastahakoiset, ja työllistämisen eri muotoihin saatetaan asettaa ennakoajatuksia. Mietintää, objektiivisuutta ja yhteistyöhalua tarvitaan MaRaMa-alan eri asteen koulutuksissa, työpaikoilla, johtoasemassa olevilla toimijoilla, työttömillä työnhakijoilla ja virkaa tekevien päättäjien keskuudessa. Yhteistyötä tehdään aktiivisesti eri koulutuslaitosten välillä sekä hankkeiden parissa, ja sen merkitystä korostetaan alan työllisyystilanteen kohottamiseksi eri toimijoille. Satakunta alueena on saavutettavuuden kannalta haastava, jotta toimijoita saataisiin kokoontumaan yhteistyön merkeissä, mutta digitalisaatio luo mahdollisuuksia parempaan yhteydenpitoon.

Matkailu-, ravintola-, ja majoitusalan toimijoiden tukeminen, ja alan suosion kasvattaminen päämääränä nyt ja tulevaisuudessa

Koronapandemian vaikutukset johtivat työttömyyden kasvuun MaRaMa-alalla Satakunnassa ja koko Suomessa etenkin majoitus-alalla ja ravintoloissa. Kotimaan matkailun suosio kasvoi koronarajoitusten aikana, ja etenkin luonnon ja lähiretkelyn merkitys nousi. Leirintä-, mökki- ja luontopalveluja tarjoavien yritysten menestys on tasaantunut vähitellen ajalle ennen koronaa. Yritysten kohtaamat haasteet ovat edelleen merkittäviä niin inflaatiosta kuin työntekijäpulan takia, vaikka osansa on myös yritysten johtamis- ja henkilöstöjohtamisen osaamisella. Alan suosio on laskenut sekä nuorten että kokeneiden alan työnhakijoiden silmissä. Tämä nostaa tarvetta yritysten työnantajakuva kehittämiseksi. Yksi osa tätä tukemistyötä ovat niin TE-palveluiden, Ohjaamo-toiminnan, vuokratyöfirmojen ja erilaisten työpaikkoja tarjoavien palveluiden,

kuin Euroopan unionin ja koulutuksen tarjoajien kautta toimivat hankkeet. Kaikki tämä yritysten toimintaa tukeva työ luo pohjaa paremmalle tulevaisuudelle. On tärkeää, että alan sidosryhmät tekevät yhteistyötä ja kehittävät innovatiivisia strategioita matkailu- ja ravitsemusalan elpymisen ja uudistumisen tukemiseksi Satakunnassa. Lakiuudistukset työllisyyspalveluissa toivottavasti yhtenäistävät ja helpottavat työttömyyden torjumistoimia. Yritysten tehtäväksi jää toteuttaa nämä tarvittavat tuki- ja kehittämistoimet omissa organisaatioissaan vastuullisesti.

Lisätietoa ja lukemista:

- Fokukseen - opas työhyvinvoinnin johtamiseen <https://fokus.utu.fi/>
- Perehdyttämiseen löytyy ilmainen kattava työkalu <https://fokus.utu.fi/keinoja-ja-menetelmia/tyontekijaan-liittyvia/>
- Pysähdy, pohdi, toimi: yrittäjän supervoimat käyttöön <https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe2023052346483>
- Satakuntaliiton tehtävä on edistää Satakunnan ja sen asukkaiden hyvinvointia <https://satakunta.fi/>
- Uraboost Workbook – uraohjausta MaRa-alan nuorille työnhakijoille <https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe20230907121661>
- Virtuaalinen toimintamalli ravitsemusalan liiketoiminnan kehittämiseen toimivaravintola.fi – Virtuaalinen toimintamalli ravitsemusalan liiketoiminnan kehittämiseen

Artikkeli on valmistettu osana #MATKAAN-hanketta, ja haluamme kiittää hankkeen ja tämän artikkelin rahoittamisesta Euroopan Sosiaalirahastoa.

Lähteet

- [1] Suomen virallinen tilasto (SVT): Työ ja elinkeinoministeriö, Työnvälitystilasto. 2023:07, Satakunnan Työllisyyskatsaus, heinäkuu 2023. Pori: Elinkeino, liikenne ja ympäristökeskus. [online]. Saatavilla: <https://www.temtyollisyyskatsaus.fi/graph/tkat/tkat.aspx?ely=14#>, haettu 07.08.2023.
- [2] Suomen virallinen tilasto (SVT): Työ ja elinkeinoministeriö, ISSN: 17973694. 2020:04, Työllisyyskatsaus, huhtikuu 2020. Helsinki: Työ ja elinkeinoministeriö. [online]. Saatavilla: <https://www.temtyollisyyskatsaus.fi>, haettu 22.8.2023
- [3] Palvelualojen osaajabarometri 2022: Paltan, Kaupan liiton, Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRan ja Finanssialan yhteinen Palvelualojen osaajabarometri, toukokuu 2022. [online]. Saatavilla: https://www.palta.fi/wp-content/uploads/2022/05/Raportti_Palvelualojen-osaajabarometri_30.5.2022.pdf, haettu 07.08.2023.
- [4] Karikallio, H. Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry: Koronapandemian ja rajoitusten vaikutukset matkailu- ja ravintola-alaan: Luke luonnonvarakeskus ja REINU econ Oy, 2023:03. [online]. Saatavilla: <https://www.mara.fi/media/uutiset/koronapandemian-ja->

- [rajoitusten-vaikutukset-matkailu-ja-ravintola-alaan.pdf](#), haettu 10.8.2023.
- [5] Karppinen, A., & Vähäsantanen, S.: Matkailutulo ja -työllisyys Satakunnassa, sen seutukunnissa ja Porin sekä Rauman seudun kunnissa 2009–2022. LOURA. n.d. [online]. Saatavilla: <https://cms.pori.fi/uploads/sites/3/2023/06/almanum-matkailumalli-satakunta-kesakuu-2023-002.pdf>, haettu 10.8.2023.
- [6] Työmarkkinatori. Työmarkkinatorin käyttömäärät. [online]. Saatavilla: <https://tyomarkkinatori.fi/info/tietoa-palvelusta/tyomarkkinatorin-kayttomaarat>, haettu 10.8.2023.
- [7] Työmarkkinatori. Palkkatuki työnhaun apuna. [online]. Saatavilla: <https://tyomarkkinatori.fi/palvelut/fd36aba2-d7ba-4616-be66-5072b5e57963/palkkatuki-tyonhaun-apuna>, haettu 10.8.2023.
- [8] Työmarkkinatori. TE24, KOTO24, KEHA24 – kolme mittavaa uudistusta. [online]. Saatavilla: <https://tyomarkkinatori.fi/uudistukset24/etusivu>, haettu 11.8.2023.
- [9] Työmarkkinatori. Nuorisotakuu. [online]. Saatavilla: <https://tyomarkkinatori.fi/henkiloasiakkaat/tyonhaku/nuorisotakuu>, haettu 21.8.2023.
- [10] Suomen virallinen tilasto (SVT): Kuluttajien luottamus verkkojulkaisu. ISSN=2669–8862. Helsinki: Tilastokeskus. [online]. Saatavilla: <https://www.stat.fi/julkaisu/cl7q3aha647dk0bvz9vk0yjfz>, haettu 28.8.2023.

Inhimilliset kyvykkydet ja osaamisen hyödyntäminen voidaan rakentaa tuottaviksi vahvuuksiksi

Tiina Leino, tradenomi (YAMK), projektipäällikkö, tiina.leino@samk.fi

Tulevaisuuden työ on käsite, joka leijuu työelämän muutoksen yllä. Teema tulee eteen laajasti esimerkiksi uutisoinnissa, opinnoissa, keskusteluissa tai työssä. Tulevaisuuden työ sanaparina on siten jo käytössä jokapäiväisessä puheessa kuvaamassa muutoksia, jotka ovat työelämän arkea nyt ja tulevaisuudessa. Pohjimmiltaan se vaikuttaa ja muuttaa työelämää yhteiskunnallisten muutosten myötä. Tulevaisuuden työ liittyy muun muassa teknologiseen kehitykseen, väestön ikärakenteen muutoksiin, ympäristöön liittyviin muutoksiin sekä globalisaatioon. Tekoälyn käyttö ja sen mahdollisuudet muuttavat ja rikkovat vahvasti nykyisiä työn tekemisen tapoja. Siitä huolimatta ja juuri siksi tulevaisuuden työssä korostuu erityisesti ihmiskeskeinen lähestymistapa työhön, ja sitä myötä kaikki työntekijöiden erilaiset kyvykkydet [1]. Tämä tukee matkailualan kahta puolta: **ihmiskeskeiset kohtaamiset** tuovat matkailuun henkilökohtaisuutta, kun taas **tekoälysovellukset** tuovat matkailuun tehokkuutta.

Aiemmin tekoäly on toiminut töiden taustalla, mutta nyt erilaiset tekoälyn muodot ovat jo tulleet osaksi työntekijöiden arkea ja tulevat yhä enenevässä määrin [2]. Se tulee muuttamaan työn tekemisen tapoja kuten muutkin isot teknologiset muutokset kuten internet, työn siirtyminen sähköisille alustoille, uudenlaiset vuorovaikutuksen muodot ja työnjako. Tästä voidaan ajatella esimerkkinä matkailualan muutos matkatoimistokeskeisestä toiminnasta alustatalouden mukana vahvasti eläväksi toimialaksi. Muutos on ollut radikaali alana ja myös työntekijöiden näkökulmasta. Tekoäly eri muotoineen ja sen käyttöönotto vaikuttavat vahvasti myös siihen, millaisia ominaisuuksia yksilöt tulevaisuudessa työssä käyttävät ja miten. Tämä edellyttää sekä yksilöiden että organisaatioiden panostusta siihen, miten tekoälyn mahdollisuuksia voi hyödyntää. Painopisteitä tässä ovat taidot ja kyvykkydet, tiimien rakenne ja työn koordinointi, kulttuuri ja asenteet sekä liiketoimintamallien innovointi [2]. Näistä yksilöiden taidot ja kyvykkydet ovat ytimessä, jotta muita painopisteitä voidaan hyödyntää.

Ihmisen rooli pysyy ja luovuuden käyttö lisääntyy

Inhimilliset kyvyt ja taidot nousevat erityiseen arvoon, kun teknologiset muutokset muokkaavat työtä. Niillä asioista muodostetaan kokonaiskuvia, arvioita ja päätöksiä. Työelämä on kuitenkin tähän asti vahvasti painottanut asiaosaamista, mikä luonnollisesti on ydin tietyn työn hallinnalle ja kehittämiselle. Tämä on osaltaan rajoittanut kokonaisvaltaista näkemystä yksilöistä työssä. Henkilön kouluttautuessa vaikkapa sairaanhoitajaksi, insinööriksi tai opettajaksi, ympäristö jopa odottaa näiden ammattien edustajien olevan samanlaisia [3] – ammattiryhmän edustajien oletetaan olevan samasta muotista, osaavan samat asiat ja toimivan samoin tavoin.

Todellisuudessa yksilön henkilökohtaiset taidot ja kyvykkyudet määrittävät sitä, miten ammattiosaamista käytetään. Erityisesti matkailualalla tämä **osaamisen hyödyntäminen** ja sen personointi voidaan rakentaa tuottavaksi vahvuudeksi. Näihin työelämän metataitoihin havahdutaan yhä enenevässä määrin. Tulevaisuuden työssä inhimilliset ominaisuudet ovat yhä merkityksellisempiä luovuuden ilmaisemisessa ja innovaatioiden tuottamisessa. Toisaalta tekoäly tulee muuttamaan tietotyötä tavoilla, jotka sallivat yhä enemmän yksilön **luovuutta** ja samalla edellyttävät kykyä liittää teknologiaa työhön ja sen tekemiseen.

Metataito on mestaritaito, ”joka laajentaa ja aktivoi muita taitoja. Se on ylempään tason taito, jonka avulla voi harjoittaa toiminnallista asiantuntemusta tehokkaammin. Se on katalysaattori, joka nopeuttaa uusien taitojen oppimista ja rakentamista” [3]. Metataidot ovat kykyjä, jotka ovat käytössä kaikissa eri tilanteissa auttaen luomaan kokonaiskäsityksiä ja ratkaisuja. Neliittyvät asioidensaajaan ymmärtämiseen, oppimiseen, tuntemiseen, näkemiseen, tekemiseen ja unelmointiin. Nuorten opiskelijoiden tärkeimpiä kehitettäviä metataitoja ovat muun muassa ongelmanratkaisutaidot, resilienssi ja itsetuntemus [4]. **Metakognitio** taas on kykyä ymmärtää sitä, miten esimerkiksi oppiminen, tietoisuus ja päätökset syntyvät. Tämä taito analysoida itseään myös ja sitä kautta omia vahvuuksiaan on tärkeä yhä monimutkaisemmaksi muuttuvassa maailmassa ja siten myös työelämässä. Analysoimalla ja ymmärtämällä oman osaamisensa syntymistä sen osaa myös **sanoittaa** muille. Tämä on tärkeää esimerkiksi työnhakutilanteissa, asiantuntijuutta osoitettaessa ja uuden oppimisessa. Matkailuhotelli- ja ravintola-alan nuorten opiskelijoiden ja työntekijöiden **uraosaamisen** yksi oleellinen elementti on heidän kykynsä ymmärtää omaa osaamistaan, sen rakentumista ja kehittymistä. Vain ymmärtämällä omia taitojaan niitä voi tavoitteellisesti kehittää. Taito analysoida ja ymmärtää omaa osaamistaan on oleellinen kaikille. Mikäli nämä

taidot omaksutaan jo nuorena, niistä kertyvää osaamista voi hyödyntää mielekkään elämän ja uran suunnittelussa.

Työelämässä nousevat yhä suurempaan arvoon analysointiin ja kehittämiseen liittyvät taidot

Mitä sitten ovat metataidot, joita tulevaisuuden työssä tarvitaan? Laajassa tutkimuksessa [5] määriteltiin 56 taitoa liittyen tiedolliseen käsittelyyn, ihmisten välisiin suhteisiin, itsensä johtamiseen ja digitaalisuuteen. Näihin teemoihin liittyvät taidot tukevat tulevaisuuden työssä menestymistä (Taulukko 1). On selvää, että näin laajaa taitopohjaa ei ole ainoallakaan yksilöllä, vaan ihmisillä on näiden eri taitojen yhdistelmiä. Ytimessä on se, että näitä taitoja voi tunnistaa ja kehittää itsessä. On tärkeää huomata, että näitä taitoja voi tunnistaa ja hyödyntää tavoitteellisesti myös organisaatioissa. Matkailualan organisaatiot voivat saada etumatkaa panostamalla työntekijöidensä ei ainoastaan asiaosaamiseen vaan myös metataitoihin. Toisiaan tukevat osaamiset tuottavat **innovatiivisempaa** ja tuottavampaa toimintaa.

Metataidoista syntyy monenlaisia hyötyjä organisaatioille ja yksilöille. Monimuotoinen kriittinen ajattelu liittyen esimerkiksi oikeellisen tiedon etsimiseen korostaa yksilön luovuutta ja ymmärrystä. On oleellista, että niin organisaatio kuin ihminen luovat päätökset **kokonaisarvioinnin** mukaan. Tukea voi hakea tekoälyltä tai kollegoilta, mutta lopulta yksilö tai yksilöt tekevät päätökset. Toisaalta taito muodostaa vuorovaikutteisia ihmissuhteita korostaa luottamusta, yhteenkuuluvuutta ja yhteistyötä. Ilman näitä taitoja ihmisten välisissä suhteissa paraskin osaaminen jää yksinäiseksi saarekkeeksi. On kuitenkin oleellista osata **johtaa itseään**; se edellyttää taitoja, joissa ymmärtää omaa toimintaansa, oppimistaan ja ominaisuuksiaan, sekä samalla ymmärtää, että taitoja voi haluttaessa kehittää persoonan sallimissa rajoissa.

Luontaiset taipumukset ja vahvuudet määrittelevät reunaehdoja kehittymiselle. Siten keskittyminen **vahvuuksiin ja motivaation lähteisiin** antaa sisäisesti ja ulkoisesti enemmän kuin keskittyminen heikkouksiin. Näin ollen esimerkiksi organisaatioissa olisi oleellista saada kuhunkin työtehtävään siihen motivoitunut ja ominaisuuksiltaan sopiva työntekijä. On oleellista muistaa, että yksilön motivaatiot ja ominaisuudet vaihtelevat elämän eri vaiheissa osaamisen kasvaessa ja muuttuessa. Näin ollen työn tulisi elää ihmisen mukana, ja tämä tulisi organisaatioissa huomioida.

Taulukko 1. Taidot, jotka tukevat menestymistä tulevaisuuden työn kontekstissa (käännetty suomeksi englanninkielisestä lähteestä) [5]

Kognitiivisuus		Ihmisten väliset suhteet	
Kriittinen ajattelu - Strukturoitu ongelmanratkaisu - Looginen päättely - Ennakkoluulojen ymmärtäminen - Olennaisen tiedon etsiminen	Suunnittelu ja työskentelytavat - Työsuunnitelman kehittäminen - Ajanhallinta ja priorisointi - Ketterä ajattelu	Liikellepaneavat järjestelmät - Roolimallina oleminen - Molemmille osapuolille hyödylliset ratkaisut - Inspiroivan vision luominen - Organisatorinen ymmärrys	Suhteiden kehittäminen - Empatia - Luottamuksen luominen - Nöyryys - Sosiaalisuus
Viestintä - Tarinankerronta ja julkinen puhuminen - Oikeiden kysymysten esittäminen - Viestien syntetisointi - Aktiivinen kuuntelu	Henkinen joustavuus - Luovuus ja mielikuvitus - Tiedon siirtäminen eri yhteyksiin - Erilaisten näkökulmien omaksuminen - Sopeutumiskyky - Kyky oppia	Tiimityön tehokkuus - Osallisuuden edistäminen - erilaisten persoonallisuuksien motivointi - Ristiriitojen ratkaiseminen - Yhteistyö - Valmennus - Voimaannuttaminen	
Itsensä johtaminen		Digitaalisuus	
Itsetuntemus ja itsensä johtaminen - Omien tunteiden ja heikkouksien ymmärtäminen - Itsehallinta ja säätely - Omien vahvuuksien ymmärtäminen - Rehellisyys - Itsensä motivointi ja hyvinvointi - Itseluottamus		Digitaalinen sujuvuus ja kansalaistaito - Digitaalinen lukutaito - Digitaalinen oppiminen - Digitaalinen yhteistyö - Digitaalisuuteen liittyvä etiikka	
Yrittäjyys - Rohkeus ja riskinotto - Muutoksen ja innovoinnin edistäminen - Energia, intohimo ja optimismi - Oikeaoppisuuksien rikkominen		Ohjelmistojen käyttö ja kehittäminen - Ohjelmointitaito - Tiedon analysointi ja tilastointi - Laskennallinen ja algoritminen ajattelu	
Tavoitteiden saavuttaminen - Omistautuminen ja päättäväisyys - Tulossuuntautuneisuus - Sisu ja sitkeys - Epävarmuudessa selviytyminen - Itsensä kehittäminen		Digitaalisten järjestelmien ymmärtäminen - Tiedonlukutaito - Älykkäät järjestelmät - Kyberturvallisuuden osaaminen - Teknologiaymmärrys ja käyttöönotto	

Siirtymä yksilökeskeisyydestä kollektiivisuuteen

Yksilöiden henkilökohtaiset taidot ja piirteet ovat siten läsnä niin työssä kuin opinnoissa; niitä ei voi irrottaa yksilöstä. Näin ollen vahvuuksia ja motivaatioita hyödyntämällä on mahdollista saada käyttöön yksilöiden koko potentiaali. Tämä voidaan mahdollistaa **kollektiivisella johtamisella** [6]. Hierarkkiseen työn tekemisen tapaan liittyvä johtamistapa on osin väistymässä. Tässä perinteisessä käsityksessä johtamisesta ja

johtajuudesta asemoidutaan vahvasti yksilöjohtajan näkökulmaan ja siihen liittyvään valta-asemaan. Kollektiivisessa johtamisessa muodollinen johtamisrakenne on yhä olemassa. Samalla kuitenkin koko työyhteisö osallistuu johtamiseen pääosin asiantuntijuksiensa ja vastuidensa kautta. Tämä tarkoittaa sitä, että yksilöillä oleva asiantuntijuus ja osaaminen huomioidaan kyseiseen aihealueeseen liittyviä päätöksiä ja työtä tehtäessä. Parhaimmillaan kollektiivinen johtaminen tuo kaikkien vahvuudet ja asiantuntijuuden käyttöön yhteisten tavoitteiden saavuttamiseksi. Tässäkin muutoksessa metataidot ovat oleellisessa roolissa, kun aletaan muuttaa työn tekemisen tapoja ja roolituksia.

Systeminen muutos edellyttää muutosta monin tavoin

Näiden muutosten edessä koko työelämämme on isojen haasteiden edessä. Muutos on systeminen, kaikki vaikuttaa kaikkeen. Ylipäättään osaamisesta puhuttaessa tulee alkaa muuttaa myös kieltä ja asenteita. Syväluotaavassa analyysissään Ketamo ja muut [7] nostavat esiin oleellisen teeman: käytämmekö samaa kieltä osaamisesta? Osaaminen on ollut pitkään trendisana työelämään ja koulutukseen liittyen. On osaamiskartoitusta, osaajapulaa ja niin edelleen. Sanan merkitys on hämärtynyt – mitä osaaminen tosiasiallisesti arkipuheessa tarkoittaa? Toisaalta työelämäkäytännöissä, vaikkapa työntekijöiden osaamispankeissa tai rekrytoinnissa, voidaan käyttää hyvin vaihtelevia määreitä. Voidaan pohtia, missä matkailualan **tulevaisuuden työnkuvien todellisuus** tapahtuu. Painopiste siirtynee kohti data-analytiikkaa ja sen hyödyntämistä samalla kuin elämykset ja henkilökohtaisuus vaikuttavat toisaalla. Siirtymä yksilöllisiin tapoihin matkustaa tulee vaikuttamaan myös siihen, miten matkailualan toimijoiden tulee oma työnsä organisoida. Yksi näkökulma tähän on esimerkiksi palvelun löydettävyys. Älypuhelimet ovat ne välineet, joilla matkat usein rakennetaan ja varataan. Löydettävyys verkosta on ytimessä. Monikielisyys on matkailualalla luonnollisesti itsestäänselvyys. Tekoälysovelluksilla palvelu voidaan toteuttaa monikielisesti, ihmisen johdolla toki.

Yksi näkökulma, josta ei vielä paljon ole keskusteltu, on **osaamisen osaaminen**: kuka tosiasiaassa määrittelee ja millä osaamisella, millaista osaamista kukin organisaatio tarvitsee? Hajautuvien asiantuntijuusalueiden ja -osaamisten ymmärtäminen saattaa olla hyvin haastavaa, ja näiden osaamisten arviointi voi olla rekrytointipäätöstä tekevän oman osaamisen ulkopuolella. Siten saattaa jopa olla, että yhteistä kieltä rekrytoijan ja rekrytoitavan välillä ei löydy. Tämä voi johtaa siihen, että tosiasiallinen tulevaisuutta ymmärtävä osaaminen jää rekrytoimatta. Edelleen tämä vaikuttaa yritysten innovointikykyyn ja tuottavuuteen. Kuten Ketamo ja muut [7] sanovat: ”Monimutkaisessa systeemissä ei ole suoraviivaisia ratkaisuja.” Osaaminen ja

metataidot ovat joka tapauksessa ytimessä, kun yksilö löytää polkuaan opinnoissa ja työelämässä.

Johtopäätökset: Metataidot ja osaamisen hyödyntäminen ovat tulevaisuuden työn ytimessä

Yksilöt ja organisaatiot ovat tietysti täysin kykeneviä tässäkin muutoksessa. Oppimisen ja työn tekemisen tavat muuttuvat, ja siinä rinnalla muuttuvat niin yksilöiden koulutus, työ kuin osaaminen. Tai pikemminkin muutos tapahtuu limittäin: koska koulutus ja osaaminen muuttuvat, työelämä muuttuu, ja koska työelämä muuttuu, myös koulutus ja osaaminen muuttuvat. Kullakin yksilöllä on vahvuutensa ja mielenkiinnon kohteensa, joita kohti on luonnollista suuntautua. On helpompi oppia asioita, joista on aidosti motivoitunut. Noin 40–50 vuotta kestävästä työurasta nämä motivaatiot muuttuvat useita kertoja kehittymisen myötä. Näin ollen tulevaisuuden työssä metataidot ja niiden kehittäminen ovat yhtä merkittävässä roolissa kuin osaaminen ja asiantuntijuus.

Työelämän murroksen mukanaan tuomat muutokset edellyttävät erilaisia toimia eri tahoilta. Yksilöiltä muutos edellyttää halua ja kykyä tarkastella myös itseään: millainen minä olen, miten minä opin ja minne minä haluan mennä? **Itsensä ymmärtäminen** on avain itsensä kehittämiseen. Tätä työtä voidaan tukea koulutuksella ja muun muassa tarjoamalla taitoja uraosaamiseen. On oleellista, että erityisesti nuorille **itsereflektointitaidot ja -ymmärrys** muodostuvat osaksi työuraa asiaosaamisen lisäksi. Näin heidän on mahdollista heti työuransa alusta tarkastella monipuolisesti omaa osaamistaan. Tämä tukee niin yksilöä, työpaikkoja kuin yhteiskuntaa. Nuoret voivat panostaa oman osaamisensa kehittämiseen ja hyödyntämiseen olemalla **avoimia erilaisille mahdollisuuksille**. Useiden erilaisten töiden kokeilu luo ymmärrystä, mistä itse motivoituu. Tätä voi hyödyntää pitkäjänteisen ja tavoitteellisen uran rakentamisessa myös matkailualalla. Verkostojen rakentaminen kannattaa, sillä se luultavimmin tukee työuraa jatkossa. Aktiivinen ote työssä tuo mahdollisuuksia kehittyä ja siirtyä uusiin, haastavampiin tehtäviin. Tulevaisuuden tarpeiden hahmottaminen ja niihin panostaminen, esimerkiksi tekoälyn hyödyntäminen työssä, oman osaamisen ja oppimisen ymmärtäminen sekä kansainvälinen työskentely, voi luoda aivan uudenlaisia avauksia uralla.

Organisaatioissa on oleellista hahmottaa meneillään oleva työn murros sekä yksilöiden metataitojen että teknologian näkökulmista. Mahdollistamalla yrityksen toiminnan kehittämisen uudenlaisilla tavoilla voi olla alan etulinjassa ja saada siten hyötyjä toiminnalle. Yksi avaintekijä on **johtamisosaaminen**. Nykyaikaisella

johtamisosaamisella on mahdollista tunnistaa tulevaisuutta varten tarvittavat toimialan ja oman organisaation toiminnan muutokset. Tämä tarkoittaa matkailualalla esimerkiksi kuluttajakäyttäytymisen, arvojen ja teknologian muutosta. Näistä juontuvat muutokset voivat olla myös suuria mahdollisuuksia liiketoiminnan kasvattamiseen. Jotta tämä kasvu mahdollistuisi, uudenlaiset strategiset linjaukset tulee viedä organisaation arkeen ja käytäntöihin. Siten on oleellista ymmärtää, mitä se edellyttää työntekijöiden osaamisilta, ja edelleen **rekrytoida tulevaisuuspainotteisia taitoja**. Monipuolista osaamista ja taitoja hankkineiden nuorten rekrytointi uudistaa organisaatiota. Tätä osaamista voi tukea esimerkiksi antamalla vastuun lisäksi vaikutus- ja sananvaltaa toiminnan kehittämiseen. Työnantajien kannattaa huomioida myös muutokset eri sukupolvien arvoissa ja merkityksissä - myös nuorille on tärkeää tehdä merkityksellistä työtä. Näin ollen heidän näkemystensä huomiointi työn arjessa parantaa työssä viihtymistä ja voi tukea **innovatiivista tulevaisuuden liiketoimintaa**. On osaajan rooli mikä tahansa, johtajasta työntekijään, merkittävää on, että hänellä on asiaosaamisen lisäksi taito johtaa sekä itseään, osaamistaan että uraansa.

Artikkeli on kirjoitettu osana Tour4Youth-hanketta, joka on rahoitettu Interreg Central Baltic -ohjelmasta. Tour4Youth-hankkeessa kehitetään monimuotoisesti nuorten uraosaamista ja työllistymistä matkailu-, majoitus- ja ravintola-aloilla.

Lähteet

- [1] International Labour Organization. (2019). ILO Centenary Declaration for the Future of Work. <https://doi.org/ISBN: 9789220315545>
- [2] Ritala, P., Ruokonen, M. and Ramaul, L. (2023). Transforming boundaries: how does ChatGPT change knowledge work? Journal of Business Strategy, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/JBS-05-2023-0094>
- [3] Senova, M. (2020). Meta-skills are the key to human potential. Journal of Behavioural Economics and Social Systems, Vol. 2, No. 1, 133-137. <https://doi.org/10.5278/ojs.bess.v2i1.6463>
- [4] Prasittichok, P., Klaykaew, K. K. (2022). Meta-skills development needs assessment among undergraduate students. Heliyon, Vol. 8, No. 1, e08787. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e08787>
- [5] Dondi, M., Klier, J., Panier, F., Schubert, J. (2021). Defining the skills citizens will need in the future world of work. McKinsey & Company. Pp. 19. [online] Saatavilla: <https://www.mckinsey.com/industries/public-sector/our-insights/defining-the-skills-citizens-will-need-in-the-future-world-of-work>, haettu 11.8.2023.
- [6] Friedrich, T. L., Vessey, W. B., Schuelke, M. J., Ruark, G. A., & Mumford, M. D. (2009). A framework for understanding collective leadership: The selective utilization of leader and team expertise within networks. The Leadership Quarterly, 20(6), 933–958. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2009.09.008>
- [7] Ketamo, H., Ollila, J., Paaso, L. (2022). Miten huomata yhä moninaisempaa osaamista? Moninaisen osaamisen tunnistamisen haasteita ja mahdollisuuksia. Sitra muistio. Pp. 33. [online] Saatavilla: <https://www.sitra.fi/julkaisut/miten-huomata-yha-moninaisempaa-osaamista/>, haettu 11.8.2023.

Resilienssi liiketoiminnan menestymisen tukipilarina

Minna Kalliomäki, FM, Johdon työnohjaaja CSLE, tutkija, minna.kalliomaki@samk.fi

Saila Valkeaniemi, tradenomi (YAMK), tutkimuspäällikkö, saila.valkeaniemi@samk.fi

Koronakriisin ja Ukrainan sodan vaikutukset matkailuun ovat yhtä merkittäviä kuin aikoinaan toisen maailmansodan. Tämän vuoksi ala on nyt ollut vakavissa vaikeuksissa ja suureneva työvoimapula aiheuttaa ongelmia yritysten toiminnassa. Ankarimmin kriisi on koetellut matkailualan pieniä ja mikroyrityksiä, joita vuonna 2021 oli 93,6 prosenttia alan yrityksistä [1]. Pienissä yrityksissä usein yrityksen menestys rakentuu ainoastaan yrittäjän omalle osaamiselle ja tekemiselle. Pienyrittäjyydessä on omat haasteensa, esimerkiksi työn tekeminen voi olla yksinäistä ilman kannustus-, tuki- ja markkinointiverkostoja. Yrittäjien kamppaillessa yrityksen selviytymisen puolesta, työelämän laatu, työn mielekkyys ja kokemus työn hallittavuudesta on kadonnut. Jotta alan uusi kasvu on mahdollinen, alan yrittäjien ja työntekijöiden työhyvinvointiin on kiinnitettävä huomiota.

Matkailualan kriisivuosien mukana tuomien muutosten myötä matkailualalle tuli tutuksi myös resilienssi-sana, joka tavallaan vastaa kysymykseen, miten voimme vastata toimintaympäristön muutoksiin ja haasteisiin niin, että voimavaramme ovat hallinnassamme. Resilienssi kuvaa sitkeyttä, jaksamista, myönteisyyttä ja tulevaisuudenuskkoa. Vaikeuksista ja haasteista selviäminen kehittää ihmisen ongelmanratkaisukykyä sekä ajattelun ja toiminnan joustavuutta. Resilienssi muokkautuu, kehittyy ja karttuu, ja sitä on mahdollista myös vahvistaa. Yrittäjän ja yrityksen resilienssin kehittäminen on tärkeää, jotta menestytään liiketoiminnassa ja voidaan hyvin.

Kokonaisvaltainen työhyvinvointi ja resilienssi ovat kaksi käsitettä, jotka liittyvät läheisesti toisiinsa työelämässä. Ne molemmat korostavat yksilön ja organisaation kykyä selviytyä haasteista, stressistä ja muutoksista sekä säilyttää hyvinvointinsa vaikeuksienkin keskellä. Maailman terveysjärjestön, WHO:n, mukaan kokonaisvaltainen hyvinvointi koostuu **fyysisestä, sosiaalisesta ja psyykkisestä hyvinvoinnista** [2]. Fyysisellä hyvinvoinnilla tarkoitetaan henkilön kokemusta omasta fyysisestä

terveydestään, pystyvyydestään ja arjessa jaksamisestaan. Sosiaalisen hyvinvoinnin perustan luovat esimerkiksi ystävyys-suhteet, parisuhde, perhe, työyhteisö ja muut yhteisöt. Taloudellinen ulottuvuus on osa sosiaalista hyvinvointia. Psykkinen eli mielen hyvinvointi tarkoittaa hyvinvoinnin tilaa, jossa ihminen pystyy tunnistamaan omat vahvuutensa ja kykynsä, selviytymään elämän tuomista haasteista sekä tekemään töitä ja ottamaan osaa oman ympäristönsä toimintaan. Kun puhutaan työhyvinvoinnista, tämä laajennettu kokonaisvaltainen hyvinvointi on toimivampi termi etenkin yrittäjillä, koska heidän on lähes mahdotonta pyrkiä erottamaan työ ja muu elämä toisistaan.

Kokonaisvaltainen hyvinvointi ja resilienssi ovat **toisiaan vahvistavia tekijöitä**. Resilienssi, kyky sopeutua ja selviytyä vaikeista tilanteista ja vastoinkäymisistä, auttaa yksilöä ylläpitämään kokonaisvaltaista hyvinvointia vaikeuksienkin keskellä. Kun yksilö huolehtii eri elämän osa-alueistaan, kuten fyysisestä terveydestä, psykkinisestä hyvinvoinnista, sosiaalisista suhteista, hän vahvistaa samalla resilienssiään. Hyvinvoivalla yksilöllä on **enemmän voimavaroja ja keinoja** käsitellä vaikeuksia ja vastoinkäymisiä. Tämän takia yrittäjän on tärkeää pitää huolta sekä kokonaisvaltaisesta hyvinvoinnistaan että muutoskyvykkyydestään.

Resilienssiä on mahdollista vahvistaa erilaisilla liiketoimintaan liittyvillä koulutuksilla – ja valmennuksilla. RestarT-hankkeessa toteutettiin Satakunnan matkailualan yrityksille **koulutus- ja valmennuskokonaisuus**, joka jakautui seuraaviin osa-alueisiin: koulutustilaisuudet, yritysklinikat ja yksilö- ja ryhmätyönohjaukset. Teemat jakautuivat **liiketoiminnan ja työhyvinvoinnin kehittämiseen**, ja aiheita lähestyttiin monesta eri näkökulmasta. Kokonaisuuden tavoitteena oli lisätä yritysten osaamista ja valmiuksia vastata toimialan tuomiin muutoksiin sekä tunnistaa muutoksen uhat ja uudet mahdollisuudet. Lisäksi tarkoituksena oli lisätä tietoa sekä voimaannuttaa yrittäjiä ja yritysten henkilöstöä toimintaympäristön muutoksessa. Tieto ja ymmärrys uusista mahdollisuuksista sekä ratkaisusta tukevat uusien näkökulmien oivaltamista yritysten toiminnan kehittämiseksi. Valmennuksissa määriteltiin yhdessä millaisia haasteita, riskejä ja mahdollisuuksia yritykset kohtaavat, tuotettiin yhteistyössä uusia ratkaisuja, reagointi- ja toimintatapoja muuttuvaan ympäristöön sekä tehtiin skenaariotyöskentelyä tulevaisuuden vaihtoehtoisten kehittämisspolkujen hahmottamiseksi.

Koulutukset ja yritysklinikat toisiaan täydentävinä resilienssin vahvistajina

Liiketoiminnan kehittämiseen luotiin **koulutussarja**, joiden aiheita käsiteltiin myös yrityskohtaisilla klinikoilla sekä yksilö- ja ryhmäohjauksissa. Koulutuksilla

vahvistettiin erityisesti yrittäjän osaamista ja sitä kautta yrityksen resilienssi kasvoi. Poikkileikkaavana teemoina olivat muuttuvat olosuhteet, yrityksen toiminnan sopeuttaminen, tulevaisuuteen katsominen ja toiminnan jäsentäminen tavoite asetannalla ja toimintasuunnitelmilla. Koulutussarjan tilaisuuksien sisällöiksi muodostuivat:

- **Liiketoiminta muutoksessa:** mm. matkailun ja markkinoinnin trendit, kuluttajamuutos, sosiaalisen median vaikutus, matkailuyrityksen liiketoimintaosaaminen ja liiketoiminnan kehittämisen painopistealueet, mm. Suomen uusi matkailustrategian painopisteet ja avainmarkkinat
- **Onnistu markkinoinnissa:** mm. oman markkinoinnin vuosi- ja kampanjasuunnittelu sekä yhteismarkkinointi, somemarkkinointi, hakusanatuntemus ja diginäkyvyyden arviointi.
- **Oman tuotteen terävöittäminen ja ansaintamallit:** mm. oma kärkituote, kärkiviesti ja ostajapersoona, matkailijan ostopolku ja vastuullisuuden huomioiminen.
- **Matkailumyynnin anatomia, kumppanuudet ja liiketoiminnan ansaintamallit:** mm. tuotteistus, hinnoittelu, myyntiprosessi/keinot ja modernit liiketoimintamallit.

Osallistujat valmistautuivat koulutuksiin yrityskohtaisilla ennakkotehtävillä, joita läpikäytiin yhdessä. Ennakkotehtävissä yrittäjien tuli käsitellä nykytilaa sekä tavoitetilaa tulevaisuuteen. Tehtävien läpikäyminen valmentamalla mahdollisti vertaisoppimisen sekä antoi uusia ajatuksia ja toimintatapoja tulevaisuuteen. Yritysten tarpeiden mukaan järjestettiin osaamisen lisäämiseksi muita koulutuksia ja valmennuksia: **Instagram ja LinkedIn, matkailualan arvonalisäveroitus ja työoikeus sekä RekryBoost-tapahtumassa** koulutuksellisia aiheina olivat: kuinka hyödyntää somea rekry-markkinassa, rekrytoinnit Suomesta ja ulkomailta, yrittäjän jaksaminen sekä millainen on hyvä työnantaja kuva. RekryBoost -tapahtuman iltapäivässä oli myös rekrymessut, jossa kohtautettiin potentiaalisia työnhakijoita ja työnantajia. Hyvinvoinnin teemassa pidettiin **”Mielen hyvinvointi”** – työpaja Mieli Ry:n kanssa, **itsensä johtaminen osana kokonaisvaltaista hyvinvointia valmennuspäivä sekä Hyvän olon aamukahvitilaisuus**, jossa sparrailtiin osallistujien luonteenvahvuuksia. Yrittäjien verkostoitumista ja vertaistukea sekä uuden oppimista tuettiin muun muassa järjestämällä **opintomatka Naantaliin ja Tulevaisuuden tyyni mieli -seminaarissa** haluttiin tuoda inspiraatio puheenvuoroina hankkeen keskeiset teemat esiin. Tilaisuudessa olivat puhujina juontaja Piia Koriseva teemalla Elämänmakuinen elämä sekä futuristi, tietokirjailija Perttu Pölönen aiheella Tulevaisuuden lukujärjestys.

Yrityskohtaisilla klinikoilla haettiin ratkaisuja yritysکوhtaisiin ongelmiin ja vietiin näitä ja koulutuksien teemoja käytäntöön. Yritysklinikat toteutettiin business coaching-tyyppisesti valmentamalla. Tapaamisia oli kolme erillistä kertaa yritystä kohden ja tapaamiskerran kesto oli 2–3 tuntia. **Tapaamiset järjestettiin prosessina noin kahden kuukauden sisällä.** Prosessi aloitettiin tekemällä alkukartoitus yrityksen kanssa eli määriteltiin ensimmäisellä tapaamiskerralla, millaisia haasteita, riskejä ja uusia mahdollisuuksia yritysکوhtaa. Tässä yhteydessä yrittäjille tehtiin myös osaamiskartoitus ydinosaamisen ja osaamisvajeiden tunnistamiseksi, jotta saatiin laajempi käsitys valmennuksen tarpeesta. Lisäksi luotiin yhdessä yritykselle tulevaisuuden skenaario, asetettiin yritysکوhtainen tavoite ja määriteltiin toimenpiteet tämän saavuttamiseksi eli tuotettiin yhdessä mahdollisuuksien pohjalta uusia ratkaisuja, reagointi- ja toimintatapoja resilienssin kehittämiseksi. Toisella ja kolmannella tapaamiskerralla täsmennettiin tavoitteita, valmennetaan yritystä tavoitteen saavuttamisessa ja pohdittiin yhdessä etenemistä kohti määriteltyä tavoitetta.

Klinikoille osallistujat valmistautuvat tekemällä etukäteistehtäviä, jotka käsiteltiin tapaamisissa. Klinikoiden työkaluina toiminnan ja tavoitteiden kirkastamiseen ja jäsentämiseen käytettiin muun muassa SWOT-kaaviota, yrityksen strategian perustaa (missio, visio, liikeidea, arvot, liiketoimintamalli) [3], WHY-kaaviota, Liiketoiminnan kokonaiskuva- [4] sekä Balanced Scorecard- [5] työkaluja. Valmennuksissa keskusteltiin muun muassa uusien liiketoimintamallien ja muutosten mahdollisuuksista, omistajanvaihdos prosesseista, erilaisista rahoituslähteistä, hankinnoista, alihankintapalveluista, sopimusteknisistä asioista (esim. vuokrauksesta, yhteistyösopimuksista), erilaisten myynti- ja markkinointikanavien ja kohderyhmien hankinnasta sekä esimiestyöstä, henkilöstöön liittyvistä asioista, perhesuhteista, yhtiömuodoista ja taloudellisesta tilanteesta.

Ryhmä- ja yksilötyönohjaus yrittäjän resilienssin kehittäjänä

Työnohjaus on **oman työn tutkimista ja tarkastelua ohjatusti** [6]. Ohjaajana tässä toimii **koulutettu työnohjaaja**. Työnohjaus on vielä melko tuntematon kehittämismenetelmä yrittäjien keskuudessa, ja lisäksi terminäkin työnohjaus saattaa olla harhaanjohtava. Se voidaan sekoittaa perehdytykseen tai työnopastukseen. Ohjaus ei ole myöskään konsultointia tai neuvontaa, vaan sen tavoitteena on henkilökohtaisen muutosvalmiuden lisääminen **omia oivalluksia hyödyntämällä** ja siten yksilön oman pystyvyysuskon lisääminen, mikä auttaa häntä ajattelemaan muutosta eri näkökulmista ja vahvistamaan siten omaa toimijuuttaan siinä.

Ryhmämuotoisessa ohjauksessa tärkeää on erityisesti muilta ryhmän jäseniltä saatava **vertaistuki**. Se tarjoaa tilaisuuden jakaa omia kokemuksia ja haasteita samassa tilanteessa olevien muiden ryhmän jäsenten kanssa. Tämä auttaa osallistujia ymmärtämään, että he eivät ole yksin vaikeuksiensa kanssa ja että muutkin kohtaavat samankaltaisia tilanteita. Näin kokemusten jakaminen vahvistaa yhteenkuuluvuutta ja lievittää mahdollista yksinäisyyden tunnetta. Työnohjauksessa osallistujat tarjoavat arvokasta tukea toisilleen monella tavalla: **omien selviytymiskeinojen jakaminen, neuvojen antaminen ja kannustus**. Tuki vertaisilta, jotka ovat kokeneet samankaltaisia haasteita, voi olla erityisen merkityksellistä ja motivoivaa. Osallistujien erilaiset taustat ja elämäkokemukset tuovat monipuolisia näkökulmia käsiteltäviin asioihin ja auttaa näin laajentamaan omaa ymmärrystä ja näkökulmaa. Vertaistuki mahdollistaa myös **oppimisen toisilta**. Jokaisella osallistujalla on omat vahvuutensa ja osaamisalueensa, joista muut voivat hyötyä. Ryhmän jäsenet jakavat parhaita käytäntöjä ja tarjoavat toisilleen myös **uusia näkökulmia** työhön liittyviin kysymyksiin.

RestarT-hankkeessa koottiin kaksi ryhmää, joiden ryhmäohjauksen prosessin kesto oli seitsemän kuukautta. Ohjauksen ajankohta keskitettiin talvikauteen, jolloin matkailuyrittäjillä on enemmän aikaa osallistua ohjaukseen. Alun perin oli ajatus, että ryhmiä olisi ollut kolme ja kaksi ryhmistä olisi suunnattu yrittäjille ja toinen avaintyöntekijöille kuten esihenkilöille, mutta jälkimmäiseen ei löytynyt riittävästi kiinnostuneita. Ennen varsinaisen ryhmäohjauksen aloitusta yrityksille tehtiin **alkukartoitus**, jossa osallistujat saivat tietoa ryhmäohjauksesta kehittämismenetelmänä, itse ohjausprosessista ja heiltä kartoitettiin heidän omia toiveitaan ohjauksen suhteen liittyen ryhmien kokoamiseen, käsiteltäviin teemoihin sekä ajankohtaan. Ryhmät muodostettiin alkukartoituksen jälkeen osallistujien toiveet huomioiden. Yhdessä ryhmässä oli 4–6 henkilöä ja tapaamisia järjestettiin kahdeksan kertaa, joiden kesto oli kaksi tuntia. Ryhmät tapasivat pääsääntöisesti etänä, mikä koettiin hyvänä ratkaisuna oman ajankäytön näkökulmasta: aikaa ei kulunut siirtymisiin. Etätyöskentelyssä saatiin aikaiseksi hyvä ja luottamuksellinen ilmapiiri.

Ryhmäohjauksen alustavat **teemat** suunniteltiin ennakolta alkukartoitusten ja ohjaajan aiemman kokemuksen perusteella. Kuitenkin tarkemmat teemat muotoivat ohjauskerran aikana ryhmästä nousevien ajankohtaisten aiheiden perusteella. Ohjausprosessiin kuuluivat myös **välitehtävät**, jotka toimivat osallistujien henkilökohtaisina orientaatio- ja pohdintatehtävinä. Ohjausprosessissa oli siis rinnakkain sekä yksilö- että ryhmäprosessi: välitehtävät olivat henkilökohtaista työstämistä varten, ja niitä hyödynnettiin vaihtelevasti varsinaisissa ryhmäohjauksissa ja jokainen osallistuja jakoi niistä sen, minkä halusivat muille jakaa.

Ohjaukset alustavat ja välitehtävien teemat olivat seuraavat

- Tutustuminen
- Oman (työ)hyvinvoinnin perusta: nyky- ja haavetila
- Energiaa työssä ja työstä: työn voimavarat ja kuormitustekijät
- Minä itse: arvot, vahvuudet, ajattelu- ja toimintatavat
- Yhdessä: ihmissuhteet ja verkostot, vertaistuki
- Vapaalla: mielen ja kehon palautuminen
- Yritykseni: nyt ja tulevaisuudessa
- Näin eteenpäin: omat jatkot.

Ryhmäohjauksen lisäksi hankkeessa järjestettiin myös **yksilöohjauksia**, joihin oli noussut kiinnostusta alkukartoituksessa: 2–3 tapaamiskertaa/yritys, jotka olivat kestoltaan kaksi tuntia kerrallaan. Näissä yksilöohjauksissa oli mahdollista saada ulkopuolista sparrailuapua kunkin ohjattavan **omiin henkilökohtaisesti valitsemiin aihealueisiin**. Näitä olivat muun muassa seuraavia: oma ajanhallinta, itsensä johtaminen laajemmin, yrityksen sisäinen työnjako, delegointi, yrityksen/yrittäjän pitkän tähtäimen suunnitelma, korona-ajan tuntemuksia ja vaikutuksia omaan yritystoimintaan, uuden yritystoiminnan lanseeraus, yrityksen palvelutarjonta ja markkinointi. Nämäkin ohjaukset toteutettiin pääsääntöisesti etänä.

Satakuntalaisten matkailuyrittäjien keinot resilienssin vahvistamiseen

Veera Kaipion tekemässä tutkimustyön [7] tuloksena selvisi, että selkeimmät muutokset satakuntalaisen matkailuyrittäjän työelämään olivat shokki ja sekavuus. Koronapandemian aiheuttamat muutokset toivat mukanaan stressiä ja epätietoisuutta, jotka vaikuttivat negatiivisesti työhyvinvointiin ja työssä jaksamiseen. Jatkumon ja tulevaisuusnäköymän heikentyminen aiheuttivat yrittäjille pelkoa ja ahdistusta sekä jopa kiukkua siitä, että asioille ei voinut tehdä mitään itse. Tutkimus tuloksena todetaan, että koronapandemian seurauksena ratkaisukeskeisyys ja resilienssi ominaisuudet kasvoivat sekä vahvistuivat yrittäjillä. Yrittäjillä nousi uudenlaisia voimavaroja sekä kouluttautuminen toi heille uudenlaista voimaa ja kasvatti minäpystyvyyden tunnetta. Tutkimuksesta selviää, että **matkailuyrittäjän työssä jaksaminen ja hyvinvointi ovat riippuvaisia muutoksiin sopeutumisesta**. Hyvinvointi syntyy siitä, miten matkailuyrittäjä osaa tunnistaa ja hyödyntää voimavarojaan rakentavasti sekä tarkoituksenmukaisesti. Yrittäjät kokivat löytäneensä uudenlaisia voimavaroja, kuten ratkaisukeskeisyyden kasvu, uuden oppiminen ja luominen sekä luonnon merkityksellisyyden ja potentiaalin kasvu hyvinvoinnin edistäjänä. Tärkeinä voimavaroina muutos- ja sopeutumistilanteissa koettiin keskustelut työyhteisössä

kollegoiden kanssa, sosiaalinen verkosto, ratkaisukeskeisyys, uudenlaisien toimintamallien ja työkalujen hyödyntäminen sekä innovaatioiden pohdinta ja tuottaminen sekä kouluttautuminen.

Yrittäjät kokivat kerätyn palautteen mukaan ReStarT-hankkeen työpaketeista hyödyllisimpänä yrityskohtaiset toimenpiteet: liiketoiminnan klinikat ja työnohjaukset. Valmennuksissa konkretisoitiin käytännössä koulutuksien sisältöjä sekä käsiteltiin kullekin yritykselle ja yrittäjälle ajankohtaisia teemoja. Tulevaisuuden skenaariotyö ja tavoite asetanta olivat keskeistä. Osallistuneet yrittäjät kokivat hyvänä, että he pystyivät **jäsentelemään ajatuksiaan ja ideoita tulevaisuuden toiminnasta ulkopuolisten kanssa**, joilla oli vahva osaaminen matkailualalta. Työhyvinvointiin ja omaan jaksamiseen keskittyvissä yksilöohjauksissa yrittäjillä oli mahdollisuus keskustella oma valintaisesta teemasta, joka sillä hetkellä oli hänelle ajankohtainen ja tärkeä. **Ohjaustilanne ei ollut konsultointia**, vaan ohjaaja oivallutti yrittäjää itseään löytämään tilanteeseensa parhaiten soveltuvan ratkaisun tai seuraavan pienen askeleen, ja varsin usein yrittäjälle tärkeintä oli saada sanoittaa oma tilannetta myös tunteiden näkökulmasta täysin ulkopuoliselle henkilölle.

Palautteen perusteella kaikissa yrityksissä otettiin käyttöön jokin uusi, koulutuksessa ja/tai ohjauksessa opittu menetelmä, joka liittyy liiketoiminnan kehittämiseen tai omaan hyvinvointiin. Lisäksi yrityksissä sovellettiin uusia menetelmiä myös työntekijöihin ja heidän johtamiseensa.

Toteutetuissa ryhmäohjausprosesseissa ryhmät koettiin sopivan kokoisiksi ja mukana oli monen ikäisiä sekä erilaisissa elämäntilanteissa olevia ihmisiä. Ryhmäkeskusteluissa saatiin selkeyttä myös omaan elämäntilanteeseen, mikä yllätti osallistujat myönteisesti. Ryhmätyönohjauksen koettiin **antaneen voimaa ja näkemyksiä sekä työuraan että henkilökohtaiseen hyvinvointiin**. Tärkeänä koettiin työnohjauksen mahdollistama pysähtyminen, oman itsen kuunteleminen ja omien juttujen puntarointi. Osallistujien arkeen ohjauksista jäi paljon mietittävää ja työkalujakin. Omien vahvuuksien ja verkostojen kartoittaminen koettiin tärkeäksi. Havahduttiin siihen, että oma ominaisuus, jota aiemmin oli pitänyt heikkoutena, näyttäytyikin toisesta näkökulmasta vahvuutena.

Myös omat ympärillä olevat verkostot konkretisoituivat: vaikka tekeekin työtä yrittäjänä yksin, on ympärillä runsaasti läheisiä ja tärkeitä ihmisiä, joiden apuun voi tiukan paikan tullen aina luottaa. Oli vapauttavaa havaita, ettei aina tarvitsekaan pärjätä yksin. Hanke **vahvisti vertaistuen tärkeää merkitystä** mikro- ja pk-yrittäjien keskuudessa. Arkinen tekeminen on heille usein yksinäistä, ja kun sparrailukumppania ei ole aina omassa

organisaatiossa saatavilla, erilaiset yrittäjien yhteiset foorumit ovat tässä ensiarvoisen merkityksellisiä. Ryhmämuotoinen ohjaus yrityksille on yksi toimiva tapa järjestää tätä vertaistukea. Tämä lisää myös yrittäjien verkostoitumista ja sitä kautta erilaisten näkökulmien ja avun saanti heille helpottuvat.

Hankkeen vaikutukset kohdistuivat sekä yrityksiin että yksilöihin. Palautteen perusteella yritysten tietoisuus ja ymmärrys sekä osaaminen riskeistä, muutoksista ja näihin sopeutumisesta kasvoi. Yritysten kyvykyys ennakoida, kohdata ja selvitä vastoinkäymisistä sekä tarttua uusiin mahdollisuuksiin lisääntyi. Koulutusten myötä yrittäjien osaaminen käsitellyssä teemoissa kasvoi ja näin myös yrityksen resilienssi kyky ja liiketoimintakyvykyys kasvoivat. Hankkeessa tehtyjen toimenpiteiden tuloksena yksilöt selviytyvät ja mukautuvat paremmin muuttuvissa työolosuhteissa. Hankkeessa saatujen kokemusten ja kerätyn palautteen perusteella voidaan todeta, että **yrittäjän resilienssiä voidaan – toimialasta riippumatta - kehittää** koulutuksilla ja valmennuksilla, yrityskohtaisilla työohjauksilla ja liiketoiminnan kehittämisen klinikkamuotoisella toiminnalla sekä ryhmätyöohjauksella. Vertaistuen saaminen on keskeinen resilienssin vahvistaja.

Artikkeli on kirjoitettu osana RestarT- Matkailualan mikro- ja pienten yritysten muutos- ja sopeutumiskyvyn sekä työhyvinvoinnin lisääminen koronakriisissä -hanketta, joka on rahoitettu Euroopan unionin sosiaalirahastosta.

Lähteet

- [1] Tilastokeskus, "Yritykset" [online]. Saatavilla: https://www.tilastokeskus.fi/tup/suoluk/suoluk_yritykset.html#yritykset-henkiloston-suuruusluokittain, haettu 6.7.2023.
- [2] World Health Organization. Measuring Quality of life. Saatavilla: <https://www.who.int/tools/whoqol>, haettu 8.7.2023.
- [3] Jylhä, E. & Viitala, R. "Johtaminen, keskeiset käsitteet, teoriat ja trendit", Helsinki: Edita Publishing Oy, 2019. Saatavilla: <https://www.ellibslibrary.com/collection>, haettu 6.7.2023.
- [4] Sorjonen, J. RestarT -hankkeen yritysten koulutusmateriaali OSA 2, [online]. Saatavilla: <https://www.matkailunkehittamiskeskus.fi/tietoa-meista/projektit/restart/>, Haettu 6.7.2023.
- [5] Vuorinen, T. "Strategiakirja – 20 työkalua", Helsinki: Alma Talent Oy, 2013, s. 52–54.
- [6] Vanne, T. "Ratkaisukeskeinen ryhmätyöohjaus esimiesten ja asiantuntijoiden kokemuksellisen oppimisen ja työhyvinvoinnin kehittämisen menetelmänä." Tampere: Tampereen yliopiston julkaisut, 2021, Suomi, s. 48.
- [7] Kaipio, V. Matkailuyrittäjän voimavarat työhyvinvoinnin ja resilienssin tukemisessa, SAMK julkaisut, 2023, Suomi, s. 34–38, 45–47.

Leveraging Practical AI in the Tourism Industry: Reality and Perspective

Olena de Andres Gonzalez, PhD, Specialist researcher olena.de.andres.gonzalez@samk.fi

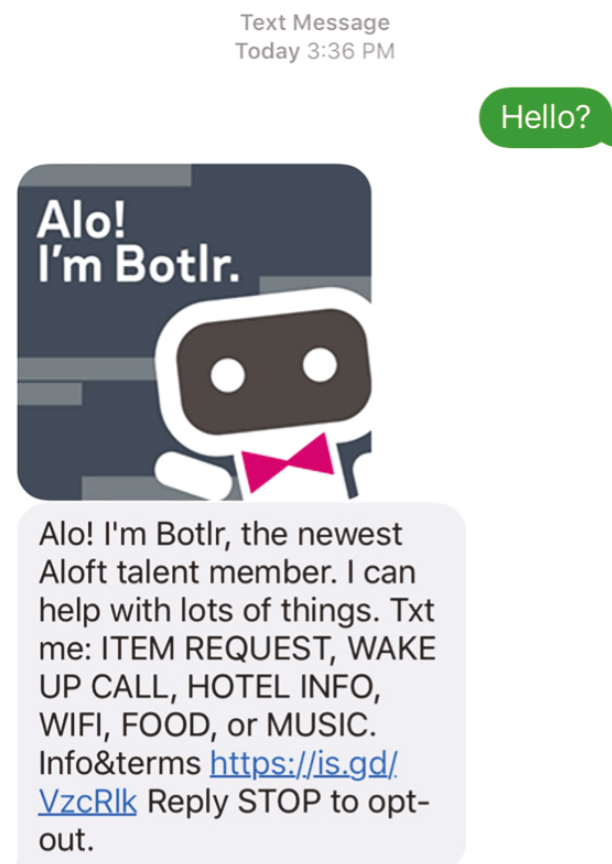
The emergence of **Artificial Intelligence** (AI) has made an outstanding impact on various sectors, from healthcare to manufacturing [1;2;3]. Among these, the tourism sector is a growing beneficiary of AI's advancements. While the theoretical applications of AI are diverse and broad, the article will focus on its practical applications in tourism. By analysing the latest studies real-world case and examples we will explore how AI is enhancing customer experiences, streamlining operations, and opening new vistas for innovation.

The tourism industry, like many others, has found itself at the intersection of technological innovation and customer-centricity. The emergence of Artificial Intelligence (AI) has heralded a new era, presenting both unprecedented challenges and remarkable opportunities. In this **age of digital transformation**, the application of AI is revolutionizing the way we plan, experience, and reflect upon our journeys. From the moment a traveller decides to embark on a new adventure to the sustainable management of tourist destinations, AI is the driving force that is reshaping the tourism landscape. This article delves into the **practical facets of AI's integration** into the tourism industry and shedding light on real-world case studies. We collected examples that light up how AI is enhancing customer experiences, streamlining operations, and opening new vistas for innovation.

In addition, this article explore how AI further improve the quality of personalization, streamlines operations, and promotes sustainability in travel. From customizing traveller experiences beyond traditional CRM systems to optimizing operational efficiency through demand forecasting and pricing strategies, we'll uncover AI's tangible impact. Additionally, we'll delve into AI's role in managing visitor flows and addressing ethical considerations such as data privacy and workforce dynamics.

Customer Personalization

Personalization is not a new practice to the tourism industry. **Traditional Customer Relationship Management (CRM) systems** have long been used to track and analyse customer data. However, AI takes it to another level by analysing a much more extensive set of variables in real-time, including behavioural cues, social media engagement, and geolocation data [4]. Marriott International, with a portfolio spanning over 6,200 properties across 30 leading hotel brands in 125 countries and territories, employs AI-powered chatbots to offer personalized travel suggestions based on customer interactions. AI algorithms analyse multiple touchpoints to craft bespoke travel packages for individual customers, considering everything from preferred activities to dietary restrictions. Aloft's ChatBotlr is now part of Marriott's latest lineup of technology-driven service enhancements (Picture 1). Marriott Rewards chatbots can be accessed through platforms such as Facebook Messenger and Slack, and will soon be available on WeChat and Google Assistant. They are designed to assist loyalty members throughout their stays and in-between [5].



Picture 1. Aloft's ChatBotlr

Operational efficiency is another sphere where AI can be a game-changer. Accurate **forecasting of demand, resource allocation, and real-time pricing adjustments** are just a few ways AI can help. Expedia, for instance, employs AI to optimize its search engine, hotel recommendations, and pricing strategies, making the operational aspect much more streamlined. Expedia Group has taken a big step by adding ChatGPT to its app, becoming one of the first major e-commerce companies to do so. This feature, currently being tested for iOS users, allows people to chat with the app to plan their trips. Users can discuss travel details, like the best places to stay, sights to see, and activities to do, as if they were talking to a human travel advisor [6]. Tourism is inherently global, often requiring businesses to cater to a linguistically diverse customer base. AI, through Natural Language Processing (NLP), can offer real-time translation services, enhancing the customer experience significantly. Singapore's Changi Airport uses AI-powered robots (Picture 2) capable of understanding multiple languages, guiding tourists efficiently and even tell jokes [7].



Picture 2. The robots speak all four of Singapore's official languages, can tell jokes and can ask humans to move aside if they are in the way [7].

Sustainability and AI in tourism industry

One of the less-discussed, yet highly crucial, applications of AI in tourism is **sustainability**. Machine Learning algorithms can analyse visitor flow data to manage crowd sizes at popular destinations, helping preserve natural habitats [8]. Traditional

research methods can only go so far in analysing the multi-faceted nature of **overtourism**. AI can fill this gap by offering predictive analytics to forecast tourism trends and their potential impacts on urban spaces. For instance, machine learning algorithms can sift through vast datasets—ranging from travel booking information to social media sentiments—to identify emerging patterns or hotspots of overtourism.

As tourism rebounds in cities, the challenge of overtourism **resurfaces**, driving the need for smart solutions to alleviate strain on resources and infrastructure. City breaks are a popular choice among travellers, and their appeal is on the rise, further boosting investment in urban industries tied to tourism. To address overtourism's impact, cities are turning to travel apps, harnessing big data and AI to monitor tourism's performance and effects. For instance, in Cinque Terre, Italy, a phone app with real-time congestion data helps visitors explore less crowded routes, preserving local quality of life and natural habitats. In Florence, the 'Feel Florence' app detects tourist flows, suggesting routes to avoid overcrowded attractions and maintain a positive tourist experience. These examples showcase how travel apps serve as a pivotal component, integrating various technologies to mitigate overtourism's impact and enhance visitor experiences [9].

AI's intrinsic interdisciplinary nature makes it a **suitable tool** for tourism scholars to engage more effectively with fields like urban planning, human geography, and innovation studies. For example, Natural Language Processing (NLP) can analyse academic literature from these diverse fields to identify common threads or gaps that need further exploration. Algorithms focused on inclusiveness and resilience can be developed to gauge the social sustainability of tourism initiatives. Finally, AI can be used for targeted microanalyses, like assessing the quality of employment in tourism-heavy areas, thereby contributing valuable insights into specific impacts of overtourism.

AI's Role in Elevating Tourism Safety and Security

Artificial Intelligence (AI) has emerged as a transformative force, reshaping how safety and security measures are implemented within the tourism industry. AI-driven solutions provide real-time insights, predictive analytics, and cutting-edge technologies that bolster the protection of tourists throughout their journeys. Among the most visible and impactful applications of AI in tourism safety is **smart surveillance**. AI-powered cameras and sensors have become indispensable tools for monitoring crowded tourist areas, transportation hubs, and critical infrastructure [10]. These systems excel at detecting unusual behaviour, identifying potential threats, and triggering immediate

responses in the face of security risks. For instance, **AI-driven video analytics** can swiftly spot unattended bags or suspicious activity at airports, enabling authorities to respond promptly and avert potential security incidents [11].

AI's capabilities extend far beyond immediate threat detection. **Predictive analytics**, fuelled by AI, harness historical and real-time data to assess potential risks and vulnerabilities. AI algorithms meticulously analyse various data sources, such as weather patterns, historical crime data, and geopolitical developments, to predict potential travel-related risks [12]. This invaluable information empowers both travellers and tourism organizations to make informed decisions about travel plans and security measures. In times of crisis, AI plays an important role in facilitating swift and efficient **emergency responses**. AI-powered chatbots and virtual assistants provide real-time information to travellers during emergencies, such as natural disasters or civil unrest. These AI-driven systems offer guidance on safe evacuation routes, provide essential emergency contact information, and can even bridge language barriers through translation services, ensuring effective communication in critical situations [13].

Preserving the personal information of travellers is a paramount concern. AI plays a critical role in bolstering data security and privacy in the tourism sector [14]. Advanced AI algorithms excel at detecting and preventing cybersecurity threats, ensuring the utmost security for travellers' sensitive data. Additionally, AI-driven encryption methods and identity verification technologies enhance the overall security of online bookings and financial transactions [15]. **Biometric authentication**, powered by AI, is gaining widespread adoption in the tourism industry. Facial recognition and fingerprint scanning are being deployed at airports, hotels, and tourist attractions to streamline security processes while ensuring the identity of travellers. This not only enhances security but also expedites the travel experience, reducing wait times and enhancing overall customer satisfaction [16].

As an illustrative example of how artificial intelligence is reshaping decision-making processes, consider its transformative impact on the travel industry. As of July 2022, the U.S. Customs and Border Protection (CBP) service has adopted facial recognition technology at 32 airports for outbound travellers and at all airports for incoming passengers (Picture 3). This biometric recognition system is an integral part of the Simplified Arrival program, which was initiated in 2018 [17].



Picture 3. Facial recognition at Dulles International Airport | Photo: Ray Whitehouse for The New York Times [17].

The significance lies in the efficiency gains facilitated by AI. Traditional manual facial verification typically consumes 10 to 30 seconds of travellers' time. However, with the implementation of AI algorithms, this process has been streamlined to a mere two to three seconds. This remarkable reduction in verification time not only enhances the overall travel experience but also aligns with the broader adoption of artificial intelligence in the tourism sector. AI-powered solutions are increasingly being harnessed to improve various aspects of travel, from personalization and safety to operational efficiency and sustainability.

AI fosters collaboration among various stakeholders in the tourism industry, including travel agencies, hotels, airports, and local authorities. These entities can seamlessly share data and insights through AI-powered platforms, resulting in a more comprehensive and coordinated response to emerging security challenges. However, it's worth noting that while AI offers significant benefits to tourism safety and security, it also raises ethical considerations related to data privacy and surveillance [18]. Striking the right balance between security and individual privacy remains an ongoing challenge that the industry must address diligently.

Future Perspectives, Discussion, and Ethical Concerns

Looking ahead, the use of AI in combination with the **Internet of Things (IoT)** can create 'smart destinations,' enhancing safety, sustainability, and visitor satisfaction. The potential for AI-enabled **Big Data analytics** to reshape tourism policies based on real-world data cannot be underestimated. The practical implementation of AI in

the tourism industry is not just a technological advancement; it's a paradigm shift. It offers new ways to address age-old challenges: personalizing the visitor experience, optimizing operations, and even fostering sustainability. Furthermore, the next wave of AI innovations promises even broader applications, potentially redefining what tourism can offer and how it operates.

It's worth noting that while AI technologies can offer many advantages, they also raise ethical and societal questions that need to be carefully considered. These include issues related to data privacy, employment, and the potential for biased decision-making. As we move forward into a world increasingly shaped by AI, it's crucial that these technologies are developed and deployed in a manner that is ethical, equitable, and beneficial for all.

While automation and **AI technologies** are likely to render certain jobs obsolete, they're also expected to **create new roles** that we can't yet fully anticipate. That's a perspective that many experts in economics, technology, and labour studies share. There's a historical precedent for this: many professions that are common today didn't exist 20 or 30 years ago, largely due to technological advancements. In the context of the tourism industry, while automated systems might take over tasks like booking and customer service to some extent, new jobs could emerge in areas like data analysis, AI ethics in tourism, and even in the design and maintenance of smart tourism destinations. As AI systems get more complex and nuanced, **human expertise** will be required to manage, interpret, and elaborate these systems. The key challenge is ensuring a smooth transition for workers from declining industries to emerging ones. This could involve re-skilling programs, educational initiatives, and policies aimed at supporting workers through periods of career transition. According to a report by the World Economic Forum, after 2022 no less than 54% of all employees will require significant re- and upskilling. The future of work in an AI-augmented world is a complex subject, but it's an important one to consider as these technologies continue to evolve and influence different sectors, including tourism [19].

The intersection of AI, employment, and societal change is a crucial issue that has far-reaching implications. The consensus among experts is that preparation, adaptation, and a proactive approach to education and re-skilling can help us navigate these changes in a way that benefits the largest number of people.

References

- [1] Manyika, J., Sneider, K. (2018) AI, automation, and the future of work: Ten things to solve for. McKinsey Global Institute. Retrieved 20.10.2023 from <https://www.mckinsey.com/featured-insights/future-of-work/ai-automation-and-the-future-of-work-ten-things-to-solve-for>.
- [2] Frąckiewicz, M. (2023) The ROI of AI-Driven Predictive Maintenance: A Case Study Analysis. Retrieved 20.10.2023 from <https://ts2.space/en/the-roi-of-ai-driven-predictive-maintenance-a-case-study-analysis/>.
- [3] Edelman, D.C., Abraham, M. (2022) Customer Experience in the Age of AI. The case for building “intelligent experience engines”. Harvard Business Review. Retrieved 20.10.2023 from <https://hbr.org/2022/03/customer-experience-in-the-age-of-ai>.
- [4] Xiang, Z., Du, Q., Ma, Y., & Fan, W. (2017). A comparative analysis of major online review platforms: Implications for social media analytics in hospitality and tourism. *Tourism Management*, 58, 51-65.
- [5] Marriott International’s AI-powered Chatbots on Facebook Messenger and Slack, and Aloft’s ChatBotlr, Simplify Travel for Guests Throughout Their Journey. SEPTEMBER 28, 2017 – BETHESDA, MD. Retrieved 25.8.2023 from: <https://news.marriott.com/news/2017/09/28/marriott-internationals-ai-powered-chatbots-on-facebook-messenger-and-slack-and-alofts-chatbotlr-simplify-travel-for-guests-throughout-their-journey#:~:text=Aloft's%20ChatBotlr%20joins%20Marriott's%20other,before%20%20during%20and%20between%20stays>.
- [6] The Amazing Ways Expedia Is Using ChatGPT To Simplify Travel Arrangements. Retrieved 30.8.2023 from <https://www.linkedin.com/pulse/amazing-ways-expedia-using-chatgpt-simplify-travel-bernard-marr/>.
- [7] Friendly robots spruce up Singapore and tell jokes. Retrieved 15.8.2023 from <https://www.arabnews.com/node/1527726/business-economy>.
- [8] Koens, K., Postma, A., & Papp, B. (2018). Is overtourism overused? Understanding the impact of tourism in a city context. *Sustainability*, 10(12), 4384. Retrieved 18.8.2023 from <https://doi.org/10.3390/su10124384>.
- [9] Smart city solutions are vital to combat overtourism. Hotel Management Network. Retrieved 17.10.2023 <https://www.hotelmanagement-network.com/comment/smart-city-combat-overtourism/?cf-view>.
- [10] García-Madurga, M.-Á., & Grilló-Méndez, A.-J. (2023). Artificial Intelligence in the Tourism Industry: An Overview of Reviews. *Administrative Sciences*, 13(8), 172. MDPI AG. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.3390/admsci13080172>.
- [11] Okita, H., Murakami, T., Okubo, T., Tarui, T., Fukuda, Y., & Jp, P. E. (2020). AI-based Video Analysis Solution for Creating Safe and Secure Society. *Hitachi Review*, 69, 687-693.
- [12] Predictive analytics in the travel industry: use cases. Retrieved 23.10.2023 from <https://crayondata.ai/predictive-analytics-in-the-travel-industry-use-cases/>.
- [13] AI in Public Safety: the Future for Emergency Services? Retrieved 23.10.2023 from <https://eena.org/blog/ai-in-public-safety-the-future-for-emergency-services/>.
- [14] Tripathi, Keyur and Mubarak, Usama, Protecting Privacy in the Era of Artificial Intelligence (March 24, 2020). Retrieved 23.10.2023 from <https://ssrn.com/abstract=3560047>.
- [15] AI in Cybersecurity: Exploring the Top 6 Use Cases. Retrieved 23.10.2023 from <https://www.techmagic.co/blog/ai-in-cybersecurity/>.
- [16] Gupta, S., Modgil, S., Lee, CK. et al. The future is yesterday: Use of AI-driven facial recognition to enhance value in the travel and tourism industry. *Inf Syst Front* 25, 1179–1195 (2023). Retrieved 23.10.2023 from <https://doi.org/10.1007/s10796-022-10271-8>.
- [17] AI in Travel and Tourism: The Revolution Is Happening. Retrieved 23.10.2023 from <https://chisw.com/blog/ai-in-travel-and-hospitality/>.

- [18] Bulchand-Gidumal, J. (2022). Impact of Artificial Intelligence in Travel, Tourism, and Hospitality. In: Xiang, Z., Fuchs, M., Gretzel, U., Höpken, W. (eds) Handbook of e-Tourism. Springer, Cham. Retrieved 23.10.2023 from https://doi.org/10.1007/978-3-030-48652-5_110.
- [19] The Future of Jobs Report 2018. World Economic Forum. Retrieved 31.8.2023 from <https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2018/>.

Matkailun kehittämiskeskus rohkaisee ja tukee matkailuyrittäjiä ja yrittäjistä koostuvia verkostoja liiketoimintansa kehittämisessä. Kehittämiskeskus tarjoaa yrittäjille ja muille alan toimijoille mahdollisuuksia ajankohtaisen liiketoimintaosaamisen lisäämiseen, verkostoyhteistyöhön ja liiketoiminnan kansainvälistymiseen sekä pääsyn ajankohtaiseen tietoon.

ISSN 2323-8372 | ISBN 978-951-633-395-6 (PDF)