



**BUSINESS TKI - Hanketyöllä merkittävä kehitystä Kainuun matkailuun  
Dahl Päivi ja Leinonen Anna-Reetta (toim.)**

# BUSINESS TKI - Hanketyöllä merkittävää kehitystä Kainuun matkailuun

Dahl Päivi ja Leinonen Anna-Reetta (toim.)

Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B

Raportteja ja selvityksiä 171

**Yhteystiedot:**

Kajaanin Ammattikorkeakoulun kirjasto

PL 240, 87101 KAJAANI

Puh. 044 7157042

Sähköposti: [amkkirjasto@kamk.fi](mailto:amkkirjasto@kamk.fi)

<http://www.kamk.fi>

Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B 171 / 2023

ISBN 978-952-7522-27-1

ISSN 1458-915X

Kannen kuva: Olli Isoranta, Kajaanin amk (kehotteet tekoälylle)

## Sisällys

1	Esipuhe .....	1
2	Vastuullisuustyön kehittäminen Arctic Lakelandin matkailuyrityksissä, Saara Uusiheimala ja Nina Jyrkäs .....	2
3	Lentoliikennesaavutettavuuden merkitys Kainuulle, Hanna Linjala, Terhi Millar ja Saara Uusiheimala .....	7
4	Verkostotyötä maaseudun hyvän elämän hyväksi, Tarja Lukkari .....	13
5	Laadukas ja monipuolinen digitaalinen sisällöntuotanto matkailussa, Darja Korhonen ....	20
6	Yamaha Destination – palvelukokonaisuudesta kasvua kansainvälistyvään Ukkohallaan, Anna-Reetta Leinonen .....	23
7	Markkinoinnin automaation ja digitaalisten ratkaisujen avulla kohti parempaa asiakaskokemusta, Assi Heikkinen .....	30
8	Vierailukokemuksen ja palveluiden muotoilua kainuulaisyrityksissä, Katri Roininen ja Birit Oksman .....	34
9	Digitalisaatio haastaa ja mahdollistaa esteettömän matkailun, Arto Heikkinen .....	40
10	Vesistömatkailun kehittäminen Kainuussa, Pasi Korhonen .....	49
11	Pyörämatkailuinfrastruktuurin kehittämisen reittimerkkejä, Pasi Korhonen .....	54
12	Suomussalmen matkailun aluetaloudelliset vaikutukset vuonna 2021, Jari Järviluoma ....	63
13	Taivalkoski: Päätaloviikon matkailukulutuksen arviointi vuonna 2022, Jari Järviluoma .....	78
14	Kuusamon ja Taivalkosken kärkitoimialojen kehityksen seuranta, Arto Heikkinen ja Jari Järviluoma.....	89
	Kirjoittajat .....	99

## 1 Esipuhe

Vuonna 2023 Business-osaamisalueella oli menossa useita hankkeita, joissa digitaalisuus ja vastuullisuus olivat merkittävässä roolissa. Osallistujia liiketalouden ja matkailun koulutusten hankkeiden toimenpiteissä oli useita satoja henkilöitä ja kymmeniä yrityksiä. Kajaanin ammattikorkeakoulun (KAMK) vuotuinen hankevolyymi matkailun ja liiketalouden osalta vaihtelee 1,5–2,5 miljoonan euron välillä ja hankkeissa työskentelee 25–40 osajaa. Hankkeiden sisältö vaihtelee alueen tarpeiden, KAMKin oman kehittämisen sekä kotimaisten ja ulkomaisten kumppaneidemme tarpeiden mukaan. KAMKin hanketoiminta matkailussa vuonna 2023 on koostunut mm. matkailupalvelujen digitalisointiin keskittyneistä hankkeista Ukkohallan ja Vuokatin alueilla, jotka ovat alan vetureina omilla sektoreillaan. Arctic Lakeland matkailualueen kehittämistyössä pyritään useiden toimijoiden yhteistyössä lisäämään Kainuun tunnettuutta ja kansainvälisten matkailijoiden turistivirran kasvattamista, vaikkapa charter- lentojen lisäämisen myötä. Matkailun digitalisaatio on suorastaan välttämätön alan toimijoiden kehittämiseksi Kainuussa. Markkinointi, palvelut eri kohteissa, varaus- ja maksujärjestelmät on oltava sellaisessa kunnossa, jossa ne tavoittavat globaalit markkinat ja alueelle tulevat asiakkaat – digitaalisesti ja jopa etukäteen. Esteettömyys ja erilaiset palvelut, pyörä- ja melontareiteillä olivat kehittämisen kohteina, kuin myös vaikkapa mönkijäpalveluiden kehittäminen, unohtamatta hankkeita ja palveluja toimijoille matkailun vaikutuksesta tilastollisten tietojen tutkimukseen perustuvalta pohjalta.

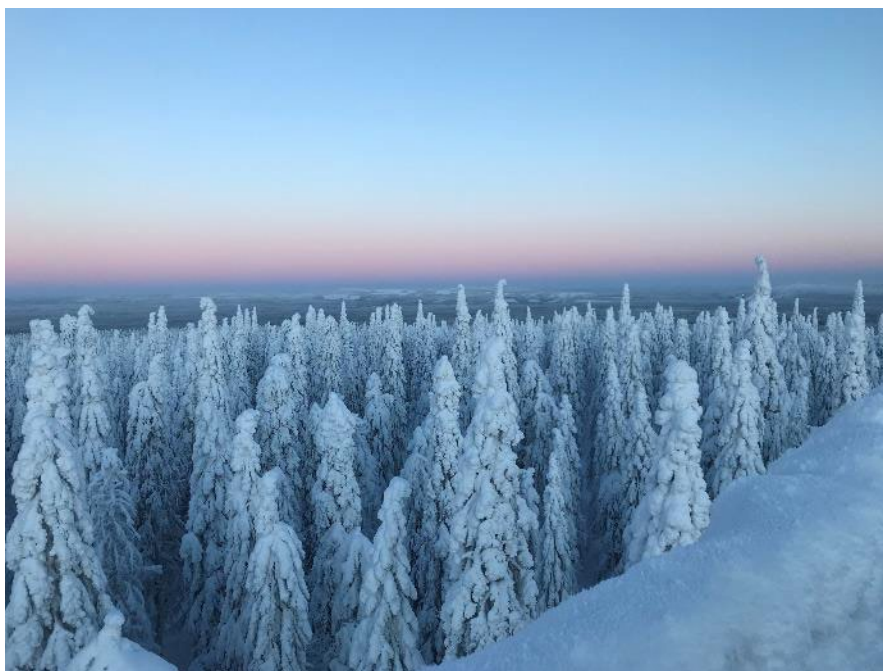
Hankkeiden rahoitus riippuu rahoittajasta. EU-hankkeet ovat 100 % rahoitettuja, aluerahoitus kattaa tyypillisesti 70–80 % kokonaisrahoituksesta ja esimerkiksi yrityshankkeet 50 %. Tämä tarkoittaa sitä, että KAMKin tulee kattaa loput omalla rahoituksella tai mieluummin löytää yritykset mukaan rahoittamaan osaa tuota puuttuvaa loppurahoitusta. Tässä olemmekin onnistuneet erityisesti matkailun hankkeissa erittäin hyvin. Saamme ulkopuolista rahoitusta yrityksiltä, yhdistyksiltä ja julkiselta sektorilta, myös kunnilta ja kaupungeilta. Matkailun hankkeissa eniten koko KAMKissa. Jokainen hanke kytketään osaksi jotakin KAMKin koulutusta ja tästä muodostuu osa Opetus- ja kulttuuriministeriöltä tulevaa vuotuista perusrahoitusta. Hankevolyymillä on siis suuri merkitys paitsi hankkeen vaikutuksen, myös rahoituksen näkökulmasta. On syytä kuitenkin muistaa, että tämäkin rahoitus tulee kolmen seuraavan vuoden aikana keskiarvolla laskien.

Kiitän kaikkia Business-osaamisalueen hankkeissa mukana olleita!

*Jari Kähkönen, Business-osaamisaluejohtaja, Kajaanin ammattikorkeakoulu*

## 2 Vastuullisuustyön kehittäminen Arctic Lakelandin matkailuyrityksissä, Saara Uusiheimala ja Nina Jyrkäs

Arctic Lakeland on Kainuun kansainvälisessä matkailumarkkinoinnissa käytettävä brändi, joka lanseerattiin Kainuun Liiton toimesta vuoden 2020 Matka-messuilla. Konsepti perustuu Visit Finlandin lanseeraamaan suuralueyhteistyöhön, joka jakaa Suomen neljään eri suuralueeseen – Lappiin, Järvi-Suomeen, Helsinkiin sekä rannikko- ja saaristoalueeseen. Koska Kainuu sijaitsee Lapin ja Järvi-Suomen välimaastossa ja on ympärivuotinen matkailualue, haluttiin markkinoinnissa korostaa molempien alueiden parhaita puolia, ja luotiin uusi Arctic Lakeland -konsepti erityisesti kansainvälisiä markkinoita ajatellen. Alueen tärkeimmiksi matkailuvalteiksi on kyselyjenkin perusteella tunnistettu kaunis luonto, vesistöt, hiljaisuus ja vaaramaiseman avaruus, neljä selkeästi erilaista vuodenaikaa, korkealaatuiset majoituspalvelut sekä turvallisuus, kuva 1. (Kainuun Liitto, Matkailu, n.d.)



Kuva 1. Näkymä Paljakkavaaran näköalatorista. Kuva Hanna Linjala.

Matkailuelinkeinon merkitys Kainuun taloudelle on suuri. Matkailun osuus bruttokansantuotteesta on Kainuussa 4,2 prosenttia, kun koko Suomen keskiarvo on 2,5 % (Kainuun Liitto, Matkailu, n.d). Suomessa vain Ahvenanmaalla ja Lapissa matkailun taloudellinen merkitys aluetaloudelle on suurempi kuin Kainuussa.

Matkailupalvelut ovat vientituotteita, ja juuri viennin osuutta matkailutuotteiden myynnissä pyritään matkailualan kehittämishankkeilla edistämään. Alueen matkailuyrityksissä korostuvat vahvasti mikro- ja pk-yritykset, mutta maakunnassa on myös suuria matkailuyrityksiä. Kansainvälisille markkinoille tähtää, tai kansainvälisiä matkailijoita hakee asiakkakseen noin 60 yritystä. Määrä on verrattain suuri, sillä Kainuun ELY-keskuksen mukaan matkailualan yritysten lisäksi koko Kainuun yrityksistä vain noin 70 harjoittaa vientitoimintaa.

Vastuullisuuden näkökulmasta voidaan todeta, että usein juuri kaikkein pienimpien matkailuyritysten arvomaailma ja toiminta rakentuu jo luonnostaan vahvasti vastuulliselle pohjalle. Erityisesti tämä korostuu luontomatkailuyritysten kohdalla, joissa koko toiminta on riippuvaista ympäröivästä luonnosta ja sen mahdollisuuksista. Lisäksi yrittäjien oma arvomaailma on yleensä luontoa kunnioittavaa, ja myös paikallisuutta kunnioitetaan toiminnan eri osa-alueilla.

### **Kestävyys matkailuvalttina**

Visit Finlandin tavoite ja visio on, että Suomi on jo lähivuosina johtava kestävä matkailun kohdema ja tiedostavan matkailijan ykkösvalinta. Suomi on myös sitoutunut EU:n linjauksen mukaisesti siihen, että se vähentää merkittävästi hiilipäästöjään seuraavien vuosikymmenten aikana. (Visit Finland, Kestävyys, n.d.) Suomalaisten matkailuyritysten vastuullisuus on kriittinen kilpailuetu kansainvälisillä markkinoilla. Työ on aloitettu vuonna 2020, mutta jo nyt matkailualan ammattilaisten parissa, erityisesti muualla Euroopassa, Suomea arvostetaan vastuullisuuden edelläkävijänä. Visit Finland on luonut Sustainable Travel Finland (STF) -ohjelman helpottamaan yritysten ja matkailukohteiden vastuullisuustyötä. STF-polku muodostuu seitsemästä askeleesta, joita läpikäydessä vastuullisuusosaaminen lisääntyy merkittävästi. Polun päätteeksi yritys tai matkailukohteet hakee STF-merkkiä todentamaan tehtyä vastuullisuustyötä. (Visit Finland, STF, n.d.)

Arctic Lakeland Kainuun tavoite matkailualueena on saavuttaa destinaatiotason STF-merkki lähivuosien aikana. Tähän on edellytyksenä yritysverkoston todennettu vastuullisuus. Visit Finlandin STF-ohjelman mukaan 51 %:lla kansainvälisille markkinoille soveltuvista matkailuyrityksistä tulee olla STF-polku suoritettuna, ja kaikkien alueen kuntien sekä matkailu-destinaatioiden tulee sitoutua matkailun vastuullisuustyöhön (Visit Finland, STF, n.d). Kainuussa vastuullisuustyön osalta yritysverkoston kooksi on määritelty 62 yritystä. Kriteereiksi on asetettu, että yritys täyttää Visit

Finlandin määritelmän ”kv-potentiaalisesta” tai ”kv-aktiivisesta” yrityksestä, eli joko jo harjoittaa kansainvälistä matkailumyyntiä tai on vain pienin ponnistuksin kykenevä siihen. STF-merkin saaminen alueelle vaatii siis vuoden 2023 syksyn tilanteen mukaisesti, että 32 yrityksellä on STF-merkki saavutettuna.

Vastuullisuustyön merkitys matkailuyrityksissä kasvaa jatkuvasti. Erityisesti Covid-19 -pandemian sekä Venäjän poliittisen tilanteen muuttamat Kainuun matkailun kohdemarkkina-alueet Keski-Euroopassa arvostavat vastuullisuutta korkealle ja kysyntä on muuttunut aiempaan verrattuna. Todennettu vastuullisuustyö tulee jo lähivuosina olemaan edellytys Visit Finlandin järjestämiin yhteismarkkinointikampanjoihin ja muihin toimenpiteisiin mukaan pääsemiselle. Vastuullisuustyön merkitys alkaa siis näkyä yrityksille myös taloudellisena hyötynä. Suorana taloudellisena etuna se näkyy luonnollisesti myös säästöissä, joita syntyy esimerkiksi pienemmän veden- tai energiankulutuksen myötä.

### **Kainuulaiset matkailuyritykset kestävän matkailun kehittämispolulle**

Matkailun kasvu ja sen tavoittelu yhdistetään mielikuvissa usein haasteisiin kestävyden ja vastuullisuuden osalta. *Vastuullisen matkailun Arctic Lakeland -Kainuu* -hankkeessa (ESR) kasvun tavoittelu on kytketty tiiviisti vastuullisten toimintatapojen edistämiseen ja vastuullisuustiedon jakamiseen, jotta matkailu olisi kestävää myös tulevaisuudessa. Yritysten vastuullisuustyötä tuetaan osaamisen kasvattamisella, mikä tarkoittaa erilaisten valmennusten ja työpajojen tarjoamista yrityksille. Hanke on järjestänyt toiminta-aikanaan noin 25 työpajaa ja valmennusta kattaen vastuullisuuden eri ulottuvuuksia. Työpajoissa yritykset ovat päässeet työstämään omaa vastuullisuuspolkuaan ja STF-merkkiään hyvin konkreettisesti Visit Finlandin akatemiavalmentajan tukeamana. Valmennukset keskittyivät laajentamaan osaamista ja ymmärrystä vastuullisuuden aihealueilta. Valmennuksissa aiheina ovat olleet muun muassa inklusiivinen matkailu, kiertotalous ja sen vaikutukset matkailualalla, esteettömyys, vastuullisuusviestintä sekä eettinen eläinmatkailu. Osallistujien palautteiden perusteella valmennuksille ja työpajoille on edelleen tarvetta.

On tärkeää, että vastuulliset valinnat ja toimintatavat näkyvät asiakkaille. Ne muodostavat jo nyt edellytykset kilpailukykyiseen ja pitkäjänteiseen toimintaan. On muistettava, että vastuullisuus on hyvin laaja-alainen käsite, jonka tavoitteena on luoda hyvinvointia alueelle kestävällä tavalla. Tämä sisältää ekologisen näkökulman lisäksi myös toiminnan taloudellisen ja sosiokulttuurisen vastuullisuuden. Matkailun vaikutukset ulottuvat myös paikallisen väestön kokemaan hyvinvointiin muun muassa työllistymismahdollisuuksien ja peruspalvelujen saatavuuden kautta. Hankkeen



aikana matkailun kasvun tavoittelu kytkettiin vastuullisuustyön etenemiseen entistä vahvemmin, jotta matkailu olisi kestävää myös tulevaisuudessa.

Hankkeen kohtaamat haasteet liittyivät pääasiassa yritysten resurssipulaan ja sitä kautta yritysten saamiseen mukaan valmennuksiin ja työpajoihin. Valtakunnan tasolla trendi on ollut täysin sama koronapandemian jälkeen, sillä yritykset ovat kokeneet kehittämistyön tekemisen ajan ja henkilökunnan puutteen vuoksi työlääksi: yritykset ovat joutuneet priorisoimaan suoraa myyntiä tuovat toiminnot ensisijaisiksi eikä muille ole jäänyt aikaa. Vastuullisuustyön tekeminen ei vaikuta suoraan yrityksen kassavirtaan, vaan sen vaikutukset ovat näkyvissä usein vasta pidemmällä aikavälillä.

Hankkeen työn myötä vastuullisuusosaaminen ja -tietoisuus Arctic Lakeland -alueella on kasvanut, ja vastuullisuustyöhön on sitoutunut koko ajan enenevä määrä yrityksiä. Lokakuussa 2023 Sustainable Travel Finland -merkin saavuttaneita yrityksiä on kahdeksan, ja polulla kohti merkkiä on 34 yritystä. Vastuullinen toimintatapa ja kestävästä valinnoista viestiminen tulevatkin lähivuosina olemaan yhä suuremmassa roolissa kilpailukykyisen ja pitkäjänteisen toiminnan edellytyksenä. Tutkimustiedon mukaan vastuullisesti toimivien yritysten asiakastyytyväisyys ja koettu laatu ovat korkeampia (Visit Finland, Kestävyys, n.d.). Vastuullisuustyön jatkaminen yrityksissä ja alueella on tärkeää sekä itseisarvona että kilpailutilanteen kannalta. Kansainväliset vastuullisen matkailun asiantuntijat suosittelevat jo nyt, että yleisesti pitäisi siirtyä jo puhumaan ainoastaan uudistavasta matkailusta, mutta käytännön tasolla matkailukenttä ei pysty tähän vielä vastaamaan. Vastuullisen matkailun tilanne Suomessa on kuitenkin erittäin hyvällä tasolla erityisesti kansainvälisessä vertailussa.

#### **Hankeinfo:**

*Vastuullisen matkailun Arctic LakeLand – Kainuu* -hankkeen (ESR) päätavoitteena on auttaa alueen yrityksiä selviytymään koronapandemian aiheuttamista vaikeuksista kasvattamalla vastuullisuusosaamista erilaisin valmennuksin. Lisäksi kasvatetaan vastuullisen toimintatavan tietoutta ja omaksumista sekä siihen sitoutumista Kainuun matkailuyrityksissä. Tavoitteina on myös luoda yhteistyömalleja eri toimijoiden välille maakunnallisesti, Lakeland-suuraluetasolla ja valtakunnallisesti, sekä kasvattaa matkailu-destinaatioiden ja Arctic Lakeland Kainuu alueen tunnettuutta vastuullisena maakunnallisena matkailualueena.

*Vastuullisen matkailun Arctic LakeLand – Kainuu* -hankkeen toteutusaika on 1.9.2021 – 31.12.2023. Toteuttajana toimii Kajaanin ammattikorkeakoulu. Hankkeen kustannusarvio on 301 099 €, josta ESR- ja valtion rahoitusta 80 %.

#### Lähteet

Kainuun Liitto. Matkailu. (N. d.). Luettu 27.9.2023. <https://kainuunliitto.fi/elinkeinot-ja-aluekehitys/karkitoimialat/matkailu/>

Visit Finland. Kestävyys. (N. d.). Kestävyys matkailuvalttina. Luettu 28.10.2023. <https://www.visitfinland.fi/liiketoiminnan-kehittaminen/vastuullinen-matkailu>

Visit Finland. STF. (N. d.). Kestävän matkailun puolesta. Luettu 28.10.2023. <https://www.visitfinland.fi/liiketoiminnan-kehittaminen/vastuullinen-matkailu/sustainable-travel-finland>



### **3 Lentoliikennesaavutettavuuden merkitys Kainuulle, Hanna Linjala, Terhi Millar ja Saara Uusiheimala**

Kainuu on vetovoimainen ympärivuotisen vapaa-ajan asumisen ja matkailun maakunta (Kainuu-ohjelma 2021, 8). Matkailu on yksi Kainuun kärkitoimialoista, jotka perustuvat tunnistettuihin alueen pysyviin etuihin, luonnonvaroihin ja niiden kestävään hyödyntämiseen sekä vahvaan osaamiseen. Kestävä kehittyminen edellyttää erityisesti viennin vahvistamista, uusia kansainvälisen matkailun kestävä kasvun toimenpiteitä. (Kainuun liitto. N.d.) Matkailuelinkeinon merkitys Kainuun aluetaloudelle on suuri. Vuonna 2021 Suomessa matkailun bruttokansantuoteosuus oli 1,6 %, kun se Kainuussa oli vastaavana aikana 4,2 %. Kainuu oli melkein kärjessä, heti Ahvenanmaan (9,2 %), Lapin (5,6 %) ja Etelä-Savon (4,7 %) jälkeen (Työ- ja elinkeinoministeriö 2023, 11).

Matkailu työllisti vuonna 2019 Kainuussa 1900 henkilöä, mutta Covid-19 –pandemian vaikutuksen myötä matkailualalla työllistyneiden määrä on laskenut, ollen 1750 henkilöä vuonna 2021. Luku vastaa 5,1 % kaikista työllisistä Kainuussa. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2021, 61–62.) Kansainvälisen matkailun kasvu korreloi suoraan työntekijöiden määrään, sillä kansainväliset asiakkaat käyttävät palveluita ja aktiviteetteja kotimaisia asiakkaita enemmän. Lokakuun ennusteen mukaan Suomeen suuntautuvan matkailun on ennustettu elpyvän pandemiaa edeltäneelle tasolle vuonna 2025, vuotta myöhemmin kuin Euroopassa keskimäärin (Visit Finland 2023).

Kainuu-ohjelman (2021) mukaan kriittisiksi menestystekijöiksi on kirjattu ulkoisen ja sisäisen saavutettavuuden parantaminen Kainuussa sekä kotimaan ja kansainvälisen matkailun kasvu. Lisäksi kehittämishaasteeksi on nostettu juuri osaavan työvoiman saatavuus. (Kainuun liitto 2021, 13.)

Matkailutoimialalla Kainuussa tehdään laajasti yhteistyötä maakuntaliiton, kuntien, matkailualueiden ja matkailuliiketoimintaa tekevien yritysten sekä yhdistysten kesken. Maakunnallisen yhteistyön merkitys korostuu etenkin kansainvälisen matkailun kehittämisen, myynninedistämisen, markkinoinnin ja edunvalvonnan toimenpiteissä. Voimavaroja, resursseja ja kansainvälisiä toimenpiteitä yhdistelemällä voimme tarjota matkanjärjestäjille ja heidän asiakkailleen tai suoraan eri kohdemarkkinoiden loppukuluttajille laajan kattauksen kysyntään pohjautuvia matkailupalveluita ympäri Kainuuta. Maakunnallista kansainvälisen matkailun markkinointia toteutetaan Arctic Lakeland Finland brändin ja konseptin mukaisesti, kohdentaen toimenpiteitä muun muassa kohdemarkkinoihin, kuten DACH (Saksa, Itävalta, Sveitsi), UK (Iso-Britannia), Benelux (Alankomaat, Belgia, Luxemburg), Italia ja Espanja. Toimenpiteitä kohdistetaan myös muihin markkinoihin ja

tartutaan uusiin yhteistyöavauksiin eritoten saavutettavuus huomioiden. Kainuun liitto omistaa Arctic Lakeland tavaramerkin Patentti- ja rekisterihallituksen vuoden 2021 päätöksellä.

### **Toimiva lentoliikenne avainasemassa**

*Suorat kansainväliset lentoyhteydet Kajaaniin* -hankkeen tavoitteena on valmistella alue suorien kansainvälisten lentoyhteyksien neuvotteluihin ja jopa uuden kansainvälisen lentoreitin avaamiseksi suoraan Keski-Euroopasta Kajaaniin (kuva 1). Kainuun tunnettuutta kasvatetaan kansainvälisen matkailutarjonnan kautta, mutta myös helposti saavutettavana matkakohteena, lisäten Kajaanin lentoaseman matkustajavolyymia. Työtä tehdään, jotta matkailualue pystyy vastaamaan kansainvälisten lentoyhtiöiden ja matkanjärjestäjien tarpeisiin ja siten vakuuttamaan, että alue on helposti saavutettava ja kiinnostavampi (vastuullinen) matkailukohde.



Kuva 1. Lentoyhteydet ovat osa saavutettavuutta. Kuva Pixabay.

Hankkeen toimenpiteenä on myös toimivan ratkaisun kehittäminen Kainuun sisäiseksi toimintamalliksi kansainvälisen lentoliikenteen kehittämisen ja toiminnan osalta. Suomen matkailuviennin ja saavutettavuuden näkökulmasta Visit Finland ja Finavia ovat avainasemassa Kainuun kv-matkailun edistäjänä, lentoasemaverkoston ylläpitäjänä sekä kehittäjänä ja markkinoijana yhteistyössä paikallisten toimijoiden kanssa. Aidon toimivan alueellisen ja valtakunnallisen yhteistyön toimivuus ja merkityksellisyys matkailun kehittämisessä on aihe, joka nousee esiin usein keskusteluissa matkanjärjestäjien ja lentoyhtiöiden kanssa. Hankkeen tulostavoitteeksi onkin asetettu

yhteisen edun ajamiseksi yhteistyön kehittäminen ja roolitusten selventäminen uusia kansainvälisiä lentoyhteyksiä haettaessa ja toteutettaessa.

Hankkeen taustalla vaikuttaa Visit Finlandin tahtotila saavutettavuuden kehittämiseen. Visit Finlandin laatima ”7 askelta suoriin reittilentoihin” -kehitysmalli on toiminut hankkeen taustalla ja sen toimenpiteiden innoittajana. Mallin esitteli Kainuussa ensimmäistä kertaa Kainuun matkailufoorumissa 1.11.2022 Visit Finlandin DACH-alueen markkina-asiantuntija Jyrki Oksanen. (Oksanen 2022.)

Kainuun kansainvälisen viennin ja kasvun vauhdittajana toimiva lentoliikenne on avainasemassa. Lentoliikenne on välttämätöntä myös Kajaanin ja Helsingin väliselle nopealle saavutettavuudelle. Valtakunnallisen liikennejärjestelmäsuunnitelman tavoitteena on varmistaa alle 3 h matka-aika pääkaupungin ja maakuntakeskusten välillä, mihin lentoliikenne on ainut vaihtoehto.

*Kajaanin lentokentän reittiliikenteen kehittäminen* -hankkeen päätavoitteena on Kainuun matkailun kansainvälinen markkinointi markkinaehtoisen lentoliikenteen varmistavien lentojen vauhdittamiseksi, ja siten lisätä Kajaanin lentokentän matkustajavolyymia sekä tuoda kasvua matkailuyrityksille. Reittilentoliikenteen asiakasvolyymien kasvaminen lisää lentoliikenteen kannattavuutta, mikä puolestaan mahdollistaa säännöllisen markkinaehtoisen reittilentoliikenteen Kajaaniin.

Lentoyhteyden turvaamiseksi, kysynnän ja asiakasvolyymien kasvattamiseksi toimenpiteiden merkittävämmäksi kohderyhmäksi määriteltiin kansainväliset vapaa-ajan matkailijat, joiden tavoittamiseksi hankkeen toimenpiteet pohjautuvat. On myös tärkeää säilyttää lentokenttäinfra, mahdollistaen tulevaisuuden sähköinen lentoliikenne myös pienemmille kentille entistä kustannustehokkaammin. Nykyhetken tiedon mukaan Helsinki-Kajaani väliset reittilennot ovat käytettävissä ostopalveluliikenteen turvin vuoden 2026 maaliskuun loppuun saakka.

Matkailun kehittämisen ja kehittymisen näkökulmasta on kuitenkin tärkeää, että lennot jatkuvat pitkäjänteisesti ja ovat varattavissa loppupalven 2026 ajanjaksolta eteenpäin hyvissä ajoin, kv-matkailun myynninedistämisen näkökulmalta jo talven 2024–25 aikana. Säännöllinen reittilentoliikenne tukee myös suorien kansainvälisten lomalentojen ja charter-lentojen edistämistä.

*Suorat kansainväliset lentoyhteydet Kajaaniin- sekä Kajaanin lentokentän reittiliikenteen kehittäminen* -hankkeet ovat tehneet tuloksellista yhteistyötä *Pohjois-Suomen lentoliikenteen tulevaisuus* -hankkeen kanssa, jonka yhtenä toimenpiteenä oli selvittää lentoliikenteen merkitys Oulun, Kuusamon ja Kajaanin lentoasemien vaikutusalueella sijaitseville yrityksille. Selvityksen mukaan lentoliikenteellä on merkittävää vaikutusta alueen kansantalouteen työpaikkojen ja verotulojen

kautta, yritystoimintaan kaupankäynnin, työvoiman saatavuuden ja toimitusketjujen kautta, alueen elinvoimaan imagon, syrjäisen alueen elinvoiman ja erityisesti matkailun kautta, kuluttajien hyvinvoinnin kautta sekä lopulta myös huoltovarmuuden näkökulmasta (Pohjois-Suomen lentoliikenteen tulevaisuus 2023).

Lentoliikenteen tarpeellisuus ei siis ole vain matkailuun vaikuttava asia, vaan sen tarpeellisuus korostuu erittäin monella tasolla. Kyselyn tulosten mukaan lentoyhteyksien parantumisen vaikutukset näkyisivät Oulun, Kuusamo ja Kajaanin lentoasemien vaikutusalueella sijaitsevissa matkailuyrityksissä muun muassa niin, että yrityksistä 97 % kasvattaisi liikevaihtoaan. Kasvua kyseiselle alueelle tulisi noin 39 miljoonaa euroa, jolloin koko toimiala kasvaisi noin 8 %. (Ojala 2023.)

Kainuun Liiton AKKE-rahoitteisten hankkeiden, *Suorat kansainväliset lentoyhteydet Kajaaniin ja Kajaanin lentokentän reittiliikenteen kehittäminen*, kansainväliset kohdennetut sekä yhteistyötoimenpiteet ovat merkittäviä osatulostekijöitä Kajaanin ja koko Kainuun lentoliikennesaavutettavuuden osalta.

Tähän saakka toteutetut kehittämis-, myynninedistämis- ja markkinointitoimenpiteet ovat omalta osaltaan edistäneet kansainvälistä kasvua Kainuun matkailuelinkeinolle, mutta ovat olleet avainasemassa myös Kainuun kilpailukyvyille ja koko Kainuun imagolle vaikuttaen kaikkiin avaintoimialoihin. Maakunnallisten matkailuyhteistyö- ja saavutettavuustoimenpiteiden kautta Kainuu voi kasvattaa markkinaosuutta ja nousta muun muassa Lapin ja Ruka-Kuusamon alueen tavoin ensin merkittävämmäksi kansainvälisen matkailun talvikohteeksi sekä jatkaa kasvun uralla ympärivuotiseksi kestäväksi luonto- ja kulttuurilomakohteeksi.

#### **Hankeinfo:**

*Suorat kansainväliset lentoyhteydet Kajaaniin* -hankkeen päätavoitteena on valmistella Arctic Lakenland Finland -alue suorien kansainvälisten lentoyhteyksien neuvotteluihin, tähdäten uuden kansainvälisen lentoreitin avaamiseen suoraan Keski-Euroopasta Kajaaniin. Tavoitteena on kasvattaa kansainvälistä Kainuun matkailun tunnettuutta kiinnostavana ja helposti saavutettavana matkakohteena sekä lisätä Kajaanin lentokentän matkustajavolyymia. Hankkeen toteutusaika on 1.3.2023 – 31.1.2024. Toteuttajana toimii Kajaanin ammattikorkeakoulu. Rahoitus Työ- ja elinkeinoministeriö, kustannusarvio 149 934 €.

**Hankeinfo:**

*Kajaanin lentokentän reittiliikenteen kehittäminen* -hankkeen päätavoitteena on Kainuun matkailun kansainvälinen markkinointi markkinaehtoisen lentoliikenteen varmistavien lentojen vauhdittamiseksi, ja siten lisätä Kajaanin lentokentän matkustajavolyymia sekä tuoda kasvua matkailuyrityksille. Hankkeen toteutusaika on 14.4.2022–30.4.2024. Toteuttajana toimii Kajaanin ammattikorkeakoulu. Rahoitus Työ- ja elinkeinoministeriö, kustannusarvio 125 000 €.

**Lähteet**

Kainuu-ohjelma. (2021). Kainuun liitto. Saatavilla 3.11.2023 <https://kainuunliitto.fi/assets/uploads/2022/11/Kainuu-ohjelma-web-final.pdf>.

Kainuun liitto (N.d.). Verkkosivut. Saatavilla 3.11.2023 <https://kainuunliitto.fi/elinkeinot-ja-aluekehitys/karkitoimialat/>

Ojala K. (2023). Lentoliikenteen merkitys Oulun, Kajaanin ja Kuusamon lentoasemien vaikutusalueella sijaitseville yrityksille. Saatavilla 3.11.2023 [https://www.pohjois-pohjanmaa.fi/wp-content/uploads/2023/09/Katja\\_Ojala.pdf](https://www.pohjois-pohjanmaa.fi/wp-content/uploads/2023/09/Katja_Ojala.pdf)

Oksanen J. (2022). Kainuun matkailufoorumi 1.11.2022. Luento Keski-Euroopan matkailu avautuu. Ei yleisesti saatavilla.

Pohjois-Suomen lentoliikenteen tulevaisuus- hanke 2023. Saatavilla 30.10.2023. <https://www.pohjois-pohjanmaa.fi/wp-content/uploads/2023/02/Tilannekatsaus-vuosi-2022-lentoliikenne.pdf>

Työ- ja elinkeinoministeriö (2023). Matkailun toimialaraportti 2023. Saatavilla 3.11.2023. [https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/164883/TEM\\_2023\\_3\\_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/164883/TEM_2023_3_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Työ- ja elinkeinoministeriö (2021), Valtakunnallinen ja alueellinen matkailutilinpito 2020–2021. Saatavilla 29.10.2023. <https://tem.fi/documents/1410877/8602190/Valtakunnallinen+ja+alueel>

linen+matkailutilinpito+2020-2021.pdf/151661b9-59f3-9dd7-c877-d2839372d93f/Valtakunnallinen+ja+alueellinen+matkailutilinpito+2020-2021.pdf/Valtakunnallinen+ja+alueellinen+matkailutilinpito+2020-2021.pdf?t=1684151836094

Visit Finland. Matkailun ennusteet. 2023. Saatavilla 30.10.2023. <https://www.visitfinland.fi/suomen-matkailudata/matkailun-ennusteet>





#### 4 Verkostotyötä maaseudun hyvän elämän hyväksi, Tarja Lukkari

Tässä artikkelissa kerrotaan maaseutupolitiikan neuvoston alaisesta *Hyvän elämän edellytysten varmistaminen maaseutualueille* eli HYMY-verkostohankkeesta, jossa Kajaanin ammattikorkeakoulu on osatoteuttajana.

Kansallista maaseutupolitiikkaa Suomessa johtaa ja linjaa valtioneuvoston asettama maaseutupolitiikan neuvosto (jäljempänä MANE), joka on asetettu toimikaudelle 1.3.2021-31.12.2025. Sen alla toimii neljä verkostohanketta (Maaseutupolitiikka, n. d.a.):

- *Hyvän elämän edellytysten varmistaminen maaseutualueilla (HYMY)* –verkostohanke (Itä-Suomen yliopiston Karjalan tutkimuslaitos, Kajaanin ammattikorkeakoulu ja Maaseudun Sivistysliitto)
- *Kestävän kehityksen viikko – maaseutu edelläkävijänä* -verkostohanke (SLF Ruotsin maatalousyhdistysten liitto, Suomen Kylät ry ja Åbo Akademi)
- *Työn ja yrittäjyyden uudet mahdollisuudet maaseudulla (TUUMA)* –verkostohanke (Helsingin yliopiston Ruralia-instituutti, Vaasan yliopiston tutkimusalausta InnoLab ja Aisapari ry)
- *Skärgård och landsbygd i samverkan (SALT)* -verkostohanke (Åbo Akademin Saaristoinsituutti)

Verkostohankkeet toteuttavat Maaseutupoliittista kokonaisuohjelmaa 2021–2027 ja MANE:lle asetettuja tehtäviä. Keskeisenä työnä on päättäjien tukeminen poikkihallinnollisissa ja strategisesti tärkeissä maaseutupoliittisissa kysymyksissä verkostomaista toimintatapaa ja kumppanuuksia hyödyntäen. Työhön kuuluu myös nopea reagointi maaseutupoliittisesti ajankohtaisiin asioihin ja ilmiöihin mm. osallistumalla yhteiskunnalliseen keskusteluun sekä laatimalla kannanottoja ja lausuntoja. Verkostotyötä tehdään osallistaen laajasti eri sidosryhmiä, kuten ministeriöitä, maakuntaliittoja ja hyvinvointialueita, kuntia, kyliä ja maaseudun asukkaita. (Kattilakoski, ym., 2021.)

Hyvän elämän edellytysten varmistaminen maaseutualueilla eli HYMY-verkoston (Maaseutupolitiikka, n. d.b.) tehtävinä ovat:

- Älykkään sopeutumisen strategian valmistelun käynnistäminen supistuville alueille
- Sosiaali- ja terveyspalvelujen saatavuuden ja saavutettavuuden edistäminen
- Arjen turvan toimintamallien ja verkostojen kehittäminen

- Hyvinvointia edistävän yhteisöllisen toiminnan vahvistaminen
- Osallisuuden ja yhteisöllisyyden lisääminen maaseutualueilla.

### **Älykäs sopeutuminen voi hillitä kuntien ja alueiden eriytymistä**

Älykäs sopeutuminen tarkoittaa suunnitelmallista pitkän aikavälin paikkaperustaista sopeutumista ja uudistamista sosiaalisesti, alueellisesti ja taloudellisesti kestäväällä tavalla väestön ja talouden muuttuessa (Kahila, ym. 2022, 1). Vasta julkaistu väestöennuste kertoo väestön, erityisesti lasten ja nuorten, määrän vähenevän lähes kaikissa Suomen kunnissa. Syntyvyys on ennätysalaisella tasolla ja alittaa kuolleisuuden. Tulomuuttoakaan ei monissa kunnissa ole riittävästi. Tulevaisuudessa tämä tietää muutoksia mm. kuntien palvelurakenteeseen, erityisesti kouluverkkoon. Samoin työntekijäpula tulee tulevaisuudessa kasvamaan väestön vanhenemisen ja eläköitymisen myötä. Maahanmuutto on yksi keino vaikuttaa väestöennusteeseen, mutta ennusteen mukaan maahanmuuttajat keskittyvät pääosin suurimpiin kaupunkeihin. (MDI, 2023.) Väestöennuste tarjoaa erilaisia skenaarioita tulevaisuudesta. Älykäs sopeutuminen voi olla kunnille yksi keino varautua ja vaikuttaa ennusteeseen.

Kahilan ym. (2023, 5) mukaan älykäs sopeutuminen voi hillitä kuntien ja alueiden eriytymistä. Muun muassa kunnilla tulee olla selkeä visio tavoitteista ja päämääristä osana kunnan strategiaa. Samoin kunnan elinvoima ja kuntalaisten hyvinvoinnin edistäminen tulee nähdä toisiaan tukevinä toimina. Monipaikkaisuuden edistäminen voi olla osa ratkaisua. Tarvitaan myös sekä nopeiden tietoliikenneyhteyksien ja digitalisaation hyödyntämistä palvelujen tuottamisessa, tehostamisessa ja saavutettavuuden parantamisessa, että kokeilukulttuuria ja innovaatiotoimintaa. Avoin keskustelu ja kuntalaisten osallistaminen päätöksentekoon ovat tärkeitä. Keskeistä on myös hyvä yhteistyö muiden kuntien, kolmannen sektorin tai yritysten kanssa toimintojen ja palvelujen järjestämisessä.

Älykkään sopeutumisen strategiatyö vaatii vielä itse käsitteen ja tavoiteltavan strategiatyön kirkastamista laajassa yhteistyössä eri sidosryhmien, erityisesti eri ministeriöiden (MMM, TEM, VM), kuntakentän ja tutkijoiden kanssa. Tätä varten perustettiin laaja-alainen työryhmä, jonka keskeisiä tehtäviä ovat eri sidosryhmien välisestä yhteistyöstä ja konkreettisista jatkostepeistä sopiminen.

## **Maaseutuun kohdistuvien vaikutusten arviointi hyvinvointialueilla**

HYMY-verkoston toinen tehtävä on sosiaali- ja terveystalouden saatavuuden ja saavutettavuuden edistäminen. Tämän merkitys on kasvanut vuoden 2023 alussa aloittaneiden hyvinvointialueiden rahoitusvajeen ja väestön ikääntymisen myötä. Sosiaali- ja terveystalouden saatavuus ja saavutettavuus ovat uhanalaisia erityisesti maaseutualueilla. Onkin huomion arvoista, että Suomen pinta-alasta 95 prosenttia on maaseutua, jossa tuotetaan sekä ruoka että vientiteollisuuden perustan luovat raaka-aineet. Maaseudulla toimii 30–40 prosenttia Suomen kaikista yrityksistä, ja elinkeinorakenne on jatkuvasti monipuolistunut. Keskeinen keino vaikuttaa palvelujen saatavuuteen ja saavutettavuuteen on maaseutuvaikutusten arviointi eli MVA. (Maaseutupolitiikka, n.d.c.)

Maaseutuvaikutusten arvioinnissa kysytään tiivistetysti ”Millaisia vaikutuksia valmistelussa olevalla päätöksellä on maaseudun ihmisiin ja yhteisöihin, yrityksiin ja elinkeinon rakenteisiin ja keskeisiin suhteisiin?” Maaseutuvaikutusten arviointi on yksinkertainen ja joustava työkalu, joka auttaa tekemään parempia päätöksiä ja varmistamaan, ettei aikaa kulu korjausliikkeisiin jälkikäteen. Mikäli MVA:ta olisi hyödynnetty aikanaan, olisi kenties voitu välttää esimerkiksi vuoden 2004 jätevesiasetuksen ja vuoden 2017 taksiuudistuksen aiheuttamat ongelmat. (Maaseutupolitiikka, n.d.c.)

HYMY-verkosto on järjestänyt aiheesta valtakunnallisia webinaareja ja laatinut hyvinvointialueille sopivan ohjeistuksen ja tietopaketin soveltaen aiempia maaseutuvaikutusten arvioinnin ohjeita. Ohjeistus laadittiin yhdessä monialaisen työryhmän kanssa. Maa- ja metsätalousministeriö lähetti tietopaketin ja ohjeistuksen kaikille Suomen hyvinvointialueiden valtuutetuille syyskuussa 2023. Jatkossa verkoston erityisasiantuntijat ovat tarvittaessa hyvinvointialueiden tukena maaseutuvaikutusten arvioinnin toteuttamisessa. Osana sote-palvelujen teemakokonaisuutta on tehty myös Green Care -vaikuttamistyötä verkostoyhteistyönä.

## **Arjen turvaa kyläturvallisuudesta**

Maaseudun ja erityisesti harvaan asutun maaseudun turvallisuus on ollut kehittämisen kohteena jo pitkään. Vuonna 2009 sisäasiainministeriö julkaisi ”Turvallisuus harvaan asutuilla alueilla” ja 2014 ”Turvallisuutta harvassa?” -raportit. Vuonna 2014 julkaistun raportin jälkeen valtioneuvosto hyväksyi sisäisen turvallisuuden strategian, jossa harvaan asuttujen alueiden turvallisuuteen liittyvät kysymykset jäivät vähälle huomiolle. Sisäministeriövetoinen harvaturvaverkosto päätti käynnistää uuden harvaan asuttujen alueiden turvallisuuden tilanneraportin valmistelun. (Leppistö, ym., 2020, 13.)

Vastuu turvallisuudesta on viranomaisilla niin kaupungeissa kuin maaseudulla. Vapaaehtoistyö nousee kuitenkin maaseudulla vahvasti esille niin sopimuspalokunnissa kuin kyläyhteisöjen toiminnoissa. Puhutaan kyläturvallisuudesta, joka voi olla toimintaa yhteistyössä viranomaisten kanssa kriisitilanteessa, mutta yhtä lailla kyläturvallisuus käsittää arjen turvallisuuden eli toimivatko liikenne- ja tietoliikenneyhteydet, ovatko palvelut saavutettavissa, yhteisöllisyyden kylällä jne.

HYMY-verkoston erityisasiantuntijoita on mukana valtakunnallisessa Harvaturvaverkostossa, Suomen kylät ry:n kyläturvallisuusjaostossa sekä maakunnallisten kyläturvallisuushankkeiden ohjausryhmissä. Verkosto on järjestänyt ja järjestää valtakunnallisia kyläturvallisuushankkeiden hankevetäjien tapaamisia ja työpajoja kyläturvallisuuden tiimoilta. Verkosto on myös ollut aktiivisesti edistämässä aiheeseen liittyvän tutkimusrahoituksen ja tutkimuksen aikaansaamisessa. Kyläturvallisuutta esiteltiin valtakunnallisilla turvallisuusmessuilla, jossa havaintona oli, ettei kyläturvallisuuskäsite ollut monellekaan messukävijälle – edes kaikille viranomaisille - tuttua.

### **Osallisuudella reaktiivisesta lähestymistavasta kohti ennaltaehkäisevää lähestymistapaa**

Hyvinvointia edistävän yhteisöllisen toiminnan vahvistaminen ja osallisuuden ja kansalaistoiminnan vahvistaminen maaseutualueilla -teemat on rakennettu sisään HYMY-verkoston verkostomaiseen toimintamalliin niin omana kokonaisuutenaan kuin läpileikkaavana toimintana kaikissa teemoissa. Esimerkiksi maaseutuvaikutusten arviointi (MVA) on jo luonteeltaan osallistava menetelmä. Samoin kansalaistoiminta ja osallisuus voivat auttaa kyläturvallisuudessa siirtymään pois pelkästään reaktiivisesta lähestymistavasta kohti ennaltaehkäisevää lähestymistapaa, mikä voi johtaa kyläyhteisön vahvistumiseen, turvallisuudentunteen lisääntymiseen ja yhteisön hyvinvoinnin parantumiseen.

Hyvinvointia edistävän yhteisöllisen toiminnan osalta on tehty yhteistyötä Oikeusministeriön *Vapaa! Fri!*- sekä *Osallisuudella uusia palveluratkaisuja ja hyvinvointia Pohjois-Savoon (OSPA)* -hankkeiden kanssa mm. yhteisten webinaarien ja kuntapilottien työpajoissa. Yhteisölähtöinen kunta – etsivän yhteistyön kuntavalmennus toteutettiin vuonna 2023. Osallisuuskahvit-webinaareja on järjestetty eri teemoissa.

Osallisuutta ja kansalaistoimintaa vahvistavan temaattisen työn osalta työn kärkenä on ollut kansalaistoiminnan tiekarttatyö. Kansalaistoiminnan tiekartta -keskustelutilaisuuksien pohjalta julkaistaan vuoden 2023 lopulla Kansalaistoiminnan tiekartta julkaisu ja politiikkasuositukset.

Itse olen ollut maaseutupolitiikan verkostotyössä mukana jo pitkään, alussa hanketoimijana – vuodesta 2008 alkaen Harvaan asutun maaseudun verkoston ja vuodesta 2021 alkaen HYMY-verkoston erityisasiantuntijana. Työ on antanut ja opettanut verkostojohtamista, toimimista verkostoissa ja lisämausteena yhteistyötahoja ja verkostoja koko Suomen alueelta.

Lisätietoja: [www.maaseutupolitiikka.fi](http://www.maaseutupolitiikka.fi)

### **Hankeinfo:**

*Hyvän elämän edellytysten varmistaminen maaseutualueilla* -verkostohanke (HYMY), kustannusarvio 444 659 €, kumppanit Itä-Suomen yliopiston Karjalan tutkimuslaitos, Kajaanin ammattikorkeakoulu ja Maaseudun Sivistysliitto.

### **Lähteet**

Kahila P, Hirvonen T., Jolkkonen A., Kurvinen A., Lemponen V., Makkonen T. ja Rautiainen S., Teräs J. ja Turunen E. (2022). Älykäs sopeutuminen on välivaihe uudistumiselle. Itä-Suomen yliopiston Alue- ja kuntatutkimuskeskus Spatia ja Norrum Oy. Policy brief 2022:17. Saatavilla 27.9.2023 <https://tietokayttoon.fi/documents/113169639/113170760/17-2022-%C3%84lyk%C3%A4s+sopeutuminen+on+v%C3%A4livaihe+uudistumiselle.pdf/5f153a27-647a-12fe-a187-f98cddb46ab/17-2022-%C3%84lyk%C3%A4s+sopeutuminen+on+v%C3%A4livaihe+uudistumiselle.pdf?version=1.0&t=1653457190900>

Kattilakoski M., Lukkari T., Kervinen K., Harilahti-Juola V. (2023). Hyvän elämän edellytysten varmistaminen maaseutualueilla -verkostohanke (HYMY). Väliraportti vuosi 2022.

Kattilakoski M., Husberg A., Kuhmonen H-M., Rutanen J., vihinen H., Töyli P., Lukkari T., Osmonen E., Väre T., Åström C. (2021). Ajassa uudistuva maaseutu. Maaseutupoliittinen kokonaisuohjelma 2021–2027. Maa- ja metsätalousministeriö.

Lepistö J., Joentakanen J., Laurikainen H., Kekki T., Harvaturva-verkosto (2020). Harvaan asuttujen alueiden turvallisuus 2020. Tilanneraportti turvallisuudesta harvaan asutuilla seuduilla. Sisäministeriön julkaisuja 2020:15. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-324-622-5>

Maaseutupolitiikka (N. d.a) Hyvän elämän edellytysten varmistaminen maaseutualueilla (HYMY) –verkostohanke. Saatavilla 27.9.2023 <https://www.maaseutupolitiikka.fi/paatoksenteontueksi/verkostot/hymy>

Maaseutupolitiikka (N.d.b) on verkostotyötä sujuvan arjen ja parempien päätösten tueksi. <https://www.maaseutupolitiikka.fi/paatoksenteontueksi/verkostot>

Maaseutupolitiikka (N.d.c) Maaseutuvaikutusten arviointi. Saatavilla 26.9.2023 <https://www.maaseutupolitiikka.fi/paatoksenteontueksi/tietoa/mva>

MDI. (2023). MDI:n vuoden 2023 väestöennuste. Saatavilla 25.9.2023 <https://www.mdi.fi/vaestoennuste/>



**MAASEUTUPOLITIikka**  
**LANDSBYGDSPOLITIK**

**Digitalisaatio kohtaa matkailuyrittäjät -  
matkailuhankkeilla lisää näkyvyyttä ja  
kehitystä liiketoimintaan**

## 5 Laadukas ja monipuolinen digitaalinen sisällöntuotanto matkailussa, Darja Korhonen

Viimeisen vuosikymmenen aikana matkailu Suomessa ja Kainuussa on muuttunut merkittävästi teknologisen kehityksen ja digitalisaation vaikutuksesta. Kuluttaja-asiakkaat ovat siirtyneet yhä enemmän etsimään tietoa verkkopalveluista, mikä haastaa matkailualan ammattilaiset päivittämään digitaitojaan.

Maailman ja matkailun muuttuessa on tärkeää, että matkailukohteet, -tuotteet ja -palvelut pysyvät tässä kehityksen virrassa mukana. Tämä kehitys vaatii tasapainoilua kahden keskenään lähes vastakkaisen asian välillä: digitaalisen läsnäolon lisäämisen ja aitojen kohtaamisten merkityksen välillä. Digitaalisen sisällön tuottaminen ei välttämättä edellytä suuria investointeja, sillä tarjolla on runsaasti edullisia ja jopa ilmaisia työkaluja yrityksen digitaalisuuden kehittämiseen.

Monet digitaaliset kanavat ja matkailukonseptit avaavat uusia mahdollisuuksia sekä kotimaisten että ulkomaisten asiakkaiden houkuttelemiseen matkailualueelle. Tämän vuoksi matkailualan toimijoiden tulisi tuottaa monipuolisia digitaalisia sisältöjä, jotka tukevat kohteiden ja palveluiden markkinointia. Näin ollen kohteet ja palvelut pysyvät kilpailukykyisinä muiden kiinnostavien kohteiden rinnalla. Mutta miten tämä toteutetaan? Miten voidaan hyödyntää digitaalisen aikakauden tarjoamia mahdollisuuksia?

### Jatkuvaa digitaalista sisällöntuotantoa

Sosiaalisella medially on nykypäivänä suuri vaikutus matkailijoiden päätöksiin matkakohteen valinnassa. Matkailijat hyödyntävät usein sosiaalista mediaa, blogeja sekä podcasteja inspiraation lähteenä matkaa suunnitellessa. Lisäksi he jakavat eri alustoilla omia matkakokemuksiaan ja antavat arvioita matkakohteista ja elämyksistä. Koska sosiaalinen media ja internet on täynnä sisältöä, erottuakseen massasta on erityisen tärkeää, että matkailualueen sisällöntuotanto on jatkuvaa, ajantasaista, monipuolista ja laadukasta.

Digitaalisuuden avulla voidaan tuoda esille myös alueen paikallis- ja sotahistoria osaksi matkailumarkkinointia ja -palvelukokonaisuutta. Tällaisia palvelukokonaisuuksia toteutettiin *Kulttuurihistoriasta nostetta Suomussalmen ja Kainuun matkailuun* -hankkeessa. Hankkeen toimenpiteinä Suomussalmen matkailutoimistoon on hankittu [Vaietut Arktiset sodat](#) -diginäyttelykokonaisuus, joka toimii omatoimisena käyntikohteena, mutta myös käyntikorttina ohikulkeville matkailijoille Suomussalmen laajaan sotahistoriaan.



Lisäksi hankkeessa on tuotettu Tarinoita Kainuun Korpimailta -podcastsarja, joka sekä mahdollistaa digitaalisen matkailun Suomussalmen ja Kainuun historiaan omalta kotisohvalta, että tuo lisätietoa aluetta kiertävälle omatoimimatkailijalle. Podcastsarja päätettiin tuottaa siksi, että matkailijat etsivät aitoja ja paikallisia kokemuksia, ja podcastit tarjoavat loistavan tavan päästä lähemmäksi matkailukohdetta ennen matkaa. Matkailuaiheiset podcastit tarjoavat kuuntelijoille mahdollisuuden oppia paikallisesta kulttuurihistoriasta sekä saada vinkkejä kohteen nähtävyyksistä ja vierailukohteista. Lisäksi matkailuaiheisten podcastien suosio on kasvussa.

Edellä mainittujen lisäksi hankkeessa on viety Suomussalmen kulttuurihistoriallisia käyntikohteita ja nähtävyyksiä myös Euroopan suurimpaan luontomatkailualustaan, Outdooractiveen. Kohteen ollessa tällaisella digitaalisella reittialustalla, voidaan tarjota matkailijoille ja paikallisyhteisölle Suomussalmen kulttuurihistoriallisista tapahtumapaikoista kiinnostavia ja helposti löydettäviä kohteita, kierroksia sekä kulttuuripalveluita. Kohde- ja reittikuvauksien lisäksi hankkeessa tuotettiin viestintää tukevaa materiaalia, jota on hyödynnetty muun muassa Suomussalmen kunnan matkailupalveluiden omilla nettisivuilla ja sosiaalisen median kanavissa, mutta myös maakunnallisella [arcticlakeland.com](https://arcticlakeland.com)-sivustolla.

Hankkeessa toteutetut toimenpiteet ovat tuottaneet myös konkreettisia tuloksia. Podcastsarja "Tarinoita Kainuun Korpimailta" julkaistiin heinäkuussa 2023 ja se on saanut 5 kuukaudessa yhteensä 1850 kuuntelukertaa kolmessa eri digitaalisessa kanavassa: YouTube, Spotify ja VisitSuomussalmen verkkosivusto. Tämä osoittaa kuulijoiden kiinnostuksen paikallisia tarinoita ja paikallishistoriaa kohtaan.

Lisäksi "Vaietut Arktiset sodat" - digitaalinen näyttely, joka avattiin kesäkuussa, on vaikuttanut positiivisesti Suomussalmen matkailutoimiston kävijämääriin, kasvattaen niitä noin 15 % edellisvuoden kävijämääriin verrattuna. Kasvaneiden kävijämäärien lisäksi digitaalisesta näyttelystä on saatu runsaasti myönteistä palautetta, ja ensi kesälle näyttelyyn on tehty jo ryhmävarauksia. Voidaan siis todeta, että hankkeen toimenpiteet ovat edistäneet matkailua Suomussalmella ja tarjonneet digitaalisen läsnäolon kautta uusia mahdollisuuksia paikallisen historian esille tuomiseen ja matkailijoiden houkuttelemiseen alueelle.

*Kulttuurihistoriasta nostetta Suomussalmen ja Kainuun matkailuun* -hankkeessa tuotteistetaan ja nostetaan esille digitaalisin välinein sekä eri kanavilla Suomussalmen Kirkonkylän alueelle sijoitettavia historiallisia tapahtumia esiteltyyn muotoon niin, että tapahtumapaikoista syntyy matkailijaa ja paikallisyhteisöjä kiinnostavia ja helposti löydettäviä, tarinallistettuja kohteita, kierroksia sekä koettavia kulttuuripalveluita.

Hankkeen päätavoitteena on hyödyntää alueen kulttuurisia vahvuuksia monipuoliseen ja ympärivuotiseen kulttuurimatkailun tarjonnan lisäämiseksi sekä kotimaisille että kansainvälisille kohderyhmille sekä vahvistaa kulttuuripalveluiden saavutettavuutta digitaalisin keinoin.

**Hankeinfo:**

*Kulttuurihistoriasta nostetta Suomussalmen ja Kainuun matkailuun* -hankkeen toteutusaika on 15.9.2022 – 29.02.2024 ja sen kusatnususarvio on 149 673 €. Kainuun liiton myöntämä Alueiden kestävän kasvun ja elinvoiman tukeminen (AKKE) rahoitusosuus on 119 742 € (80%), Suomussalmen kunnan rahoitus (muu julkinen rahoitus) on 20 412 € (13,6%), tuensaajan eli Kajaanin Ammattikorkeakoulun omarahoitus on 9 519 € (6,4%).



## 6 Yamaha Destination – palvelukokonaisuudesta kasvua kansainvälistyvään Ukkohallaan, Anna-Reetta Leinonen

Kainuun matkailukeskukset tarjoavat monipuolisia palveluja. Kainuussa matkailu on ympärivuotista ja saavutettavuus on hyvä etenkin kotimaisille matkailijoille. Alueen vetovoima perustuu erityisesti luontoon ja ympärivuotisiin aktiviteettipalveluihin. Kainuun tärkeimpiä matkailuvaltteja ovat luonto, vesistöt, vaaramaiseman avaruus, neljä vuodenaikaa, korkealaatuiset majoituspalvelut sekä turvallisuus.

Kainuun liiton tilaama Maakuntakuvatutkimus vuodelta 2021 tuo esiin, että Kainuun houkuttelevuus matkakohteena on parantunut selvästi vuodesta 2017. Tutkimustuloksissa Kainuun positiiviset mielikuvat liittyivät erityisesti luontoon ja sitä kautta matkailun ja vapaa-ajan viettoon alueella. Matkailuvetovoimatekijöiden kiinnostavuuden osalta Ukkohalla-Paljakka sijoittuu kolmanneksi Vuokatin ja Hossan jälkeen. (Kainuun liitto, 2021.)



Kuva 1. Hyrynsalmen Ukkohallan matkailukeskuksen rinteet. Kuva: Kainuun kuvapankki

Ukkohalla ja Paljakka ovat profiloituneet ympärivuotisina luonto-, aktiviteetti- ja hyvinvointikohteina. Hyrynsalmella järjestettävät suopotkupallon MM-kisat vetävät alueelle matkailijoita Suomesta ja ulkomailta. (Kainuun liitto, 2022.) Hyrynsalmella sijaitseva Ukkohalla on kasvanut ja kehittynyt viime vuosien aikana vetovoimaiseksi matkailukeskukseksi, josta löytyy laadukasta majoitusta ja poikkeuksellisen monipuoliset palvelut ympäri vuoden tapahtuvaan matkailuun

(kuva 1). Kasvu on perustunut pääosin kotimaisiin asiakkaisiin, mutta alueen palveluita on kehitetty pitkäjänteisesti myös kansainvälisiä asiakkaita ajatellen.

Ukkohallaan on aloitettu rakentamaan kansainvälisille matkailijoille suunnattua Destination Yamaha -palvelukonseptia. PPT Sports Oy / Uggo Events Oy on toteuttanut lähes kahden miljoonan euron investoinnit UGGO Resortin korkealaatuiseen majoitukseen, ohjelmapalvelukeskukseen sekä ajoharjoittelurataan ja Yamahan kalustoon. Kansainvälisen Destination Yamaha -palvelukokonaisuuden edustajat ovat käyneet vierailmassa ja tutustumassa UGGO Resortiin kiinnostuen ajatuksesta lisätä Ukkohallan kohde yhdeksi Yamaha-lokaatiokseen.

Palvelukonseptissa luodaan kokonaisuus, jossa laadukkaat majoitus-, ravitsemus- ja muut ohjelmapalvelut liitetään Yamahan tuotteisiin. Tälle kokonaisuudelle haetaan kiinnostusta kotimaisilta ja kansainvälisiltä markkinoilta. Palvelukokonaisuus avaa uusia ovia myös matkailupalvelujen yritys- ja ryhmämyyntiin.

Kehittämiseen on tuotu lisävauhtia *Yamaha Destination* -yritysryhmähankkeen avulla. Kaikilla tässä yritysryhmähankkeessa mukana olevilla matkailuyrityksillä on yhteinen tahtotila kehittää Ukkohallaa matkailukohteena sekä nostaa sen kiinnostavuus uudelle tasolle. Hankkeen avulla haluttiin vauhdittaa erityisesti Ukkohallan kansainvälistymistä ja tunnettuuden kasvattamista kansainvälisillä markkina-alueilla. Keihäänkärkenä toimi Uggo Eventsin Yamaha Destination -konsepti majoitus- ja ohjelmapalveluineen (kuva 2).



Kuva 2. UGGO Resort majoituskohde Villa UGGO Hyrynsalmen Ukkohallan matkailukeskuksessa.

Kuva: Lassi Pohtola.

Hankkeessa on rakennettu muun muassa Ukkohallan matkailijoille suunnattu palvelukonsepti, jossa toiminnot integroituvat Ukkohallan kokonaismatkailupalveluun. Palvelukonsepti sisältää eri kohderyhmille soveltuvia tuotteita ja palveluita sekä matkapaketteja, joissa on huomioitu tarjottavien palveluiden keskeiset ominaisuudet (kuva 3). Hankkeessa on tuotettu myös uudistetut [uggoresort.com](http://uggoresort.com) -verkkosivut tarjoamaan olennaista informaatiota Ukkohallan ja UGGO Resortiin vierailua suunnittelevalle sekä alueella jo viipyvälle asiakkaalle. Verkkosivustolla asiakas pääsee tutustumaan myös muihin Ukkohallan eri aktiviteetteihin eri vuodenaikoina. Lisäksi hankkeen toimesta on tuotettu kokonaisvaltaista kuva- ja videomateriaalia Ukkohallan alueesta ja sen eri aktiviteeteista tukemaan asiakkaan ostopolkua ja kasvattamaan alueen tunnettuutta.



Kuva 3. Aktiviteettina tarjotaan muun muassa maastopyöräilyä. Kuva Lassi Pohtola

### **Digitaalinen näkyvyys ja markkinointi avainasemassa**

Kainuu-ohjelmassa korostetaan tunnettuuden lisäämisen vaikuttavan nopeimmin Kainuun matkailun kasvuun. Kasvun saavuttamiseksi nopeita keinoja ovat mm. uuden brändin lanseeraaminen laajasti kampanjoilla, digitaalisten kanavien hyödyntäminen ja yksilöllisten tuotteiden paketoiminen digialustojen avulla. Kasvuun voidaan vaikuttaa positiivisesti myös tarkemmalla asiakassegmentoinnilla, tuotekehityksellä ja asiakasdatan analyysillä. (Kainuu-ohjelma, 2021.)

Digimarkkinoinnin merkittävin hyöty liittyy sen luomaan vuorovaikutukseen asiakkaan kanssa. Se lisää näkyvyyttä ja yrityksen saavutettavuutta asiakkaiden silmissä, ja luomalla yhteyttä kohde-

ryhmiin se laajentaa markkinoita ja tuo kasvua. Palveluiden ja tuotteiden löydettävyys digitaalisissa kanavissa lisää niiden kiinnostavuutta, ja helpottaa asiakkaan ostopäätöksen tekoa. Digimarkkinointi edistää vuorovaikutusta nykyisten asiakkaiden kanssa sekä keinoja tavoittaa uusia kohderyhmiä. Sen avulla yritys pääsee tuomaan esiin brändiään ja tarinaansa sekä sitouttaa asiakkaita. (Komulainen, 2023, 14.)

Digitaalinen näkyvyys ja markkinointi onkin valtava mahdollisuus yrityksille markkinoida tuotteitaan, palveluitaan ja brändiään. Asiakkaat ovat jo digitaalisissa kanavissa, odottaen myös, että heidän käyttämänsä yrityksetkin ovat. Tiedon löytyminen helposti verkosta lisää luottamusta yrityksen tuotteisiin ja palveluihin. Haasteena on kuitenkin erottautua muista kilpailijoista ja saada asiakas kiinnostumaan. Onnistunut digimarkkinointi perustuu siihen, miten hyvin yritys näkyvillä ja löydettävissä eri kanavista.

*Yamaha Destination* -yritysryhmähankkeessa UGGO Resortille luotiin konseptin mukaiset sosiaalisen median kanavat Facebookiin, Instagramiin sekä LinkedIniin. Lisäksi UGGO Resortille luotiin YouTubeen kanava videoiden jakamiseen. UGGO Resortin majoituskohde Villa UGGO löytyy myös useilta online-myyntialustoilta varattavaksi.

### **Hakusanamainonnalla tuloksia**

Tunnettuuden edistämiseksi hankkeessa toteutettiin laajasti markkinointitoimenpiteitä eri kohderyhmille suunnatuilla Google Ads-, YouTube- sekä hakusanamainonnan ja sosiaalisen median kampanjoilla. Pääpaino oli tuoda esiin uudistettuja verkkosivuja sekä videotuotantoa kotimaisen ja kansainvälisen kohderyhmän tavoittamiseksi. Markkinointikampanjoissa asiakas ohjattiin valmiiseen palvelupakettiin ostoprosessin sujuvoittamiseksi hyödyntämällä hankkeessa toteutettua uudistettua [uggoresort.com](https://uggoresort.com)-verkkosivustoa sekä UGGO Resortin sosiaalisen median kanavia. Kampanjoissa hyödynnettiin vahvasti hankkeen tuottamaa sekä jo olemassa olevaa konseptin mukaista kuva- ja videotuotantoa markkinointimateriaalina.

Uudistetuille [uggoresort.com](https://uggoresort.com)-verkkosivuille rakennettiin ja optimoitiin teknisiä ja markkinoinnillisia toimenpiteitä digitaalisen liikenteen hankkimiseen, vuorovaikutukseen kävijöiden kanssa sekä saamaan mahdollisimman suuri osa vierailijoista asiakkaiksi. Optimoinnin osalta UGGO Resort on saanut muun muassa viimeisimmän videonsa osalta YouTubeessa noin 14 tuhatta katselukertaa, verrattuna ilman optimointia, jolloin videon katselukertoja oli 209 kpl.

Hakusanamainonnalla potentiaaliset asiakkaat on tavoitettu kustannustehokkaasti relevanteilla hakutermeillä ohjaten heidät tutustumaan tarkemmin yritykseen ja palvelutarjontaan. Toimiva

verkkosivusto on myös tehnyt työnsä, jolloin vierailijat ovat ottaneet yhteyttä suoraan tai siirtyneet eteenpäin online-myyntialustalle varauksen tekemiseksi. Hakusanamainonta on ollut tärkeässä roolissa myös uudelleenmarkkinointiyleisöjen kerryttämisessä YouTube-uudelleenmarkkinoitua varten.

### **Vaikuttajamarkkinoinnilla nostetta**

Ukkohallan ja UGGO Resortin tunnettuutta on kasvatettu myös vaikuttajamarkkinoinnin avulla. Teknavi, tekniikan alan online-media sekä tv-ohjelma, jossa käsitellään muun muassa autoja, elektroniikkaa ja viihdettä, vieraili Ukkohallassa tutustuessaan UGGO Resort-lomakohteeseen. Teknavi kuvasi digitaalista materiaalia sekä julkaisi artikkelin, jossa tutustutaan Villa UGGOon sekä Destination Yamaha by UGGO Resort yksityiseen ajorataan ja sen YAMAHA-ajoneuvoihin (kuva 4). Teknavin kuvaama video on esillä heidän YouTube-kanavallaan, jossa video on saanut 1 626 katselukertaa. UGGO Resort sai näkyvyyttä myös Teknavin sosiaalisen median kanavissa.



Kuva 4. Ohjelmalveluita tarjotaan muun muassa maastomönkijöillä. Kuva Lassi Pohtola

Ukkohallassa vieraili myös StuntFreaksTeam -ryhmä (SFT), joka tuli kuvamaan omaa talvividootaan Ukkohallan maaliskuussa 2023. SFT kuuli UGGO-ajoradasta, Ukkohallasta ja sen puitteista kokonaisuudessaan ja esitti kiinnostuksensa yhteistyöhön kuvata heidän videonsa Ukkohallassa. SFT on tunnettu stunt-tyylisesti toteutetuista moottoriturheiluun liittyvistä videoista, joita he kuvaavat Suomesta sekä ulkomailta. Ryhmä on tunnettu vauhdikkaista tempuistaan. SFT:n yleisö on erittäin vahvasti kansainvälistä ja päämarkkina-alueensa onkin Amerikka. SFT:lla on Faceookissa

532 tuhatta seuraajaa, YouTubessa 696 000 tilaajaa, Instagramissa 251 000 seuraajaa sekä TikToksissa 66 000 seuraajaa. Ukkohallassa vieraillessaan SFT tuotti useita julkaisuja omissa sosiaalisen median kanavissaan. Yhteistyö SFT:n kanssa mahdollisti kansainvälisen kohderyhmän tavoittamisen sekä Ukkohallan ja Destination Yamaha-konseptin esiintuomisen heille.

### **Yhteenveto**

*Yamaha Destination* -yritysryhmähankkeen panostukset eri markkinointikanaviin eri menetelmillä ja digitaaliset markkinointitoimenpiteet ovat kasvattaneet Ukkohallan ja sen matkailupalveluiden tunnettuutta kotimaisilla markkinoilla. Myös kansainväliselle kohderyhmälle suunnatut markkinointikampanjat ovat kasvattaneet Ukkohallan näkyvyyttä matkailualueena. Hankkeen keihäänkärkenä toimineen Uggo Eventsin Yamaha Destination-konseptin (UGGO Resortin) bränditietoisuus kuluttajien keskuudessa on kasvanut, mikä on osaltaan kasvattanut alueen majoitus- kysyntää. Majoituessaan asiakkaat ovat käyttäneet, niin omatoimisesti kuin valmiiksi rakennettujen palvelukokonaisuuksien avulla, aktiivisesti ja monipuolisesti Ukkohallan ja yritysryhmän yritysten palveluita. Yritysten välinen yhteistyötoiminta on voimistunut heidän tehdessä yhteistyötä keskenään tarjotakseen matkailijoille kokonaisvaltaisia elämyksiä heidän vierailunsa aikana.

### **Hankeinfo:**

*Yamaha Destination – Palvelukokonaisuudesta kasvua kansainvälistyvään Ukkohallaan* yritysryhmähanke. Hankkeen toteutusaika 1.1.2022-31.10.2023. Yritysryhmähankkeessa mukana olevat yritykset: Uggo Events Oy, Tuottohotelli Oy, Ukkohalla Invest Oy ja Ukkohalla Ski Resort Oy. Hanketta on valmisteltu yhdessä yritysten, Hyrynsalmen kunnan sekä Kajaanin Ammattikorkeakoulun kesken. Hankkeen rahoittajana toimii Kainuun ELY-keskus Euroopan maaseudun kehittämisen maatalousrahasto yhdessä yritysten kanssa. Hankkeen kokonaisrahoitus 199 068 € (julkinen rahoitus 149 301 €). Tukiprosentti 75 %. KAMK toimii hankkeen hallinnoijana.

### **Lähteet**

Komulainen, M. (2023). *Menesty digimarkkinoinnilla 2.0*. Kauppakamari, Helsinki.

Kainuun liitto (2021). *Maakuntakuvatutkimus 2021*. Viitattu 6.10.2023. <https://kainuunliitto.fi/assets/uploads/2021/09/Kainuun-liitto-Maakuntakuvatutkimus-2020.pdf>



Kainuun liitto (2021). Kainuu-ohjelma. Viitattu 6.10.2023. <https://kainuunliitto.fi/assets/uploads/2022/11/Kainuu-ohjelma-web-final.pdf>

Kainuun liitto (N. d). Matkailu. Viitattu 6.10.2023. <https://kainuunliitto.fi/elinkeinot-ja-aluekehitys/karkitoimialat/matkailu/>

Teknavi (2022). Uggo Resort – Ukkohallan helmi moottorilomailijan toivelistalla: Anniina Pohjonen vaati Mikko Leppilammelta "Hanaa, hanaa!". [Verkkoartikkeli]. Viitattu 6.10.2023. <https://teknavi.fi/yleinen/uggo-resort-ukkohallan-helmi-moottorilomailijan-toivelistalla/>

Teknavi (2022). Tutustuimme Destination Yamaha by Uggo Resortiin. [Video. Ladattu 28.5.2022]. Saatavilla 6.10.2023 <https://www.youtube.com/watch?v=Z9JeQaBcZKs>

Destination Yamaha Motor. <https://destination-yamaha-motor.com/>



Euroopan maaseudun  
kehittämisen maatalousrahasto:  
Eurooppa investoi maaseutualueisiin

## 7 Markkinoinnin automaation ja digitaalisten ratkaisujen avulla kohti parempaa asiakaskokemusta, Assi Heikkinen

Matkailualaa ovat viime vuosina ravistelleet ennennäkemättömällä tavalla niin koronaviruspandemian kuin Ukrainan sodankin vaikutukset. Näiden globaalien kriisien jälkeen matkailukysynnän jälleen avautuessa kilpailu asiakkaista on entistäkin kovempaa, ja yritysten tulee pystyä vastaamaan toimintaympäristön muutoksiin sekä hyödyntämään uusia innovaatioita liiketoiminnassaan kilpailukyvyyn säilyttämiseksi.

Suomen kansainvälisen matkailun edistämisyksikkö Visit Finlandin mukaan digitalisaatio ja teknologia, kestävä matkailu sekä luonto- ja outdoors-matkailu ovat kolme merkittävintä matkailualan tulevaisuuden megatrendiä, joita hyödyntämällä voidaan kasvattaa kansainvälistä matkailukysyntää. Nämä megatrendit vaikuttavat olennaisesti koko toimialan kehitykseen, ja ne tulisi huomioida kokonaisvaltaisesti matkailutuotteiden kehittämisessä ja markkinoinnissa 2020-luvulla. (Visit Finland, 2021.)

Matkailun digitaalinen ekosysteemi on nykyään monikanavainen, ja asiakkaiden ostokäyttäytyminen on siirtynyt entistä enemmän digitaalisiin kanaviin useiden eri tekijöiden vauhdittamana. Digitaalisia kanavia ja alustoja hyödynnetään yhä monipuolisemmin kaikissa asiakaspolun vaiheissa. Jokaisen matkailijan asiakaspolku on uniikki, mutta pelkistettynä se voidaan jakaa inspiraatio-, suunnittelu-, osto-, kokemis- ja jakamisvaiheisiin (Visit Finland, 2020).

Digitalisaation mukanaan tuomat mahdollisuudet, haasteet ja sen moninaiset vaikutukset on tunnistettu matkailualalla myös Kainuussa, missä matkailun alueorganisaatioiden ja muiden sidosryhmien tuki liiketoiminnan kehittämisessä pienin resurssein toimiville matkailuyrityksille on merkittävässä roolissa.

Kajaanin ammattikorkeakoulun toteuttamassa *Tekoälyn ja tiedolla johtamisen avulla vauhtia Wild Taiga alueen yritysten kilpailukyvyyn kehittämiseen (Wild Taiga AI)* -hankkeessa on kahden vuoden aikana haettu ratkaisuja matkailuyritysten ajankohtaisiin haasteisiin, tavoitteena digitaalisen asiakaskokemuksen ja alueen kilpailukyvyyn parantaminen. Hankkeen kohderyhmänä ovat matkailuyhdistys Idän Taiga ry:n yhteismarkkinoissa mukana olevat jäsenyritykset (Wild Taiga -yritykset).

Hankkeessa on pureuduttu erityisesti tekoälyyn pohjautuvaa koneoppimista hyödyntävän markkinoinnin automaation toimintamallin kehittämiseen. Kehittämistoimien kautta on kerätty ja rikastettu Wild Taigan markkinointirekisterin asiakastietoa sekä opittu tunnistamaan paremmin erilaisia asiakassegmenttejä. Tavoitteena on pystyä viestimään oikeille asiakkaille oikeista asioista, oikeaan aikaan ja oikeassa kanavassa. Tekoälyavusteisen automaation tuottaman tiedon avulla myös löydetään aiempaa helpommin uusia potentiaalisia asiakkaita.

Wild Taigan yhteismarkkinoinnin toimenpitein toteutettava viestintä painottuu matkailijan asiakaspolun inspiraatio- ja suunnitteluvaiheisiin. Datan avulla muodostettujen kohderyhmien avulla markkinoinnin kohdennusta on pystytty parantamaan, ja asiakkaille on onnistuttu tarjoamaan merkityksellistä sisältöä monikanavaisesti sekä viestimään entistä paremmin juuri heidän kiinnostuksen kohteitaan vastaavista Wild Taiga -alueen matkailupalveluista ja -tuotteista. Tämä näkyy kasvaneena sitoutuneisuusasteena niin verkkosivujen ja sosiaalisen median kuin automaatioviesien ja uutiskirjeidenkin analytiikassa. Wild Taigan verkkosivustolle toteutettujen teknisten kehitystöiden kautta pystytään myös seuraamaan aiempaa tarkemmin sivustovierailijoiden siirtymistä asiakaspolun seuraavaan vaiheeseen (ostovaihe) yritysten omiin verkkokauppoihin.

### **Moniaistillisia virtuaalimatkoja ja elämyksellistä digimarkkinointia**

Muun Kainuun tapaan myös Wild Taigan alueella matkailun kasvua haetaan erityisesti kansainvälisiltä markkinoilta, missä matkanjärjestäjäyhteistyö on merkittävässä asemassa. Kuluttaja-asiakkaalle kohdennettujen toimenpiteiden lisäksi hankkeessa onkin hyödynnetty uudenlaista digitaalista sisällöntuotantoa myös matkanjärjestäjäkontaktien tavoittelussa pilotoimalla moniaistillisten virtuaalisten tutustumismatkojen toteutus valitulle kohdemarkkinoille DACH- ja Benelux-maiden osalta. DACH-maat koostuvat Saksan, Itävallan sekä Sveitsin valtioista, joista käytetään termiä myös saksankielinen Eurooppa. Benelux-maihin kuuluvat Alankomaiden, Belgian sekä Luxemburgin valtiot.

Koronapandemian aikana perinteiset kansainvälisen matkailun myyinnedistämistoimet, kuten myyntitapahtumat ja matkanjärjestäjien tutustumismatkat, siirtyivät nopeasti verkkoon. *Wild Taiga AI* -hankkeessa toteutetut kolme moniaistillista virtuaalista tutustumismatkaa ovat tiettävästi ensimmäiset laatuaan Suomessa. Osallistujille ennakoon toimitetut, osaksi virtuaalimatkan käsikirjoitusta suunnitellut tuotepaketit pitivät sisällään muun muassa paikallisia makuja ja tuoksuja Kainuun metsistä. Elämyksellisyyttä digitaaliseen tapahtumaan tuovien lisäelementtien

kautta pystyttiin erottautumaan muiden matkailualueiden vastaavanlaisista toteutuksista ja jättämään matkanjärjestäjille pysyvämpi muistijälki houkutellen heitä kokemaan esitellyt palvelut myös paikan päällä Wild Taigan yrityksissä.

Moniaistillisten virtuaalimatkojen kehittämisen, markkinoinnin automaation toimintamallin vaihteellaisen rakentamisen ja siihen liittyvien sisällöllisen sekä teknisen kehittämisen, *Wild Taiga AI* -hankkeessa on myös kasvatettu yritysten osaamista digitaalisuuteen liittyvissä teemoissa. Yrityksille järjestetyissä käytännönläheisissä valmennuksissa on perehdytty muun muassa tiedolla johtamiseen, digitaalisen asiakaskokemuksen kehittämiseen, hakukoneoptimointiin, virtuaalisen matkailutuotteen kehittämiseen sekä tekoälyn hyödyntämiseen markkinoinnissa.

### **Monikanavaista näkyvyyttä yhteisellä alustalla**

Lisäksi hankkeen toimenpitein on vahvistettu yritysten monikanavaista näkyvyyttä. Hankkeen aikana otettiin käyttöön Visit Finlandin vuonna 2021 lanseeraama DataHub-alusta, joka kokoaa Suomen matkailualan tuotetiedot yhteen. Alustalta voidaan rajapinnan kautta hakea yritys- ja tuotetietoja esimerkiksi alueellisille verkkosivuille, Visit Finlandin kanaviin sekä kaupallisille toimijoille.

Matkailuyrityksen digitaalinen löydettävyyden ja tekninen kyvykkyys ei ole enää tänä päivänä varsinainen kilpailuetu, vaan pikemminkin edellytys kilpailussa mukana pysymiseen. Yrityksen monikanavainen löydettävyyden luoja kysyntää ja monikanavainen ostettavuus puolestaan luoja myynnin kasvua. (Visit Finland, 2022.) Hankkeen aikana valtaosa Wild Taigan yrityksistä onkin ottanut DataHubin käyttöönsä ja keskittänyt tuotetietojensa hallinnan alustalle, josta tiedot myös siirtyvät integraatioiden kautta automaattisesti useisiin eri kanaviin, mukaan lukien Wild Taigan verkkosivut sekä maakunnallisen matkailutarjonnan kokoavan Arctic Lakeland -sivuston.

### **Yhteenveto**

Yhä vauhdikkaammin etenevässä digitaalisessa murroksessa matkailualueiden ja -yritysten on siis pystyttävä reagoimaan asiakaskäyttäytymisen muutoksiin nopeasti ja omaksuttava uusia toimintatapoja osaksi liiketoimintaansa. *Wild Taiga AI* -hankkeessa on kahden vuoden aikana otettu tarvittavia askeleita kohti parempaa digitaalista asiakaskokemusta niin markkinoinnin automaation kuin muidenkin uusien teknisten ja sisällöllisten ratkaisujen avulla. Pitkällä tähtäimellä hankkeen toimenpiteiden kautta käynnistyneiden prosessien myötävaikutuksella Wild Taigan matkailusisällöt ja markkinointiviestintä ovat pitkälle räätälöityjä, minkä kautta potentiaaliset asiakkaat konvertoituvat alueen yrityksille liikevaihdoksi.

**Hankeinfo:**

*Wild Taiga AI – Tekoälyn ja tiedolla johtamisen avulla vauhtia Wild Taiga alueen yritysten kilpailukyvyyn kehittämiseen* -hankkeen toteutusaika on 1.6.2021-30.11.2023. Kustannusarvio on 257 825 euroa, mistä Kainuun liiton myöntämän Euroopan aluekehitysrahaston (EAKR) ja valtion rahoitusosuus on 79,5 %, muu julkinen rahoitus 10 % ja yksityinen rahoitus 10,5 %. Hankkeen hallinnoija toimii Kajaanin Ammattikorkeakoulu Oy ja keskeisenä yhteistyökumppanina Idän Taiga ry.

**Lähteet**

Visit Finland (2020). Digitaalisen asiakaskokemuksen käsikirja. Viitattu 3.11.2023. [https://www.businessfinland.fi/497f30/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2020/digitaalisen\\_asiakaskokemuksen\\_kasikirja\\_destinaatioille\\_2020.pdf](https://www.businessfinland.fi/497f30/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2020/digitaalisen_asiakaskokemuksen_kasikirja_destinaatioille_2020.pdf)

Visit Finland (2022). Digitaalisuuden teemat ja työkalut. Viitattu 3.11.2023. <https://www.businessfinland.fi/49713d/contentassets/6582ab7c7bb3498b880c16d4eec2a560/ojala-digitalisaa-tiota-tukevat-tyokalut-ja-projektit.pdf>

Visit Finland (2021). Kansainvälisen matkailun tulevaisuuden trendit 2022. Viitattu 3.11.2023. <https://www.visitfinland.fi/4b0225/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2021/kansainvalisen-matkailun-tulevaisuuden-trendit-2022-visit-finland.pdf>



Vipuvoimaa  
EU:lta  
2014–2020

**Wild taiga**  
Kubmo & Suomussalmi

## 8 Vierailukokemuksen ja palveluiden muotoilua kainuulaisyrittäjissä, Katri Roininen ja Birit Oksman

Jo lähtökohtaisesti jokainen vierailuja järjestävä ja vastaanottaja haluaa, että vierailu sujuu erinomaisesti ja osallistujat viihtyvät, mutta millaisista aineksista syntyy mieleenpainuva vierailukokemus?

Kainuulaisissa yrityksissä ja organisaatioissa käy runsaasti vaikuttajia ja vierailijoita, joille on tärkeää tarjota onnistunut vierailukokemus Kainuussa. Omakohtainen, positiivinen kokemus maakunnasta edistää tunnettuutta ja imagoa, yhteistyön syntymistä, ja tätä kautta rahoitusten ja investointien saamista alueellemme.

Kajaanin ammattikorkeakoulu ja Kainuun Yrittäjät ry toteuttivat yhdessä *Kainuun vierailijakonseptin ja palvelualustan rakentaminen*, tuttavallisemmin KARA-hanketta. Siinä tuodaan Kainuun mielenkiintoinen yritys-, TKI- ja muu toiminta vaikuttavalla tavalla esille ja digitaalisesti löydettäviksi [www.madeinkainuu.fi](http://www.madeinkainuu.fi) -verkkopalvelun kautta. Vierailijakonseptin tavoitteena on edistää Kainuun ekosysteemikehitystä ja elinkeinoelämän sekä alueen houkuttelevuutta.

Kainuun vetovoima perustuu alueen vahvuuksiin, jossa luonto, vesistöt ja omaleimainen vaaraisemaa luovat perustan erilaisille matkailuelämykselle, jota ympärivuotiset aktiviteetit, lumivarmuus ja neljä vuodenaikaa täydentävät. Kasvukeinoja ovat muun muassa tunnettuuden lisääminen erilaisilla kampanjoilla, digitaalisten kanavien hyödyntäminen ja yksilöllisten tuotteiden paketoiminen digialustojen avulla. Vetovoimaa ja kasvua saadaan myös matkailijoiden entistä tarkemmalla asiakassegmentoinnilla, tuotekehityksellä ja asiakasdatan analyysillä. (Kainuun liitto, 2021.) Kainuun vierailijakonsepti ja uuden digitaalisen palvelun tarve pohjautuu myös Kainuun ohjelman Kainuun matkailun vetovoiman kasvattamisen tavoitteisiin.

### **Vierailujen järjestäminen uudella tavalla**

Vierailukonseptin rakentamisen lähtökohtana toimi esille nousseet havainnot ja tarpeet vierailujen järjestämiseen liittyen. Vierailujen järjestelyihin liittyy useita pieniä tehtäviä ja sopimisia, jotka hoidetaan yleensä oman päätyön ohessa. Vierailujärjestäjät haluavat löytää uusia vierailukohteita, elämyksiä ja kasvutarinoita. Tarvitaan myös takuu, että vierailukohteessa vierailun sisältö on suunniteltua, laadukasta ja sujuvaa, aitoutta unohtamatta. Huolellinen suunnittelu onkin vierailujärjestäjän ykkösasia. Vierailujärjestäjä haluaa löytää ja tavoittaa helposti vierailukohteen ja

palvelusta vastaavan yhteyshenkilön yhteystietoineen. Usein vierailuohjelmissa mennään turvallisella ja tutulla kaavalla kiireen ja tiedonpuutteen vuoksi. Uusia ideoita, ajankohtaisuuksia ja sisältöä kaivataan, vaalittuja perinteitä unohtamatta.

Aikaisemmin jo mainiosti muotoiltu Made in Kainuu – brändi (kuva 1) herätettiin henkiin Kainuun vierailukonseptin pohjaksi. Vierailijakonseptissa luotu digitaalinen verkkopalvelu [madeinkainuu.fi](http://madeinkainuu.fi) on vierailijajärjestäjän työkalu, joka kokoaa samaan palveluun kainuulaiset vierailukohteet, vierailun järjestämiseen tarvittavat erilaiset palvelut, elämykset ja aktiviteetit, giveaway-lahjaideoita sekä hyvät käytänteet ja vinkit Kainuu-kokemuksen saavuttamiseksi.



Kuva 1. Made in Kainuu -verkkopalvelun tunnus.

Vierailukokemus syntyy kaikista kohtaamisista, siinä heränneistä tunteista, mielikuvista ja kokeuksesta. Oleellista on huomioida koko vierailupolku; ennen, hetkessä ja jälkeen vierailun, katso tarkemmin kuva 2. Vierailu alkaa jo ennen saapumista ja kokemuksen tulisi pysyä aktiivisena vielä kotiin palatessakin. Vierailukutsuissa ja ohjelmassa voidaan hyödyntää alueestamme laadukkaasti toteutettuja valokuva- ja videomateriaalia ja kiitokseksi vierailusta voi muistaa aidoilla kainuulaisilla käsitöillä ja lahjoilla.



Kuva 2. Vierailupolku, jossa jokaisella kohtaamispaikalla on oma vaikutuksensa Kainuu-kokemuksen syntymiseen.

Konseptissa on toteutettu vierailupolkuja tukevaa valokuva- ja videomateriaalia yritysvierailukohteista ja erilaisista palveluista ja tuotteista yhdessä kainuulaisen Fade Creative Oy:n kanssa (kuva 3). Verkkopalvelusta vierailujärjestäjä löytää vinkkejä ja materiaaleja hyödynnettäväksi vierailukutsuihin ja ohjelmiin, vierailumuistamiseen sekä palautteen keräämiseen.



Kuva 3. Laadukas kuva- ja videomateriaali houkuttelevat vierailulle. Kuvassa meneillään videokuvaukset Kauppapihan puodilla Fade Creative Oy:n ammattilaisten kanssa. Kuva: Birit Oksman.



## **Tunnista vierailijan odotukset ja tarpeet – tarjoa elämys**

On tärkeää tunnistaa vierailijan odotukset ja tarpeet vierailulle. Konseptin rakentamisen alussa vierailijaprofiilin tunnistamiseksi järjestettiin yritysten ja toimijoiden yhteinen työpajapäivä, jossa määriteltiin Kainuun vierailijaprofiilit, vierailukohteita ja WAU-elementtejä. KARA-tiimin työpajaa edeltävät yrittäjien ja toimijoiden haastatteluiden tulokset olivat yhteneväiset työpajan tuotosien kanssa: alueemme vaikuttajavierailija on kotimainen tai ulkomainen vieras, muun muassa kunnasta, kaupungista, rahoitus- ja toimijaverkostosta, ministeriöstä, suurlähetystöstä, oppilaitoksesta tai liitto/järjestöjohtaja, poliittinen henkilö, yritysjohtaja, jälleenmyyjä, asiakas, matkanjärjestäjä, median edustaja, sponsori. WAU-elementeiksi nousivat muun muassa kainuulainen ruokakulttuuri, aitous, luonto, erikoinen/maalaistalomajoitus, vapaa-aika, rauhallisuus ja selkeys.

Yritys- ja organisaatiovierailukohteiden KAINUU-kokemuspolkua on muotoiltu ja hiottu KARA-tiimin lisäksi myös yhdessä asiantuntijoiden ja opiskelijoiden kanssa. Intotalo Oy:n asiantuntijan Ollis Leppäsen avulla uusia palveluita on muotoiltu vaikuttajavierailijalle sopiviksi elämykseksi. Työn puolesta matkaavalla ei ole käytössään niin paljon aikaa aktiviteetin kokemiseen kuin esimerkiksi vapaa-ajan matkailijalla. Vaikuttajavierailijalle aktiviteetista on pystyttävä luomaan elämys lyhyemmässä ajassa, mutta yhtä vaikuttavasti, että elämys synnyttäisi ikimuistoisen muistijäljen ja vierailija palaisi uudelleen alueellemme, vapaa-ajallaan yhdessä perheen tai ystävien kanssa. Vierailupolkua on määritelty myös useamman yrityksen palveluiden yhdistämiseen vastaamaan eri kokoisten vierailuryhmien tarpeita. Vierailuohjelmaan voi sisällyttää esimerkiksi Kauppapihan puodilla yritystarinan ja omatoimisten ostosten tekemisen tai Kehon ja Mielen Majan rentoutushetket sopivat tiiviin seminaaripäivän oheisohjelmaksi.

Palvelumuotoilu tarjoaa erilaisia menetelmiä vierailukokemuksen kehittämiseksi. Menetelmät ohjaavat ottamaan kehittämistyöhön mukaan niin vierailuun liittyvät kohtaamispaikat kuin lopukäyttäjän, Kainuu-vierailijan. Palveluita, tuotteita ja vierailuohjelmia on testattu aidoilla vierailuryhmillä ja saadun palautteen pohjalta vierailupolkua ja elämyksiä on kehitetty eteenpäin.

## **Opiskelijat mukaan yritys yhteistyöhön**

Opiskelijaprojektit tukevat työelämälähtöisyyttä ja uuden oppimista. Yritysyhteistyössä opiskelijat arvostavat saamaansa kokemusta yritysten ja asiakkaiden kanssa toimimisesta. Yrittäjien palautteiden perusteella yhteistyöstä hyötyy yrityksetkin. Opiskelijoiden kautta pääsee raikastamaan omia ajatuksiaan, syntyy uusia ideoita ja toteutustapoja sekä uusia tekijöitäkin voi löytää. Vierailukonseptin teeman alla opiskelijaprojekteja on toteutettu useita palveluiden ja vierailuoh-

jelmien hiomisesta aina ruokatuotteiden kehittämiseen saakka. Yksi yhteistyöyrityksistä on urheilumentaja Ville Nissinen. Opiskelijaprojektin tuotoksena muotoiltiin vierailijaryhmälle sopiva eri vaatavuustasoihin mukautuva liikunnallinen aktiviteetti Kajaanin lähiluontokohteeseen. Ville lähtee testaamaan ja toteuttamaan uutta palvelua [madeinkainuu.fi](http://madeinkainuu.fi) -verkkopalvelun (kuva 4) kautta.



Kuva 4. Made in Kanuu -verkkopalvelun logo.

#### **Virtuaalivierailut osana kokemusta**

Lisäarvoa vierailuun voidaan luoda rakentamalla erityisiä hetkiä, jotka jäävät asiakkaan mieleen. Vaikuttajavieraan, työnsä puolesta matkaavan ohjelma on yleensä rakennettu informatiiviseksi, joka muodostaa vierailulle myös tiiviin aikataulun. Viipymä alueellamme onkin yleensä noin 1-2 vuorokautta. Järjestäjän on hyvä huolehtia vierailijalle myös omaa aikaa, jolloin vieras voi pysähtyä, aistia kaunista luontoamme, hengittää raikasta ilmaa ja käsitellä saamaansa tietoa. Aisti- ja tunnekokemukseen voidaan vaikuttaa tarinankerronnan tai tilakokemuksen lisäksi myös digitaalisella materiaalilla. Kainuun vierailijakonseptissa on toteutettu video- ja valokuvien lisäksi myös virtuaalivierailuja. Tiiviin ohjelman puitteissa ei aina ehditä vierailemaan kaikissa kunnissa ja kohteissa, joten silloin voidaankin hyödyntää digitaalista materiaalia ja piipahtaa virtuaalivierailulla esimerkiksi Suomen ensimmäisessä massiivipuulementtikoulussa, Kuhmon Tuupalan puukoulussa.

Monipaikkaisuus, työn ja lomailun yhdistäminen, on trendi, mihin Kainuun matkailualueiden ja kuntien kannattaa myös tarttua niin markkinoinnissa kuin palvelutarjonnassa. Potentiaalia löytyy myös paikallisuuden korostamisella. Brändimarkkinoinnissa ja tuotekehityksessä hyödynnetään paikkojen vahvaa tarinaa ja paikallisidentiteettiä. Kansainvälistymiseen tarvitaan yhteistyötä,

matkanjärjestäjäoikeuksia tuotepaketointiin, pitkäjänteistä markkinointia ja osaamisen kasvattamista. (Kainuun liitto, 2021.)

Tähän saakka tehty työ Kainuun vierailijakonseptissa on vasta alkua, konseptia ja verkkopalvelua tulee kehittää edelleen. Verkkopalvelussa on tällä hetkellä esillä noin kuudenkymmenen yrityksen ja organisaation palvelut, mutta verkkopalveluun tarvitaan esille vielä useita palveluntuottajia. Aktiivinen verkkopalvelun käyttäjä on CSC LUMI-datakeskuksen vierailuvastaava Saana Ylönen. Heidän organisaation Kajaanin yksikön lisäksi myös Helsingin yksikön toimijat haluavat löytää verkkopalvelusta vierailukokemukseen tarvittavat aidot, laadukkaat kainuulaiset palvelut niin kuljetukset, majoitukset, ravintolat, aktiviteetit kuin lahjaideat.

#### **Hankeinfo:**

*Kainuun vierailijakonseptia ja palvelualueen rakentaminen, KARA-hanketta toteutettiin 1.6.2021-31.8.2023 ajalla ja sitä rahoittivat Kainuun liitto (React-EU EAKR toimenpiteet), Kajaanin kaupunki, Sotkamon ja Hyrynsalmen kunnat. Hankkeen kustannusarvio oli 336 190 €. Hankkeen toteuttajat Kajaanin ammattikorkeakoulu ja Kainuun Yrittäjät ry.*

#### Lähteet

Kainuun liitto (2021). Kainuu-ohjelma. Viitattu 30.11.2023. <https://kainuunliitto.fi/assets/uploads/2022/11/Kainuu-ohjelma-web-final.pdf>



## 9 Digitalisaatio haastaa ja mahdollistaa esteettömän matkailun, Arto Heikkinen

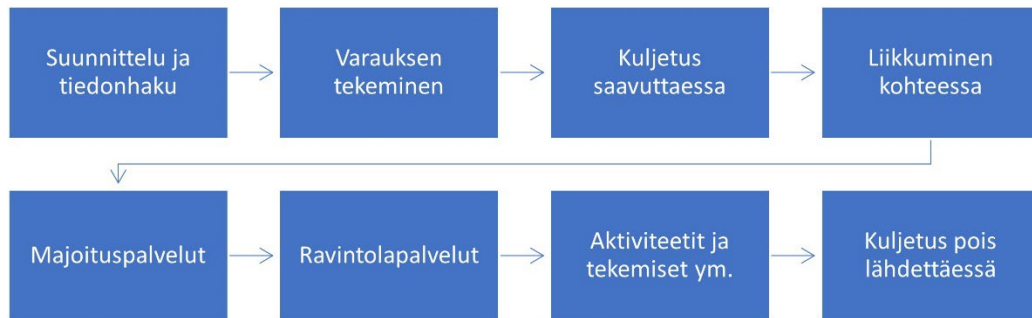
Digitaaliset myynnin ja markkinoinnin ratkaisut ovat tänä päivänä välttämättömyys menestyvään matkailualan liiketoimintaan. Asiakkaat käyttävät digitaalisia kanavia yhä enemmän ostopolun kaikissa vaiheissa, ja asiakaslähtöisen ajattelutavan omaksuneet matkailutoimijat osaavat hyödyntää digitalisaation potentiaalin. (Visit Finland 2020.) Esteettömän matkailun osalta digitaalisuudessa ollaan vielä osin lähtökuopissa. Havainto nousi esille toden teolla, kun Kajaanin ammattikorkeakoulun ja Suomen Paralympiakomitean toteuttamat esteettömän luontomatkailun kehittämisen hankkeiden; *Kokonaisvaltaisen esteettömän luontomatkailun askelmerkit Kainuussa ja eNature – esteetön luontomatkailu*; toimenpiteitä ryhdyttiin toteuttamaan. Luonto kaikille Kainuu -yhteisnimen alla kulkevilla hankkeissa on tuotettu tietoa Kainuun esteettömistä luontomatkailukohteista ja hyödynnetty digitaalisuutta osana esteettömyysviestintää ja esteettöntä matkaketjua.

Esteettömyydestä hyötyvien joukko on laaja ja monimuotoinen. Esteettömyydestä hyötyvät vammaisten lisäksi me kaikki elämän eri vaiheissa, kun toimintakyky on rajoittunut sairaudesta, vammasta, iästä tai muusta tekijästä johtuen. (World Tourism Organization 2016a.) Matkailijat, jotka tarvitsevat pysyvästi esteettömiä palveluita, voidaan jakaa eri segmentteihin vammaan ja toimintatarajoitteen perusteella. Näiden segmenttien sisälläkin on kuitenkin eroja yksilöiden välillä. Esteettömyysviestintää suunniteltaessa on tärkeää huomioida, miten ja missä muodossa eri asiakasryhmät hakevat tietoa. Digitaalisten välineiden lisäksi on tärkeää käyttää myös muita keinoja kullekin asiakasryhmälle sopivimmalla tavalla. (Buhalis, D. & Michopoulou, E. 2011; World Tourism Organization 2016b.)

### **Esteetön matkaketju**

Esteettömällä matkailulla tarkoitetaan matkailua, joka on kaikille saatavilla ja palvelee asiakkaiden tarpeita huomioiden myös erityistarpeet. Esteetön matkailu mahdollistaa sen, että henkilöt, joilla on liikunta-, näkö-, kuulo- tai kognitiivisia haasteita, voivat toimia itsenäisesti ja tasavertaisesti yhdenvertaisesti suunniteltujen matkailutuotteiden, -palvelujen ja -ympäristöjen avulla. (Michopoulou ym. 2015.)

Esteetön matkaketju on alkaa tiedon hakemisella kohteesta, jatkuu matkan aikaisilla toimilla ja palveluiden käyttämisellä ja päättyy, kun matkalta palataan. Kaikki tässä välissä tapahtuvat aktiviteetit ovat osa ketjua, josta matka muodostuu (kuva 1). (Neumann, P. & Reuber, P. 2004.)



Kuva 1. Esteetön matkaketju (Neumann, P. & Reuber, P. 2004).

Esteetön, kuten kaikki muukin, matkailu vaatii mahdollistuaakseen toimivan matkaketjun ja esteettömyyden vaatimukset vaikuttavat koko matkailuketjuun. Kaikista osa-alueista on huolehdittava omanaan, mutta on tärkeää myös ymmärtää niiden välinen suhde. Ei ole järkeä tehdä yksittäisistä osa-alueista esteettömiä, jos jatkuvuutta muiden osa-alueiden kanssa ei ole. Lisäksi eri käyttäjäryhmien erilaiset tarpeet ja toiveet voivat aiheuttaa haasteita matkaketjun eri osa-alueiden esteettömyyden osalta. (World Tourism Organization 2015; Halonen ym. 2021.)

Esteettömän matkaketjun osalta ennakkotiedon määrä, laatu ja luotettavuus ovat muuta matkailua suuremmissa roolissa. Kohderyhmän tulee matkaa suunnitellessa varmistua kaikkien matkan eri osa-alueiden mahdollistumisesta suhteessa omaan toimintakykyyn, jotta vältetään vastoin käymisiltä matkan aikana. On tärkeää tuntea määränpäin esteettömyysolosuhteet mahdollisimman yksityiskohtaisesti. Ennakkotiedon, joka lähes poikkeuksetta saadaan internetin välityksellä, tulee olla saavutettavassa muodossa, jotta tuotettua esteettömyystietoa pystytään hyödyntämään. Saavutettavuus voidaan määrittellä teknologioiden ja toteutus- ja suunnittelustandardien kokonaisuudeksi, joka tekee verkkosivustojen käytöstä mahdollisen mahdollisimman monelle ihmiselle, mukaan lukien ne, joilla on jonkinlainen vamma. (World Tourism Organization 2015.)

*Kokonaisvaltaisen esteettömän luontomatkojen askelmerkit Kainuussa* -hankkeessa toteutetussa kyselytutkimuksessa kyselyyn osallistuneet vammaiset ja toimintarajoitteiset vastaajat kertoivat kokeneensa haasteita luontomatkojen suunnittelussa juuri ennakkotiedon osalta. Vastauksia analysoitaessa haasteet luokiteltiin kahteen pääkategoriaan: informaation löytämiseen ja informaation laatuun (kuva 2). (Järviluoma ym. 2021.)

- Yleinen ennakkotiedon löytämisen vaikeus ...
- ... tiedon huono saavutettavuus ...
- ... tiedon hajanaisuus ...
- ... sekä tiedon epätarkkuus ja riittämätön kattavuus
- Jos tietoa löytyykin, sen luotettavuus saattaa olla kyseenalaista
- Puutteet netissä olevissa esteettömien reittien ja luontokohteiden kuvauksissa
- Majoituspaikkoja ja sisätiloja koskevan esteettömyystiedon saanti

Kuva 2. Haasteet luontomatkaa suunniteltaessa. Avoimien vastausten yleisimmät teemat. (Järvi-  
luoma ym. 2021).

### **Digitaaliset palvelut esteetölässä matkailussa**

Matkailualan digitalisaatio tarjoaa matkailijoille paremmat mahdollisuudet löytää, ostaa ja nauttia matkailupalveluista. Matkailuyrityksille digitalisaatio tarjoaa mahdollisuuksia kehittää palveluita, tehostaa toimintaa ja kohdentaa viestintää. (TEM 2022.) Esteetömän matkailun digitalisaation osalta digitaalisten palvelujen tarjoamista koskevan lain (L 306/2019) vaatimukset on hyvä ottaa huomioon, mikäli halutaan tarjota matkailupalveluita yhdenvertaisesti, vaikka laki ei sitä suoraan yritykseltä velvoittaisi. Tämä tarkoittaa verkkosivujen osalta sitä, että verkkosisältöä voi käyttää erilaisilla avustavilla teknologioilla (kuten näkövammaisten käyttäjien ruudunlukuohjelmilla), erilaiset käyttäjät pääsevät sisältöön käsiksi ja pystyvät käyttämään toimintoja mahdollisista rajoitteista huolimatta ja sisältö toistuu oikein eri päätelaitteilla. Tiivistetysti saavutettavien digipalvelujen tulee olla teknisesti luotettavia, helppokäyttöisiä ja sisällön tulee olla ymmärrettävää. (Aluehallintovirasto n.d.)

Esteetömiä palveluita tarvitsevat matkailijat ovat erilaisia, ja heidän tarpeensa digitaalisiin palveluihin vaihtelevat vamman tai toimintarajoitteen mukaan (kuva 3). Yhden käyttäjäryhmän huomioiminen ei välttämättä riitä, jotta kaikki matkailijat voisivat käyttää palveluita yhdenvertaisesti. Esimerkiksi kuulovammaiset eivät voi kuulla videoiden sisältöä, joten videot ilman tekstitystä ovat heille hyödyttömiä. Näkövammaiset ja lukivaikeuksista kärsivät eivät välttämättä pysty saamaan tietoa palvelusta, jossa on huono kontrasti tai tieto esitetty epäloogisessa järjestyksessä. Esteetömiä digitaalisten palveluiden suunnittelussa on tärkeää huomioida kaikki käyttäjäryhmät. Yksi

tapa on tarjota sama sisältö useassa eri muodossa, kuten tekstinä, videona ja äänitallenteena. Näin jokainen käyttäjä voi valita itselleen parhaiten sopivan tavan käyttää palvelua. Sisällöntuotannossa huomiota tulee kiinnittää sisällön laatuun, luotettavuuteen ja kattavuuteen välineestä riippumatta. Tiedon tulee sisältää kaikki osa-alueet suhteessa palvelun käyttöön. (Aluehallintovirasto 2021; Celia 2018).



Kuva 3. Hankkeen kokemusasiantuntijat testaamassa Hossan kansallispuistossa Muikkupuron reittiä elokuussa 2022.

### **Digitaalisten ratkaisujen hyödyntäminen Luonto kaikille Kainuu -hankkeessa**

*Luonto kaikille Kainuu* -hankkeessa kokeiltiin useita erilaisia tapoja tuottaa esteettömyysviestintää digitaalisesti. Hankkeen tavoitteista johdetut toimenpiteet esteettömän luontomatkailutiedon digitalisoinnista, erityisesti reittien esteettömyyskuvaukset, toimivat johtoajatuksena eri kokeiluissa. Ensimmäisessä vaiheessa hankkeessa otettiin käyttöön, Kainuun luontomatkailukohteiden osalta jo laajasti käytössä olevan, Outdooractive-portaalin esteettömyysosio, jonka alle tuotettiin uudenlaiset esteettömyyskuvaukset valituista luontoreiteistä ja -

kohteista. Tekstisisältönä tuotetut esteettömyyskuvaukset luotiin kullekin vamma ryhmälle (liikuminen, kuulo, näkö ja ymmärtäminen) erikseen huomioiden kunkin käyttäjäryhmän erityispiirteet vaadittavan esteettömyystiedon osalta.

Esteettömyyskuvauksien tekstisisällöissä on usein yksityiskohtaista tietoa reittien pintamateriaalista, leveydestä, korkeuseroista ym. ja selkokielisen osion toteuttaminen siitä on haasteellista. Ongelman ratkaisemiseksi esteettömyyskuvauksien keskeinen tieto siirrettiin sähköiseen esteettömyyskuvailukarttaan, jossa reitti, taukopaikat, muut rakenteet ja huomiota vaativat reitin kohdat ovat helpommin hahmotettavissa. Visuaaliseen karttaan on tuotu keskeinen tieto reitin tai kohteen esteettömyyskuvauksesta.

Osa tekstimuodossa olleista esteettömyyskuvauksista luettiin äänitallenteiksi, jotka sisällytettiin linkkinä kirjoitettuun esteettömyyskuvailuun. Audiotallenteen avulla näkövammaisille ja kehitysvammaisille kyettiin tarjoamaan tekstisisällöstä audioksi muutettu esteettömyyskuvaus ihmisen lukemana joskus huonosti ääntävän suomenkielisen koneäänen sijaan.

Visuaalisen sisällöntuotannon osalta päädyttiin kokeilemaan Google Street View palvelua perinteisten valokuvien ja videoiden lisäksi. Googlen tarjoama Street View palvelu tarjoaa käyttäjille mahdollisuuden tutustua eri paikkoihin 360 asteen kuvien ja videoiden avulla Google Maps palvelussa (Google n.d.). Street View palvelun avulla esteettömiä palveluita tarvitsevat voivat tutustua majoituskohteisiin, ravintoloihin ja luontoreitteihin ennen kuin he matkustavat niihin. Tarkka kuvallinen ennakkotieto voi auttaa heitä tekemään valintoja suhteessa omaan toimintakykyyn. Vastaavia teknologioita on tarjolla myös muilla toimijoilla, mutta ilman Google Maps linkitystä. Google Street View -palvelun avulla valituista reiteistä toteutettiin koko reitin käsittävä 360-kuvanauha, jossa käyttäjä pystyy omaan tahtiin käymään koko reitin läpi omalla päätelaitteellaan reittiä seuraten ja samalla kyeten tarkkailemaan ympäristöä joka puolelta. Toteutetut Street View kuvanauhat linkitettiin Outdooractive-portaalin reittikuvauksiin.

Luontomatkailuun ja retkeilykohteen valintaan liittyy oleellisesti reitin tai käyntikohteen tarjoama elämyksellisyys ja reitin elämyksellisyys pyrittiin hankkeessa tuomaan esille kaikille käyttäjäryhmille. Luontoreitin esteettömyysviestinnän esimerkkikohteenä toimineelle Hepokönkään esteettömälle reitille toteutettiin kuvailutulkkauksen avulla kolme äänitallennetta, jotka kertoivat alueen historiasta, luonnosta ja vesiputouksesta. Kuvailutulkkaus tarkoittaa jonkin esineen asian tai vaikka luontoympäristön kuvailua näkövammaiselle henkilölle. Ehkä tunnetuin käyttötarkoitus kuvailutulkkaukselle ovat televisiosarjat ja elokuvat, jolloin näkövammaiselle katsojalle kuvaillaan



näyttelijöiden ilmeet ja eleet muiden tapahtumien lisäksi. Tavoitteena on sanallistaa näkövammaiselle tulkin visuaalisesti näkemä informaatio. (Näkövammaisten liitto n.d.)

Kuvailutulkaukset toteutettiin yhteistyössä ammattimaisen kuvailutulkin kanssa. Toteutetut kuvailutulkaukset eivät edustaneet kuvailutulkausta perinteisimmillään, vaan mukana on myös tarinnankerronnan elementtejä korostamassa reitin vetovoimatekijöitä. Esimerkiksi Hepoköngään putouksen kuvailutulkaukseen lisättiin informaatiota putouksen nimen etymologiasta ja ristiriitaisista tiedoista putouksen korkeuteen liittyen. Tallenteet yhdistettiin Outdooractive-portaalin teknologian mahdollistamana tiettyihin sijaintitietoihin reitin varrella, joista kuvailutulkaukset oli toteutettu. Mikäli käyttäjällä on reitillä liikkuessaan päällä Outdooractiven mobiilivellus, lähtee kukin kuvailutulkattu äänite automaattisesti pyörimään tietyssä sijainnissa reitillä.

Vaikka esteettömyyden edistäminen rakennetussa ympäristössä ei ollut hankkeen päätoimenpiteitä, kuului se esteettömän matkaketjun osalta olennaisesti hankkeen asialistalle. Mikäli esteettömälle luontoreitille ei pääse tai läheisessä matkakohteessa ei voi viettää aikaa, on turha haaveilla reitin käyttäjistä. Näin ollen hankkeen toimenpiteissä mukana ollut yritys päätti panostaa omaan esteettömyysviestintään. Yrityksen tarjoamiin majoitus- ja ravitsemispalveluihin toteutettiin hankkeen aikana esteettömyyskartoitus rakennetun ympäristön esteettömyyskartoittajan toimesta. Uutta teknologiaa testattiin Kajaanin ammattikorkeakoulun toteuttamissa huoneiden 360-kuvauksissa Matterport teknologian avulla. Matterport on teknologia, jonka avulla voidaan luoda 3D-mallinnuksia kuvattavasta tilasta digitaalisessa muodossa. Valitun tilan panoraamakuvausten lisäksi teknologialla on mahdollista yhdistää tiloja toisiinsa luoden realistisia pohjapiirustuksia koko rakennuksesta ja yhdistää kuviin lisätietoa, kuten mittatyökalun, linkkejä ym. (Matterport n.d.). Kartoituksessa saadut tiedot, kuten ovien mitat, luisien kaltevuudet ym., yritys on tuonut esille omien verkkosivujen esteettömyysoiossa, jossa ovat tekstisisällön lisäksi esillä Matterport teknologialla tuotetut 360-kuvat.

### **Pohdinta**

Toteutuakseen esteetön matkaketju vaatii koko matkailualueen yhteistä tahtotilaa ja mahdollistuu vain yhteistyöllä eri matkailualan toimijoiden sekä esteettömyys- ja kokemusasiantuntijoiden kesken. Uusiin teknologioihin pohjautuvilla ratkaisuilla voidaan tämän jälkeen lisätä esteettömiä palveluita tarvitsevien asiakkaiden ennakkotietoa päätöksenteon tueksi. Edellä esitellyn kaltaiset uusien teknologioiden kokeilut eri matkakohteissa ja matkailualan yrityksissä ovat tässä avainasemassa. Vastaavanlaisia päänavauksia tarvittaisiin myös matkakohteiden markkinointiviestin-

nässä, joka edelleen on valitettavan yksipuolista. Markkinointiviestinnän tulisi olla nykyistä monimuotoisempaa ja edustaa erilaisia ihmisiä ja elämäntapoja. Näin voidaan varmistaa, että markkinointi on saavutettavaa ja houkuttelevaa mahdollisimman laajalle kohderyhmälle.

Työmaata esteettömän matkailun osalta riittää yhtäältä matkailualan toimijoiden osaamisen lisäämisessä ja toisaalta esteettömiä palveluita tarvitsevien asiakkaiden kyvyssä löytää ja hyödyntää uudella tavalla tuotettua tietoa. Kohteen tai palvelun vertaisarviointi oman käyttäjäryhmän kesken tulee vielä pitkään olemaan avainasemassa kohderyhmän tiedon etsinnässä ja luotettavuudessa, mutta uudet teknologiat tuovat lisämahdollisuuksia reflektoida muiden käyttäjien kokemuksia suhteessa omaan toimintakykyyn. Esteetön matkaketju alkaa tiedon etsinnästä päättyen kokemusten jakamiseen muille käyttäjille, ja palveluntarjoajan näkökulmasta eri osa-alueissa onnistuminen mahdollistuu yhteistyöllä ja uusilla poikkialaisilla ratkaisuilla.

#### **Hankeinfo:**

*Kokonaisvaltaisen esteettömän luontomatkailun askelmerkit Kainuussa* -hanke. Hankkeen toteutusaika 1.6.2021 – 31.8.2023. Rahoittaja Maaseuturahasto (EMR), kustannusarvio 172 488 €. Toteuttajat KAMK ja Suomen Paralympiakomitea.

#### **Hankeinfo:**

*eNature – esteetön luontomatkailu* -hanke. Hankkeen toteutusaika 1.9.2021 – 31.12.2023. Rahoittaja Maaseuturahasto (EMR, rahoitus 113 675 €). Toteuttajat KAMK ja Suomen Paralympiakomitea.

#### **Lähteet**

Aluehallintovirasto 2021. Videoiden ja äänilähetysten saavutettavuus. Saatavilla 19.10.2023 <https://www.saavutettavuusvaatimukset.fi/digipalvelulain-vaatimukset/videoiden-ja-aanilahe-tysten-saavutettavuus/#mitkä>

Aluehallintovirasto. (N.d.). Digipalvelulain vaatimukset. Saatavilla 19.10.2023 <https://www.saavutettavuusvaatimukset.fi/digipalvelulain-vaatimukset/>

Buhalis, D. & Michopoulou, E. (2011). Information-enabled tourism destination marketing: Addressing the accessibility market. <https://doi.org/10.1080/13683501003653361>

Celia 2018. Saavutettavuusdirektiivin tupareiden jatkot – saavutettavuuslaskuri käynnistyi. Saatavilla 19.10.2023 <https://www.celia.fi/saavutettavuus/>

Google (N.d.). Google Street view. Saatavilla 19.10.2023 <https://www.google.com/streetview/>

Halonen, K., Parviainen, J., Rissanen, P., Räsänen, P. & Röksä, I. (2021). Inklusiivisen matkailun opas. Visit Finland. Saatavilla 19.10.2023 [https://www.businessfinland.fi/497013/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2021/inklusiivisen\\_matkailun\\_opas\\_2021.pdf](https://www.businessfinland.fi/497013/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2021/inklusiivisen_matkailun_opas_2021.pdf)

Järviluoma, J., Heikkinen, A. & Rissanen, P. (2022). Esteetön matka Kainuun luontoon : kyselytutkimus vammaisille ja toimintarajoitteisille. Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B Raportteja ja selvityksiä 145. 42 s. <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-7219-99-7>

L 306/2019. Laki digitaalisten palvelujen tarjoamisesta. 15.3.2019. <https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2019/20190306>

Matterport (N.d.). How Matterport works. Saatavilla 19.10.2023 <https://matterport.com/how-it-works>

Michopoulou, E., Darcy, S., Ambrose, I. & Buhalis, D. (2015). Accessible tourism futures: the world we dream to live in and the opportunities we hope to have. <https://doi.org/10.1108/JTF-08-2015-0043>

Neumann, P. & Reuber, P. (2004). Economic Impulses of Accessible Tourism for All. Study commissioned by the Federal Ministry of Economics and Labour (BMWA), Berlin, Germany.

Näkövammaisten liitto (N.d.). Kuvailutulkkkaus. Saatavilla 19.10.2023 <https://www.nkl.fi/fi/kuvailu-ja-kuvailutulkkkaus>

Työ- ja elinkeinoministeriö (2022). Elämykset levenä, palvelut digitaalisina – Digitalisaatio mullistaa myös matkailualaa. Saatavilla 19.10.2023 <https://valtioneuvosto.fi/-/1410877/elamykset-livena-palvelut-digitaalisina-digitalisaatio-mullistaa-myos-matkailualaa>

Visit Finland (2020). Digitaalisen asiakaskokemuksen käsikirja. Saatavilla 19.10.2023 [https://www.businessfinland.fi/497f30/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2020/digitaalisen\\_asiakaskokemuksen\\_kasikirja\\_destinaatioille\\_2020.pdf](https://www.businessfinland.fi/497f30/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2020/digitaalisen_asiakaskokemuksen_kasikirja_destinaatioille_2020.pdf)

World Tourism Organization (2015). Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas – Módulo II: Cadena de accesibilidad y recomendaciones. <https://doi.org/10.18111/9789284416509>

World Tourism Organization (2016a). Manual on Accessible Tourism for All: Principles, Tools and Best Practices – Module I: Accessible Tourism – Definition and Context. <https://doi.org/10.18111/9789284418077>

World Tourism Organization (2016b). Recommendations on Accessible information in Tourism. World Tourism Organization. <https://doi.org/10.18111/9789284417896>



MAASEUTU.FI



Euroopan maaseudun  
kehittämisen maatalousrahasto:  
Eurooppa investoi maaseutualueisiin

## 10 Vesistömatkailun kehittäminen Kainuussa, Pasi Korhonen

Kainuu allekirjoitti yhteistyösopimuksen liittymisestä Järvi-Suomen matkailun suuralueeseen vuonna 2019 ja uusi Arctic Lakeland -brändi lanseerattiin Matkamessuilla tammikuussa 2020. Vesistömatkailun palvelu- ja tuotetarjonta ja niiden tuotteistaminen on ollut maakunnan alueella vähäistä. Tarjolla on ollut yksittäisiä välinevuokraajia ja joillakin alueilla on tehty jo aiemmin reititkehitystä, mutta kokonaisuutena vesistöihin pohjautuvat matkailutuotteet ovat olleet harvassa. Vesistöjen luomaa potentiaalia ei ole saatu hyödynnettyä kunnolla. Erityisesti mielenkiintoisista rantautumis- ja vierailukohteista on pula. Järvi-Suomen pohjoisimpana alueena Kainuussa on tarve panostaa vesistömatkailuun.

Vesistöjen matkailullisen kehittämisen tärkeimpiä kulmakiviä ovat reitit ja niiden varsilla olevat palvelut. Elävä Kainuu Leader yhdessä Oulujärvi Leaderin kanssa rahoitti parivuotisen *VEKE – Vesistömatkailun kehittäminen Tervareitillä Kuhmossa, Sotkamossa ja Kajaanissa* -kehittämishankkeen, jossa pääpaino oli juuri näiden kehittämisessä. Kajaanin ja Kuhmon kaupungit sekä Sotkamon kunta keskittyivät vesistömatkailun infran ja olosuhteiden kehittämiseen. Kajaanin ammattikorkeakoulun toteutuksessa pääpaino oli reittien ja kohteiden tuotteistamisessa sekä palveluiden kehittämisessä.

Kuhmossa investoitiin Annanniemen venesatamaan, Maakunnanrannan venerantaan, Talvisotamuseon venerantaan, Ruukinrannan uimarantaan sekä viiden uimalaiturin uudistamiseen. Satamien ja venerantojen kunnostustöissä uusittiin veneluiskoja, laitureita ja poijuja. Hankkeen tuloksena syntyi uusia melontalaitureita tai kunnostettiin vanhoja. Useammassa kohteessa panostettiin esteettömyyteen.

Sotkamon kunnalla oli tavoitteena toteuttaa uusia lähtö- ja paluupaikkoja vesillä liikkumiseen sekä rakentaa ja kunnostaa erilaisia kohteita, kuten laavuja ja uima- tai venepaikkoja. Sotkamon keskustan alueella yhtenä merkittävimmistä saavutuksista rakennettiin Eskosaareen uusi esteetön laiturin ja laavun kokonaisuus. Hankkeessa myös mm. kunnostettiin ja kohennettiin uimaran-toja Sotkamon ja Vuokatin alueella.

Kajaanissa hankkeen painopiste oli Rehjansaaressa. Sinne rakennettiin ja kunnostettiin useita laavuja, keittokatoksia, nuotiopaikkoja ja laitureita sekä raivattiin ja ehostettiin saarta kokonaisu-

tena (kuva 1). Rehjasta on muodostumassa Kajaaniin toinen vetovoimainen saarikohde Ärjän vastapäiksi. Saari palveluineen onkin Nuasjärven puolella vesistömatkailun kehittymisen kannalta erittäin tärkeä niin melojille kuin veneilijöille.



Kuva 1. Uusi puolikota Rehjansaarella. Kuva Pasi Korhonen.

Kajaanin osahankkeessa myös selvitettiin kanavayhteyden rakentamista Nuasjärven ja Oulujärven välillä, joka laajentaisi vesistöt yhdeksi suuremmaksi vesistöalueeksi. Tarkastelun perusteella kanava Koivukoski - Ämmäkoski välille on teknisesti mahdollinen, mutta se on kallis ja myös haastava toteuttaa. Kokonaisuuden kustannusarvio oli noin 20–25 miljoonaa euroa. Samalla selvitettiin myös veneiden siirtopalvelua järvien välillä, mutta sen ei koeta kasvattavan vetovoimaa ja sen toteuttamisessa koetaan useita haasteita.

Kuntien parantuneet olosuhteet ja reitit hyödyttävät paikallisia asukkaita edistämällä liikkumismahdollisuuksia omilla kotivesillä, mutta samalla tarjoavat yritystoiminnalle uusia mahdollisuuksia kehittää vesistömatkailun liiketoimintaa. Hankkeen aikana on myös löytynyt edelleen jatkokehitettäviä kohteita. Töitä vesistöjen virkistyskäytön olosuhteiden kehittämässä siis riittää myös tulevina vuosina.

## Vesiretkeilyreittien tuotteistaminen

Kajaanin ammattikorkeakoulun toteutuksen tärkeimpiä tavoitteita *VEKE*-hankkeessa oli reittien tuotteistaminen. Vesistöjen tarjoamat mahdollisuudet oli tuotava paremmin esille niin matkailijoille kuin paikallisille. Tietoisuuden ja samalla vetovoiman kasvattaminen olivat hankkeen ydintä.

Luontainen ja perinteikäs Kainuun Tervareitti yhdistää hankealueen kuntia muodostaen laajan ja vetovoimaisen vesistömatkailuun mainiosti soveltuvan aluekokonaisuuden. Tervareitin lähtöpiste on Kuhmon pohjoisosassa Lentiiran ja Vartiuksen välillä olevan Änättijärven rannalla. Täältä vedet johdattelevat Lentiiran, Iivatiiran ja Lentuan kautta Kuhmon keskustaan, josta yhtenäinen reitti jatkuu edelleen kohti Ontojärveä. Ontojoella vastassa on kaksi voimalaitosta, mutta sen jälkeen yhtenäinen, veneiltävä, vesialue jatkuu Kiimasjärven kautta Sotkamon keskustaan ja edelleen Tenetin kautta Nuasjärvelle ja aina Kajaaniin saakka. Reitin kokonaispituus on noin 220 kilometriä, josta Kuhmon alueella kulkeva osuus noin 145 km.

Vesillä liikkumisen muodot ovat lisääntyneet viime vuosina. Erityisesti sup-lautojen ja vesiskoottereiden määrä on kasvanut, mutta myös huviveneilyn suosio kasvaa (kuva 2.). Hankkeessa tuotteistettiin vesistöreittejä pääosin melontaan ja sup-lautailuun, mutta moni reitti on kuljettavissa toki veneelläkin. Lisäksi tuotettiin veneilijöitä palvelevat vesiretkeilykartat, joista löytyvät rantautumis- ja käyntikohteet sekä muut palvelut.



Kuva 2. Sup-lautailijat Jäätiönlahdella. Kuva Loru Creative.

Kaikista reiteistä on kirjoitettu reittikuvaukset ja niiden varsilla olevat taukopaikat ja käyntikohteet on esitelty. Reittikuvaukset kirjoitettiin Outdooractive-ulkoiluportaaliin, jonka kautta visit-organisaatiot, kunnat ja esimerkiksi yrittäjät voivat sisällyttää tuotetun sisällön sivuilleen. Lyhyempiä reittejä tuotettiin Kuhmoon kuusi, Sotkamoon neljätoista ja Kajaaniin kahdeksan.

Osa Sotkamon ja Kuhmon reiteistä esitellään myös uudella virtuaalisella alustalla. Reiteistä on otettu 360-kuvamateriaalia ja niistä on koottu web-pohjainen 360-reittiesittelymateriaali. Reittiin voi tutustua etukäteen liikkumalla alustalla pisteestä toiseen ja katselemalla ympärillä avautuvia maisemia. Myös reittien varrella oleviin kohteisiin voi käydä kurkistamassa, sillä myös niitä on liitetty reittiesittelyihin.

Kaikki reittien ja kohteiden materiaali kootaan Arctic Lakeland -sivuille vesistömatkailu-teeman alle. Ja ainakin kuntakohtainen materiaali löytyy jatkossa myös kuntien ja alueiden sivuilta. Hankkeessa tuotetut reittiesitteet ja kartat palvelevat niin matkailijoita kuin paikallisia.

### **Jatkuvuutta ylläpitoon ja kehittämiseen**

VEKE-hankkeen myötä on otettu tärkeitä askeleita vesistömatkailun reittien kehittämisessä. Erytisesti Kuhmossa on jo aiemminkin panostettu vesistöjen matkailulliseen hyödyntämiseen, mutta toiminta kaipaa jatkuvaa aktivointia. Tämän hankkeen ohella Metsähallituksen Luontopalvelut käynnisti oman *Kuhmon KIVA* -hankkeen, jonka ensimmäisessä vaiheessa kartoitettiin itse reitit sekä niiden varsilla olevien taukopaikkojen kunto. Seuraavassa vaiheessa tarkoitus olisi panostaa niiden kunnostukseen.

Kajaanin ja Sotkamon suurimmat puutteet ovat rantautumiskohteiden vähäisyys. Rehjansaari palvelee niin Kajaanin kuin Sotkamon ja Vuokatin suunnalta tulevia vesillä liikkujia. Saaren ja sen toimintojen jatkuva kehittäminen on tärkeää. Siitä voi muodostua tunnettu ja haluttu, houkutteleva retkikohte, ja Kajaani voi sen myötä profiloitua yhä enemmän Järvi-Suomen kaupungiksi ja lomakohteeksi.

Sotkamossa Eskosaaren uudistaminen palvelee retkeilijöitä ja liikkujia ympäri vuoden. Sijainti aivan keskustassa ja rakenteiden esteettömyys tuo aivan uudenlaisen saarikohteen. Sotkamon ja Vuokatin taajamien välillä on useita rantautumiskohteita, mutta niiden ulkopuolella ei juuri lainkaan. Isojen järvien saariin tai rannoille olisi saatava uusia kohteita. Niin veneilijät kuin melojat kaipaavat lisää taukopaikkoja, mielenkiintoisia käyntikohteita ja jopa yöpymisen mahdollistavia rantautumispaikkoja. Melonnan kannalta tärkeää olisi myös saada kunnostettua houkuttelevia jokireittejä. Samat rakenteet voisivat palvella myös koskikalastajia.



Vesillä liikkumisen ohella myös kalastus on tärkeä vesistömatkailun muoto. Nykyisin koko Kainuun alueella on tarjolla vain muutama kalastusmatkailutuote. Potentiaali olisi kuitenkin valtava. Viime vuosikymmenellä aloitettu työ koskien, järvien ja muiden kalastuskohteiden esiin nostamiseksi on melkein unohdettu. Tarvitaan yrittäjiä, jotka lähtevät rohkeasti tuotteistamaan kalastusta eri muodoissa. Samalla toki kaivataan kalastuskohteiden ylläpitäjiltä aktiivisia toimia olosuhteiden kehittämisessä.

Erilaiset elämykselliset vesistöaktiviteetit sekä hyvin hoidetut reitit ja rantautumis- ja taukopaikat ovat vesistömatkailun kehittämisen perustuksia. Vesistöihin pohjautuvan kotimaisten ja kansainvälisten matkailun kehittäminen toki edellyttää myös hyvää asiakastuntemusta. Pidempijänteisellä kehittämisellä ja uudenaikaisilla palvelukonsepteilla voidaan vesistömatkailusta kehittää kannattavaa liiketoimintaa entistä laajemmin.

#### Hankeinfo:

*VEKE – Vesistömatkailun kehittäminen Tervareitillä Kuhmossa, Sotkamossa ja Kajaanissa* -kehittämishankkeen päätavoite oli vesistömatkailun kehittäminen. Kajaanin ja Kuhmon kaupungit sekä Sotkamon kunta keskittyivät vesistömatkailun infran ja olosuhteiden kehittämiseen. Kajaanin ammattikorkeakoulun toteutuksessa pääpaino oli reittien ja kohteiden tuotteistamisessa sekä palveluiden kehittämisessä. Hankkeen toteutusajaksi 1.4.2022–31.12.2023. Rahoitus Maaseuturahasto (EMR-rahoitus), Elävä Kainuu Leader yhdessä Oulujärvi Leader kanssa, kustannusarvio 135 000 €.



Euroopan maaseudun  
kehittämisen maatalousrahasto:  
Eurooppa investoi maaseutualueisiin



## 11 Pyörämatkailuinfrastruktuurin kehittämisen reittimerkkejä, Pasi Korhonen

Pyöräily ja etenkin maastopyöräily ovat olleet lajeina kovassa nosteessa viimeiset vuodet. Suomessa myytiin vuonna 2019 yhteensä 256 000 polkupyörää. Määrä on kasvanut hitaasti sillä vuonna 2022 myytiin noin 272 000 uutta pyörää. Eniten myydään tavalliseen kaupunkiajoon tarkoitettuja pyöriä (42 %), lastenpyöriä (32 %) ja maastopyöriä (16 %). Sähköpyörien osuus kasvaa myös Suomessa voimakkaasti. Vuonna 2019 sähköpyörien osuus myydyistä uusista pyöristä oli 6 %, vuonna 2021 noin 12 % ja vuonna 2022 jo 16 %. Kehitystä vauhdittaa työsuhdepolkupyöräedun käyttöönotto vuonna 2021. Vuonna 2022 noin 65 % myydyistä työsuhdepyöristä oli sähköpyöriä. Sähköpyörien kysyntä kasvaa erityisen voimakkaasti myös matkailussa. Vuonna 2021 saksalaisista pyörämatkailijoista jopa 42 % käytti sähköpyörää ja Alankomaissa peräti 52 % (ADFC 2022).

Myös matkailukeskukset ja kunnat ovat heränneet pyöräilybuumiin. Jokainen alue haluaa olla mukana aallon harjalla ja siksi erityisesti maastopyöräily ja gravel-reittejä halutaan nyt rakentaa kaikkialle. Ennen reittihankkeen pystyttämistä ja reittikehittäjän palkkaamista kannattaisi kuitenkin kysyä kaksi kriittistä kysymystä: Mihin reittirakentamisella pyritään? Kenelle reittejä rakennetaan? On siis syytä ensin määritellä tavoitteet. Hyviä maastoja reitteihin meillä on kaikkialla, mutta tavoitteiden asettaminen määrittelee reittikehittämisen raamit.



Kuva 1. Vetovoimaiset luontokohteet houkuttelevat maastopyöräilijöitä. Lakisuon laavu, Paljakka.

Kuva: Samu Rytönen / Fade Creative.

Pyöräily ei ole vain pyöräilyä, vaan sen alla on monta lajia, joista yksi on maastopyöräily. Mutta myös maastopyöräily jakautuu alalajeihin, tosin lajikirjon määritelmät ovat hyvin häilyvät. Lajien reittivaatimukset ja niissä käytettävät pyörät vaihtelevat. Se mitä yleisesti pidetään maastopyöräilyreitteinä, on usein XC (crosscountry) -reitti, jossa pyöräillään vaihtelevassa maastossa poluilla ja metsäteillä. Reitit eivät ole liian vaativia teknisyydeltään, eivätkä maastonmuodoiltaan. Enduro (All mountain) vaatii jo haastavampia polkuja ja pyörät ovat täysjousitettuja. DH eli downhill on vauhdikasta alamäkiajaja, joissa radat ovat pitkälle rakennettuja ja niissä on bermejä (kallistuksia), siltoja, polkuja, hyppyreitit ja droppeja. DH:ta pääsee ajamaan monessa laskettelukeskuksessa kesäkausina. Gravel-pyörät ovat leveärenkaisia maantiepyörän kaltaisia pyöriä, jotka soveltuvat erityisesti sorateillä ajamiseen. Reitti voi poiketa myös helpoille maastopoluille.

### **Millainen on hyvä pyöräilyreitti?**

Reittikehittäminen pitäisi ensi sijassa tehdä asiakkaiden näkökulmasta. Reittejä rakennetaan aina käyttäjille. Jollemme ymmärrä käyttäjiä, menee työ helposti pieleen. Siksi kohderyhmän määrittely jo alussa raamittaa koko työtä. Samalla olisi hyvä pohtia tavoiteltuja käyttäjämääriä. Nämä asettavat kehykset reitistön määrälle ja laadulle.

Maastopyöräilijä kaipaa reitiltä kiinnostavuutta niin reitin ajo-ominaisuuksien kuin reitin kohteiden ja maisemien osalta. Reitit tulisi olla kokemuksellinen ajettava luontokokemusten ja ajettavuuden osalta. Kauniissa maisemissa, upeisiin luontokohteisiin vievä reitti on vetovoimainen. Reittirakentaja voi miettiä, näkykö unique selling point (USP) eli kilpailijoista erottautumistekijät reitillä. Mikä tekee reitistä ainutlaatuisen?

Reitiltä haetaan myös haasteita ja seikkailullisuutta, olipa ajaja sitten aloitteleva tai jo mestari. Reittirakentamisessa tärkeä ohjenuora on kohderyhmän mukaisen haasteellisuuden huomioiminen. Fyysinen haastavuus ja reitin teknisyyt muodostavat yhdessä haasteellisuuden tason. Reitit tulisi olla sopivan haastava ajajan tasoon nähden. Taitavalle kuljettajalle suunniteltu reitti voi näyttäytyä maallikon silmin mahdottomana. Toisaalta seikkailullisuutta tuovat myös vaikkapa puron ylitykset tai pitkospuut.

Maastopyöräilyreitillä toivotaan olevan hyvä flow, eli se on rullaava, eteenpäin vievä, jossa on hyvä rytmi. Tähän kytkeytyy leikkisyys. Juuri leikkisyys onkin toivotuimpia ja tärkeimpiä ominaisuuksia. Kuinka saadaan pyöräilijän naama hymyyn? Se ei onnistu vaarallisuuden kautta, vaan flow:n ja leikkisyyden. Kuinka tehdä matkasta kohteeseen nautinto?



Kuva 2. Nousut ja laskut, kivet ja juurakot sekä muut esteet luovat haasteita reiteille. Vuokatinvaaralla. Kuva: Roni Lukkarinen / Loru Creative.

Maastopyöräilijä, erityisesti kokenut, haluaa ajaa mieluummin polkuja pitkin kuin metsäautoteitä. Reitillä ei myöskään saisi olla liikaa työntämistä tai kantamista. Nämäkin osuudet ovat kuitenkin sallittuja, erityisesti vaativimmilla reiteillä.

Usein reitit rakennetaan olemassa olevaan reittiverkoston, vanhoille pohjille. Olisi kuitenkin tärkeää rakentaa jotkin reitit maastopyöräilijän ehdoilla. Onnistunut, kiinnostava reitti voi olla kokonaan rakennettu tai luomupolku tai jotain siltä väliltä. Toimiva reitti voidaan kyllä saada aikaiseksi jo olemassa olevaan reitistöä hyödyntäen, mutta suunnitteluvaiheessa mielessä on syytä pitää kohderyhmä.

Vetovoimainen maastopyöräilyreitistö kaipaa jonkun yksittäinen erityisen vetovoimaisen reitin. Kaikkien reittien ei tarvitse olla viimeisen päälle rakennettuja, mutta johonkin tai joihinkin kärkireitteihin kannattaa panostaa muita enemmän. Monesti reitin mittaa tärkeämpää on sen ominaisuudet eli laatu korvaa jossain määrin määrän. Toki pyörämatkailija kaipaa useammaksi päiväksi ajettavaa ja siksi määräkin on yksi erittäin tärkeä matkan ostopäätökseen vaikuttava tekijä.

Pyörämatkailuinfrastruktuuria kehitettäessä olisi hyvä tähdätä toimivaan kokonaisuuteen, jossa olisi tarjolla laadukkaita eri tasoisia reittejä ja palveluita. Matkailukeskusten yhteyteen olisi usein helposti toteutettavissa pyöräilypuisto tai trailpark, jossa olisi joku lyhyt, mutta pitkälle raken-

nettu reitti eritasoisine ajolinjauksineen sekä maastoajon ja pumppark-ajon yhdistävä harjoitusalue erilaisina pintoineen. Näiden yhteydessä olisi toki hyvä olla laadukas pyörävuokraamo ja tarjolla maastopyöräilyn opetusta.

Pyörämatkailun kannalta suurin osa asiakkaista, noin 95 %, toivoo helppoja tai keskivaativia reittejä. Korkeuseroja saa olla jonkin verran, muttei liikaa. Maisemat ja kohteet, hyvät taukopaikat, sen sijaan ovat tärkeitä. Sähköpyöräilyn yleistyessä reittien pituus saa jonkin verran kasvaa. Matkailun näkökulmasta myös tarjolla oleva vuokrakalusto kannattaa huomioida reittisuunnittelussa. Maastopyöräilymatkailun kehittämisen näkökulmasta tarvitaan kuitenkin myös vetovoimaisia aktiiviharrastajille rakennettuja reittejä, sillä he ovat kohteen imagon kannalta tärkeitä.



Kuva 3. Laadukkaat ja hyvin hoidetut taukopaikat kasvattavat reitin vetovoimaisuutta. Ainolan kota ja laavu, Vuokatti. Kuva: Roni Lukkarinen / Loru Creative.

Suomessa ei vielä ole yhtenäistä maastopyöräilyn reittiluokitusta. Työ on kuitenkin käynnistetty vuoden 2023 aikana Suomen Ladun Ulkoilun olosuhteiden toimikunnan toimesta. Tulevaisuudessa toiveena on saada myös yhteinen reittikehittämisopas, jossa olisi määritelty reittirakentamisen ja ylläpidon laatukriteeristö ja ohjeita reittien suunnitteluun ja rakentamiseen.

Reittien ylläpito kannattaa huomioida jo suunnitteluvaiheessa. Reitistöhan ei ole vain kertaluontoinen investointi, vaan pysyäkseen houkuttelevana se vaatii jatkuvaa ylläpitoa (kuva 4). Esimerkiksi käytöstä johtuva kuluminen ja eroosio pitäisi pystyä huomioimaan jo suunnitteluvaiheessa, niin ylläpidossa saadaan säästöjä.



Kuva 4. Pitkospuut tuovat reitille haasteita ja niiden rakentamisessa on otettava pyöräilijä huomioon. Kuva: Pasi Korhonen.

Matkailukeskuksissa reitistö tulisi nähdä osana vetovoimaa lisäävänä matkailuinfrana, joka vaatii jatkuvaa huolenpitoa pysyäkseen vetovoimaisena ja turvallisena. Suunnittelussa ja rakentamisessa olisi hyvä ottaa mukaan siihen erikoistuneita tekijöitä, jolloin on mahdollista päästä onnistuneempaan kokonaisuuteen ja toteutukseen. Toki suurimmassa osassa maata maanomistusolot aiheuttavat haasteita reittikehittämisen näkökulmasta. Paikallisten asukkaiden ja maanomistajien kuuleminen jo suunnittelun alkuvaiheessa on ensiarvoisen tärkeää.

## **Reitillä pysyminen**

Asiakaspalautteet kertovat paljon alueen onnistumisesta. Myös reittien ylläpitäjät tekevät tärkeitä huomioita. Kehittämistyössä olisi kuunneltava ja otettava opiksi näistä palautteista. Pyörämatkailijoiden yksi yleisimmistä kommentteista liittyy lähtöpaikkoihin. Aivan liian usein on haastava löytää reittien lähtöpaikat. Monesti majoituksesta polun päähän on vaikea löytää. Usein myös kartoista ja erityisesti markkinointimateriaaleista ei löydy oikeaa virallista lähtöpaikkaa.

Reittiopastus tuottaa myös monissa paikoin haasteita. Opastekokonaisuuden tulisi olla yhtenäinen, selkeän johdonmukainen, looginen ja heloposti ymmärrettävä. Opastekokonaisuudella tarkoitetaan maastossa olevia opastetaulujen, karttojen, viittojen ja reittimerkkien kokonaisuutta. Lähtöpaikoilla ja isommissa risteyksissä olisi oltava kartat, joihin on merkitty "olet tässä" -piste. Viitoituksen ja reittimerkkien tulisi muodostaa kokonaisuus, jatkuva merkintä, siten, että maastopyöräilijä ennättää ne huomioimaan myös kovemmasta vauhdista ilman eksymisen vaaraa. Maastossa toimii edelleen oikein hyvin maalimerkinnot puissa ja kivissä, eli jokaiseen risteykseen ei tarvita kalliimpaa viittaa. Hyvä ja tarkka viitoitus- tai opastesuunnitelma on reitillä pysymisen lähtökohta.

Nykyisin moni reitti on vain digitaalisesti opastettu. Tämä tuo toisaalta entistä helpommin entistä enemmän reittejä tarjolle, mutta samalla se tuo haasteen reitillä pysymiseksi. Pyörien sähköistyminen entisestään tulee todennäköisesti helpottamaan tätä haastetta. Jo nyt, siellä missä mobiiliverkko on toimiva, puhelimen avulla voi helposti suunnistaa pitkin polkuja. Tarjolla on monia alustoja, joista voi löytää itselleen sopivia reittejä. Aktiiviset maastopyöräilijät käyttävät jälki.fi, MTBreitti.fi, TrailMap tai Strava tyyppisiä palveluja. Sen sijaan suurin osa matkailijoista löytää reitit ja reittikuvaukset esim. visit-organisaatioiden nettisivujen kautta. Kainuussa reitit on keskitetyt viety Outdooractive-palveluun. Tällaisilla alustoilla reiteistä on mahdollista antaa enemmän tietoa jo suunnitteluvaiheessa.

## **Pyöräily-ystävälliset palvelut**

Pyörämatkailuun kytkeytyvä infrastruktuuri ei ole vain reittejä. Se toki kattaa reitit ja niiden rakenteet lähtöpisteineen ja viitoituksineen sekä niiden taustalla olevat turvallisuuden ja riskienhallinnan, mutta myös erilaiset palvelut. Joko yksityisen tai julkisen sektorin ylläpitämiä pyörämatkailun palveluja ovat esimerkiksi huoltopisteet, pesupaikat ja pyöräsäilytykset.

Pyöräilijät kaipaavat reittien lisäksi palveluja. Reittien tuoma matkailutulo tulee pääsääntöisesti palvelutarjonnan kautta ja siksi kannattaa miettiä, miten reittikehittäminen tukee palveluiden

käyttöä. Tuntemalla kohderyhmän tarpeet ja vastaamalla niihin, myös reittikehittämisen kautta voidaan kasvattaa matkailijan viipymää.

Pyöräily-ystävälliset palvelut tukevat positiivista asiakaskokemusta. Asiakaskokemus muodostuu jokaisessa asiakaspolun vaiheessa. Ennakkokokemuksen aikaan haetaan inspiraatiota ja tietoa ennen ostopäätöstä. Ydinkokemuksen eli kokemusvaiheen aikana pyörämatkailija käyttää erilaisia palveluita, kuten majoitus, ravintola tai kahvila, pyörävuokraamo, pyörähuolto, matkailukohde sekä liikkumiseen ehkä bussit ja taksit. Ja kokemukset halutaan myös jakaa jo matkan aikana, mutta myös sen jälkeen. Suomen pyörämatkailukeskus on lanseerannut Tervetuloa pyöräilijä -tunnuksen ([bikeland.fi](http://bikeland.fi)). Myös Kainuussa on jo useita yrityksiä ottanut tämän tunnuksen käyttöön. Tunnus kertoo, että pyöräilijä ja hänen tarpeensa on huomioitu yrityksessä.

Sähköpyörien yleistyminen tulee lisäämään palvelujen tarvetta. Sähköpyörät mahdollistavat aiempaa pidemmät reitit yhä useammalle, mutta ne tuovat myös haasteita. Sähköpyörät ovat kalliimpia investointeja ja ne myös painavat enemmän. Tarvitaan siis turvallisempia pysäköintitiloja ja enemmän akkujen latausmahdollisuuksia. Ja näitä palveluja olisi hyvä olla tarjolla paitsi majoituskohteissa myös esimerkiksi ravintoloissa, vierailukohteissa ja julkisen liikenteen asemilla.

Hyvin suunniteltu ja toteutettu reitti ja reitistö ovat matkailijan näkökulmasta erittäin tärkeä motiivi matkalle lähtöön. Pyöräily-ystävälliset palvelut tukevat päätöstä. Siksi näihin kannattaa panostaa ja ne olisi nostettava kunnolla esille matkailumarkkinoinnissa yhtenä kärkenä.

#### **Hankeinfo:**

Kajaanin ammattikorkeakoulun *Pyörällä maastoon – Pyörämatkailun kehittäminen Kainuussa* -hanke on tukenut kuntia ja kehittäjiä pyörämatkailun ja erityisesti maastopyöräilyn kehittämisessä. Toteutusaika 1.1.2022 – 31.12.2023. Rahoitus Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelma 2014–2020 (siirtymäkausi 2021–2022), Kainuun ELY-keskus, kustannusarvio 111 798 €.



## Lähteet

ADFC. (2022). ADFC Bicycle Travel Analysis for the 2021 cycling year 2022. Saatavilla 25.5.2023 [https://www.adfc.de/fileadmin/user\\_upload/Expertenbereich/Touristik\\_und\\_Hotellerie/Radreiseanalyse/Downloads/ADFC\\_Bicycle\\_Travel\\_Analysis\\_2022.pdf](https://www.adfc.de/fileadmin/user_upload/Expertenbereich/Touristik_und_Hotellerie/Radreiseanalyse/Downloads/ADFC_Bicycle_Travel_Analysis_2022.pdf)

Kauppinen, J. & Laukkanen H. (2020). Ylläs, the Capital of Mountain Biking in Lapland. Bike Master Plan. Ylläs ympärivuotiseksi -hankeen julkaisematon raportti. Ylläksen matkailuyhdistys ry, 18.12.2020.



MAASEUTU.FI



Euroopan maaseudun  
kehittämisen maatalousrahasto:  
Eurooppa investoi maaseutualueisiin

## **Matkailututkimuksilla lisää tietoa aluevaikuttavuudesta**

## 12 Suomussalmen matkailun aluetaloudelliset vaikutukset vuonna 2021, Jari Järviluoma

Matkailu tuo kuntiin aluetaloudellisia hyötyjä, mutta kuinka paljon? Helppoa vastausta kysymykseen ei ole. Matkailu on rajoiltaan tulkinnanvarainen toimialaryvä ja monitahoisuutensa takia sen liikevaihtoja tai henkilötöyvuosia ei ole poimittavissa yksiselitteisellä tavalla Tilastokeskuksen kunnittaisesta toimipaikkatilastosta tai muistakaan tilastolähteistä. Matkailun suhteellinen merkitys myös vaihtelee kunnasta toiseen. Joissakin kunnissa huomattava siivu esimerkiksi ravitsemistoiminnan liikevaihdosta ja henkilöstöstä on peräisin matkailijoiden rahankäytöstä, toisissa kunnissa ravitsemistoiminta tukeutuu pitkälti paikalliseen kysyntään. Siksi ei voida sanoa, että ravitsemistoiminnan – tai minkään muunkaan matkailijoilta tuloa saavan sektorin – kokonaisliikevaihdosta tai -henkilöstöstä jokin tietty eksakti osuus olisi yleispätevästi ja kunnasta riippumatta matkailun generoimaa (ks. Kauppila 2016, 9 - 10).

Valmiin kuntakohtaisen tilastotiedon puute on johtanut siihen, että kunnat teettävät matkailualan konsulttitoimistoilla tai soveltavaa matkailututkimusta tekevillä oppilaitoksilla selvityksiä matkailun tulo- ja työllisyysvaikutuksista omalla alueellaan. Aluetalousselvityksiä on tehty runsain mitoin, mikä osoittaa, että kuntakentällä on suurta tarvetta tämän kaltaiselle tiedolle etenkin sellaisissa kunnissa, joissa matkailu on keskeisessä asemassa kunnan elinkeinopolitiikassa.

Tämän selvityksen tavoitteena on arvioida Suomussalmen matkailun aluetaloudelliset vaikutukset, tarkemmin sanottuna kunnan välitön matkailutulo, välitön matkailutyöllisyys, välitön palkkatulo ja välitön palkkaverotulo vuonna 2021. Selvitystä täydentää Suomussalmen välittömän matkailutulon ja -työllisyyden kehitystarkastelu.

Selvitys on luonteeltaan seurantatutkimus. Sen lähtökohtana on vuonna 2020 julkaistu Suomussalmen matkailun aluetaloustutkimus (Järviluoma 2020). Käsillä olevassa selvityksessä aiemmasta tutkimuksesta hyödynnetään erityisesti yrityshaastattelujen avulla muodostettuja arvioita eri toimialojen matkailumyyntiosuuksista. Perustutkimukseen kuuluvien yrityshaastattelujen pois jäädessä seurantatutkimus oli mahdollista toteuttaa pienemmillä resursseilla kuin vuoden 2020 matkailun aluetaloustutkimus.

Selvityksen tutkimusmetodina käytetään FT Pekka Kauppilan kehittämää matkailun aluetalousvaikutusten mittaamis- ja seurantamallia, jonka soveltamista esitellään myöhemmin tutkimusaineistoja ja -menetelmää esittelevässä luvussa. Suomussalmen lisäksi Kauppilan mallia on sovellettu muun muassa Hyrynsalmen (Kauppila 2017), Kalajoen (Järviluoma 2022), Kuusamon

(Kauppila 2019a; Heikkinen 2022), Posion (Heikkinen 2021a), Pudasjärven (Kauppila 2019a), Puolangan (Kauppila 2017), Sotkamon (Kauppila 2019b; Järviluoma 2023a) sekä Sallan (Heikkinen 2021b; Järviluoma 2023b) matkailun aluetalousvaikutusten analysointiin. Yhtenevän tutkimusmenetelmän ansiosta mallin tuottamia tunnuslukuja Suomussalmen matkailun tulo- ja työllisyysvaikutuksista on mahdollista verrata esimerkiksi edellä mainittujen kuntien vastaaviin lukuihin.

Selvityksen tilasi Kajaanin ammattikorkeakoululta Suomussalmen kunta.

### **Matkailun aluetalousvaikutusten mittaamisessa sovellettavaa käsitteistöä**

Matkailun aluetaloudellisia vaikutuksia mittaavien tutkimusten vertailtavuuden parantamiseksi Työ- ja elinkeinoministeriö (2013) on laatinut ohjeistuksen otsikolla Matkailun alueelliset tulo- ja työllisyys selvitykset – suositus käytettävistä määritelmistä ja luokituksista. Suosituksessa esitetään matkailijan ja matkailun määritelmät, joita alan tutkimuksissa ja selvityksissä toivotaan sovellettavan. Suosituksessa ohjeistetaan niin ikään, mitkä TOL (2008) -standardin (Tilastokeskus 2008) mukaiset toimialaluokat on perusteltua sisällyttää matkailun piiriin kuuluviksi.

Työ- ja elinkeinoministeriön suosituksen mukaan matkailun aluetalousvaikutusten analysoinnissa on huomioitava yöpyvien matkailijoiden, päiväkävijöiden ja vapaa-ajanasunnolla vierailevien mökkimatkailijoiden aikaansaamat tulo- ja työllisyysvaikutukset. Työ- ja elinkeinoministeriön suosituksessa, ja sen myötä tässäkin selvityksessä yöpyvällä matkailijalla tarkoitetaan henkilöä, joka viettää vähintään yhden yön matkan kohteessa – eli tässä tapauksessa Suomussalmella – joko maksullisessa tai maksuttomassa majoituksessa. Päiväkävijä on puolestaan matkailija, joka ei yövy matkan kohteessa maksullisessa tai maksuttomassa majoituksessa. Mökkimatkailijaa suositus ei sen tarkemmin määrittele, mutta yleisesti ottaen mökkimatkailija ja mökkimatkailu viittaavat ulkopaikkakuntalaisten mökkeilyyn ja vapaa-ajan asumiseen. Matkailu määritellään toiminnaksi, jossa ihmiset matkustavat tavanomaisen elinpiirinsä ulkopuolella olevaan paikkaan ja oleskelevat siellä yhtäjaksoisesti korkeintaan yhden vuoden ajan vapaa-ajanvieton, liikematkan tai muussa tarkoituksessa. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2013.)

Matkailun aluetaloudellisia vaikutuksia mitattaessa on välttämätöntä täsmentää matkailun piiriin luettavissa olevat kulutuskohteet ja niihin tarjonnan näkökulmasta viittaavat toimialat. Matkailun ankkurointi toimialaluokituksiin suoraviivaisella ja kokonaisvaltaisella tavalla on haasteellista, sillä matkailu ei ole yksi selvärajainen elinkeinosektori. Työ- ja elinkeinoministeriön (2013) suosituksessa matkailun aluetaloustutkimuksiin mukaan otettavat toimialat on luokiteltu yksityiskohtaisesti matkailulle tyyppillisiin toimialoihin (mm. majoitustoiminta, ravitsemistoiminta, linja-autojen

henkilöliikenne ja taksiliikenne, matkatoimisto- ja matkanjärjestäjäpalvelut, urheilu- ja virkistyspalvelut), matkailun liitännäistoimialoihin (mm. polttoainekauppa) sekä matkailulle ei-ominaisiin toimialoihin (mm. tukku- ja vähittäiskauppa). Ohjeistuksena on, että matkailutoimialoista selvi-tyksissä huomioidaan matkailulle tyypilliset toimialat. Toimialaluokittelua voi kuitenkin tarvitta-essa tarkentaa alaspäin esimerkiksi alueen erityispiirteiden niin vaatiessa sekä tarkastella myös matkailun liitännäistoimialojen ja matkailulle ei-tyypillisten toimialojen tulo- ja työllisyysvaikutuk-sia.

Tässä selvityksessä sovelletaan Työ- ja elinkeinoministeriön ohjetta myötäilevää ja Kauppilan täs-mentämää toimialaluokitusta. Käytettävä toimialaluokitus rajaa tarkastelun viiteen toimialaryh-mään, jotka ovat korjaamo- ja huoltamotoiminta, vähittäiskauppa, majoitus- ja ravitsemistoi-minta, liikenne sekä virkistys- ja muut palvelut. Edellisiin ryhmiin sisältyvät toimialat alaluokkineen on listattu TOL 2008 -standardin mukaisesti Kauppilan (2016, 92) tutkimuksen liit-teessä 1. Selvitykseen sisällytettäviä toimialaryhmiä tarkasteltaessa on huomattava, että ne eivät kata sataprosenttisesti kaikkia mahdollisia kunnan alueella matkailutuloa saavia yrityksiä ja toi-mipaikkoja. Selvityksessä ei ole mukana esimerkiksi rakentamis-sektoria, joka toisaalta ei ole mu-kana myöskään Työ- ja elinkeinoministeriön (2013) toimialasuosituksissa.

Matkailun aluetalousvaikutukset jaetaan usein välittömiin, välillisiin ja johdettuihin vaikutuksiin. Matkailun välittömät vaikutukset syntyvät matkailijoiden ostaessa palveluita tai tavaroita suo-raan kohdealueen yrityksiltä, jotka ovat tyypillisimmillään majoitusliikkeitä, ravintoloita, erilaisia huvi-, virkistys- ja ohjelmapalveluja tarjoavia yrityksiä, kauppoja, paikallisliikenteen palveluntuot-tajia sekä huoltoasemia. Välilliset vaikutukset ilmenevät silloin, kun em. välitöntä matkailutuloa saavat yritykset hankkivat tavaroita ja palveluita kohdealueen toimittajayrityksistä kuten pesu-loista, leipomoista, tukkukaupoista tai mainostoimistoista. Johdetut vaikutukset syntyvät mat-kailun ansiosta työllistyneiden käyttäessä palkkatulojaan kohdealueella. (Kauppila 2016, 4–6.)

Välittömien, välillisten ja johdettujen vaikutusten lisäksi matkailun aluetaloustutkimuksissa puhu-taan usein matkailun kerrannais- ja kokonaisvaikutuksista. Näistä kerrannaisvaikutuksilla tarkoi-tetaan matkailun välillisiä ja johdettuja vaikutuksia. Matkailun kokonaisvaikutukset taas sisältävät välittömät vaikutukset kerrannaisvaikutuksineen (Kauppila 2016, 4–6). Tässä selvityksessä ei ar-vioida erikseen Suomussalmen matkailun kerrannais- ja kokonaisvaikutuksia. Periaatteessa koko-naismatkailutulon arviointi olisi mahdollista tehdä tukeutumalla aiemmassa Suomussalmen mat-kailutaloustutkimuksessa empiirisesti määritettyyn tulokertoimeen, jolloin vuoden 2021 välitön arvonlisäveroton matkailutulo kerrotaisiin tulokertoimella 1,26. Vastaavasti vuoden 2021 arvio

kokonaismatkailutyöllisyydestä laskettaisiin kertomalla välitön matkailutyöllisyys aiemmassa tutkimuksessa määritellyllä työllisyyskertoimella 1,10 (Juntheikki 2004; ks. Kauppila 2011). Ongelmana Suomussalmen matkailun kokonaisvaikutusten arvioinnissa on kuitenkin se, että Juntheikin tutkimuksesta peräisin olevat tulo- ja työllisyyskertoimet ovat vuodelta 2000, joten niiden soveltaminen vuoden 2021 tilanteeseen on kyseenalaista.

Matkailun aluetalousvaikutuksista puhuttaessa on huomattava, että osa niistä vuotaa kohdealueen ulkopuolelle. Matkailuyritysten tavaroiden ja palveluiden ostot voivat suuntautua osittain alueen ulkopuolelle, mikä merkitsee tuloinjektion pienenemistä ostoketjujen edetessä. Samoin mikäli matkailuun työllistyviä on kirjoilla toisella paikkakunnalla, heidän osaltaan palkkaverotulot kohdistuvat asuinkuntaan eivätkä matkailukohteen sijaintikuntaan. (Kauppila 2016, 4–6.)

### **Tutkimusmenetelmä ja -aineistot**

Matkailun aluetalousvaikutuksia on mahdollista arvioida monilla eri tutkimusmenetelmillä. Maailmalla paljon käytettyjä metodeja ovat panos-tuotos-malli, yleinen tasapainomalli ja matkailun satelliittitilinpito, joiden keskeisimmät piirteet on kuvattu esimerkiksi Kauppilan (2016, 14–22) ja Satokankaan (2017) julkaisuissa.

Suomessa matkailun aluetalousvaikutusten mittaamisessa hyödynnetään usein niin kutsuttua Pohjoismaista mallia ja sen johdannaisia. Pohjoismainen malli koostuu alkuperäisessä 1970-luvun lopulla kehitetyssä muodossaan menomenetelmästä ja tulomenetelmästä (Matkailun edistämiskeskus 1983). Menomenetelmässä matkailun aluetaloudellisten vaikutusten arviointi perustuu matkailijakyselyihin, joilla selvitetään matkailijoiden kohdealueella käyttämä rahamäärä ja sen menoluokittainen jakauma. Tulomenetelmässä puolestaan kysytään yrittäjiltä arviota heidän matkailijoilta saamasta tulosta toimialoittain. Tässä Suomussalmen matkailun aluetaloustutkimuksessa sovelletaan Pekka Kauppilan kehittämää, lähtökohdiltaan Pohjoismaisen mallin tulomenetelmään ja erilaisiin tilastomateriaaleihin tukeutuvaa matkailun aluetalousvaikutusten mittaamis- ja seurantamallia (ks. esim. Kauppila 2019a).

Mittaamis- ja seurantamallissa tarvittavien aineistojen hankinta lähtee liikkeelle edellisessä luvussa rajattujen toimialaryhmien kokonaisliikevaihto- ja kokonaishenkilöstötietojen tilaamisella Tilastokeskuksen yritysrekisteristä. Erillistilauksena tilatut tiedot koskivat tässä tapauksessa Suomussalmen matkailutoimialojen liikevaihdon ja henkilöstömäärän tilannetta vuosina 2019–2021. Vuoden 2022 tilastoja ei selvitystä tehtäessä ollut vielä saatavissa.

Taulukkoon 1 on listattu tilatussa aineistossa olevien toimipaikkojen määrät toimialaryhmittäin vuoden 2021 osalta. Taulukko kertoo, että Suomussalmen matkailun aluetalousvaikutusten arviointi vuotta 2021 koskien pohjautuu 91 toimipaikan liikevaihto- ja henkilöstömäärätietoihin. Aiemmassa, vuoden 2018 tilannetta kartoittaneessa vastaavassa tutkimuksessa toimipaikkojen määrä oli sata (Järviluoma 2020, 10). Todettakoon, että Suomussalmen kaikkien yritystoimipaikkojen kokonaismäärä oli Tilastokeskuksen yritysrekisterin aineistossa vuonna 2021 yhteensä 509.

Taulukko 1. Toimipaikkojen lukumäärät määritellyissä toimialaryhmissä v. 2021 (Tilastokeskus 2023a).

Toimialaryhmä	Toimipaikkojen lukumäärä
Korjaamot/huoltamot	9
Vähittäiskauppa	24
Majoitus-/ravitsemistoiminta	23
Liikenne	25
Virkistys/muut palvelut	10
<b>YHTEENSÄ</b>	<b>91</b>

Tilastokeskuksen yritysrekisteristä tilatussa aineistossa ovat mukana liiketoiminnan yritykset/toimipaikat, jotka ovat toimineet yli puoli vuotta ja jotka ovat työllistäneet enemmän kuin puoli henkilöä tai joiden liikevaihto on ylittänyt vuosittain määritellyn tilastorajan (12 253 euroa vuonna 2021). Yritysten henkilöstö sisältää sekä palkansaajien että yrittäjien työpanoksen henkilötyövuosina mitattuna. Esimerkiksi läpi vuoden kokoaikaisena työskennelleen henkilön työpanos vastaa yhtä henkilötyövuotta. Vastaavasti esimerkiksi vuoden ajan puolipäiväisenä työskennellyt henkilö vastaa puolta henkilötyövuotta. Yritysten liikevaihdoissa ovat mukana varsinaisen toiminnan myyntituotot, joista on vähennetty myönnetyt alennukset sekä arvonlisävero ja muut välittömästi myynnin määrään perustuvat verot. (Tilastokeskus 2023b.)

Tilastokeskuksen toimittamien henkilöstömäärätietojen osalta on huomattava, että vuodesta 2021 alkaen Tilastokeskus on siirtynyt käyttämään uutta henkilöstömäärän estimointia, joka perustuu tulorekisteriin. Suomussalmen matkailutoimialojen vuoden 2021 kokonaishenkilöstötiedot eivät ole siksi täysin vertailukelpoisia aiempien vuosien lukujen kanssa. Tilastokeskuksesta saatujen Suomussalmen matkailutoimialojen kokonaisliikevaihtotietojen vertailtavuuteen tilastouudistuksella ei ole vaikutuksia tilastoinnin perusjoukon pysyessä samana (Kuussaari 2023).

Tilastokeskuksen yritysrekisteristä tilatuista luvuista ei voida päätellä matkailukysynnän synnyttämää osuutta toimialaryhmien liikevaihdosta ja henkilöstömääristä. Arviointimallin seuraavana vaiheena onkin toimialaryhmien matkailuosuusprosenttien selvittäminen. Tässä selvityksessä käytetyt matkailuosuusprosentit perustuvat aiemmassa Suomussalmen matkailutaloustutkimuksessa käytettyihin osuuksiin, jotka määriteltiin haastatteleamalla Suomussalmen yrittäjiä tarkastelun kohteena olevilta toimialoilta (ks. Järviluoma 2020, 11). Kertomalla yritysrekisteriaineiston toimialaryhmittäiset kokonaisliikevaihto- ja kokonaishenkilöstötiedot aiemmasta tutkimuksesta saaduilla matkailuosuusprosentteilla saadaan tulokseksi Suomussalmen välitön matkailutulo ja välitön matkailutyöllisyys.

Matkailun välittömien työllisyysvaikutusten aikaansaamien välittömien palkkatulovaikutusten arvioinnissa käytettiin aineistona Tilastokeskuksen TOL 2008 -standardin mukaista palkkarakennetilastoa, joka kuvaa yli viiden hengen yrityksissä työskentelevien palkansaajien ansioita (Tilastokeskus 2023c). Tilaston tiedot palkansaajien ansioista ovat valtakunnallisia eli ne eivät huomioi ansiotasossa olevia mahdollisia alueellisia eroja. Palkkatulovaikutusten laskenta tehtiin käytännössä kertomalla tarkasteltavan toimialaryhmän välitön matkailutyöllisyys palkkarakennetilastosta saatavalla vastaavan toimialaryhmän kuukausiansion mediaanilla, ja kertomalla saatu tulo edelleen 12,5:llä. Kuukausiansioiden muuttamisessa vuosiansioiksi on käytetty kerrointa 12,5 (eikä kahtatoista) siksi, että kokonaisansioihin saadaan siten arvioitua mukaan myös lomarahat, jotka eivät ole mukana palkkarakennetilaston tietosisällössä. Laskemalla yhteen näin muodostetut toimialaryhmittäiset palkkatulot saadaan matkailun välitön kokonaispalkkatulo (ks. Kauppila 2016, 32–33).

Matkailun palkkaverotulovaikutukset laskettiin palkkatulojen pohjalta hyödyntämällä Kuntaliiton (2023) efektiivinen veroaste -tilastoa. Erilaisten vähennysten takia kuntien tuloveroprosentit eivät vastaa todellista veroastetta kunnissa. Puhutaan efektiivisestä veroasteesta, joka on maksunpannun kunnallisveron suhde ansiotuloihin. Efektiivinen veroaste kertoo siten tuloveroprosenttia tarkemmin, mikä on kunnille kertyvä todellinen verotulo. Suomussalmen tapauksessa toimialaryhmittäinen välitön palkkaverotulovaikutus saatiin kertomalla välitön palkkatulo Suomussalmen efektiivisellä veroasteella, joka oli 13,50 % vuonna 2019, 13,52 % vuonna 2020 ja 13,62 % vuonna 2021. Kun toimialaryhmittäiset palkkaverotulot lasketaan yhteen, lopputulomaksi muodostuu välitön kokonaispalkkaverotulo (Kauppila 2016, 33).



## Suomussalmen välitön matkailutulo 2021

Suomussalmen välitön matkailutulo laskettiin edellä esitellyä arviointimallia soveltaen kertomalla Tilastokeskuksen yritysrekisterin toimialaryhmittäiset kokonaisliikevaihdot aiemmasta Suomussalmen matkailutaloustutkimuksesta saaduilla matkailutuloprosenteilla (ks. Järviluoma 2020, 11–13).

Vuonna 2021 Suomussalmen välitön matkailutulo oli arvonlisäverottomana 14,5 miljoonaa euroa. Tästä 14,5 miljoonasta eurosta yli 60 prosenttia syntyi vähittäiskaupan myynnistä ja 24 prosenttia majoitus- ja ravitsemistoiminnasta. Liikenteen sekä korjaamojen ja huoltamojen osuus Suomussalmen välittömästä matkailutulosta oli pieni (taulukko 2).

Taulukko 2. Toimialaryhmittäinen kokonaisliikevaihto (1 000 €, alv:ton), matkailutulon osuus (%) ja välitön matkailutulo (1 000 €, alv:ton ja %) Suomussalmella vuonna 2021.

Toimialaryhmä	Kokonaisliikevaihto 1 000 €	Matkailutulon osuus %	Välitön matkailutulo 1 000 €	Välitön matkailutulo %
Korjaamot/huoltamot	3 911	11	430	3,0
Vähittäiskauppa	53 312	18	9 596	66,1
Majoitus-/ravitsemistoiminta	4 822	71	3 424	23,6
Liikenne	4 114	4	165	1,1
Virkistys/muut palvelut	995	91	905	6,2
YHTEENSÄ	67 154		14 520	100

Suhteellisesti tarkasteltuna matkailun aluetaloudellista merkitystä kuvaavana tunnuslukuna voidaan käyttää välittömän matkailutulon osuutta kunnan alueen koko yritystoiminnan liikevaihdosta. Suomussalmen tapauksessa vuonna 2021 välittömän matkailutulon (14,5 miljoonaa euroa) osuus kunnan kaikkien yritystoimipaikkojen yhteenlasketusta liikevaihdosta (223,7 milj. euroa) oli 6,5 prosenttia. Kunnan kaikkien yritystoimipaikkojen yhteenlaskettu liikevaihto ja henkilöstömäärä saatiin Tilastokeskuksen yritysrekisteristä toimialaryhmien kokonaisliikevaihto- ja kokonaisen henkilöstötietojen tilauksen ohessa (Tilastokeskus 2023a).

Todettakoon, että Suomussalmen välitön matkailutulo 14,5 miljoonaa euroa on arvonlisäveroton, eikä pidä sisällään matkailun kerrannaisvaikutuksia.

### Suomussalmen välitön matkailutyöllisyys 2021

Arviointimallin mukaisesti välitön matkailutyöllisyys lasketaan kertomalla toimialaryhmittäiset kokonaishenkilöstömäärät edellisestä Suomussalmen matkailun aluetaloustutkimuksesta saaduilla matkailutyöllisyysprosentteilla. Kokonaishenkilöstömäärän ja matkailutyöllisyyden mittayksikkönä ovat henkilötyövuodet. Vuonna 2021 Suomussalmen välitön matkailutyöllisyys oli yhteensä 55 henkilötyövuotta, josta 44 prosenttia kertyi majoitus- ja ravitsemistoiminnasta. Vähittäiskaupan osuus välittömästä matkailutyöllisyydestä oli 42 prosenttia (taulukko 3). Lukuja tarkasteltaessa on huomattava, että Tilastokeskuksen yritysrekisteristä ei ole mahdollista poimia matkailuyritysten käyttämää vuokratyövoimaa, joten se ei ole mukana arvioiduissa työllisyysvaikutuksissa. Samasta syystä myöskään esimerkiksi kiinteistönhoidon tai puhtaanapidon mahdollinen ulkoistettu työvoima ei sisälly esitettyihin työllisyysvaikutuksiin.

Taulukko 3. Toimialaryhmittäinen kokonaishenkilöstö (htv.), matkailutyöllisyyden osuus (%) ja välitön matkailutyöllisyys (htv. ja %) Suomussalmella vuonna 2021.

Toimialaryhmä	Kokonaishenkilöstö htv.	Matkailutyöl. osuus %	Välitön matkailutyöl. htv.	Välitön matkailutyöl. %
Korjaamot/huoltamot	25	10	2,5	4,6
Vähittäiskauppa	127	18	22,9	41,8
Majoitus-/ravitsemistoiminta	35	69	24,2	44,1
Liikenne	40	4	1,6	2,9
Virkistys/muut palvelut	4	91	3,6	6,6
<b>YHTEENSÄ</b>	<b>231</b>		<b>54,8</b>	<b>100</b>

Suhteutettaessa välitön matkailutyöllisyys kunnan koko yrityskenttään välittömän matkailutyöllisyyden (54,8 htv.) osuus Suomussalmen kaikkien yritystoimipaikkojen henkilötyövuosista (1 031 htv.; Tilastokeskus 2023a) oli 5,3 prosenttia vuonna 2021.

Kun verrataan välittömän matkailutulon ja -työllisyyden yhteismääriä, voidaan laskea, että vuonna 2021 Suomussalmella tarvittiin noin 265 000 euroa välitöntä matkailutuloa yhtä välitöntä matkailutyöpaikkaa (henkilötyövuotta) kohti. Eri toimialaryhmiä tarkasteltaessa liikevaihto/henkilöstö -suhteet poikkeavat toisistaan huomattavasti: esimerkiksi majoitus- ja ravitsemistoiminnassa yhtä matkailun synnyttämää henkilötyövuotta kohti tarvittiin liikevaihtoa noin 140 000 euroa, kun vähittäiskaupassa vastaava luku oli noin 420 000 euroa eli kolminkertainen.

Toimialaryhmien erilaiset liikevaihto/henkilöstö -suhteet ovat selityksenä myös sille, miksi majoitus- ja ravitsemistoiminnan osuus välittömästä matkailutulosta oli 24 prosenttia, mutta Suomussalmen matkailutyöllisyydestä toimialaryhmä kattoi 44 prosenttia.

### Suomussalmen matkailun välitön palkkatulo ja välitön palkkaverotulo 2021

Välittömän matkailutulon ja -työllisyyden estimoinnin tavoin välittömän palkkatulon ja palkkaverotulon laskenta tehtiin Kauppilan kehittämän arviointimallin mukaisesti (ks. Kauppila 2016, 32–33). Matkailun synnyttämä välitön palkkatulo laskettiin kertomalla Suomussalmen välitön matkailutyöllisyys Tilastokeskuksen palkkarakennetilastoon pohjautuvilla toimialaryhmien kokonaisansioilla. Vuonna 2021 Suomussalmen matkailun välitön palkkatulo oli yhteensä 1,8 miljoonaa euroa, josta 43 prosenttia kertyi majoitus- ja ravitsemistoiminnasta ja lähes yhtä suuri osuus vähittäiskaupasta (taulukko 4).

Taulukko 4. Toimialaryhmittäinen välitön matkailutyöllisyys (htv.), toimialoittaiset kokoaikaisten palkansaajien kokonaisansiot (mediaani €/kk) ja välittömät palkkatulot (€ ja %) Suomussalmella vuonna 2021.

Toimialaryhmä	Välitön matkailutyöl. htv.	Kokonaisansiot €/kk	Palkkatulot €	Palkkatulot %
Korjaamot/huoltamot	2,5	2 745	85 781	4,7
Vähittäiskauppa	22,9	2 650	758 562	41,5
Majoitus-/ravitsemistoiminta	24,2	2 608	788 920	43,1
Liikenne	1,6	3 140	62 800	3,4
Virkistys/muut palvelut	3,6	2 967	133 515	7,3
YHTEENSÄ	54,8		1 829 578	100

Matkailun aikaansaama välitön palkkaverotulo laskettiin kertomalla toimialaryhmittäinen välitön palkkatulo Suomussalmen efektiivisellä veroasteella. Efektiivisen veroasteen (ei siis tuloveroprosentin) käyttö kertoimena on perusteltua, koska efektiivinen veroaste ilmaisee tuloveroprosenttia tarkemmin, mikä on kunnalle kertyvä todellinen verotulo. Vuonna 2021 Suomussalmen tuloveroprosentti oli 21,5, mutta efektiivinen veroaste 13,62 prosenttia (Kuntaliitto 2023).

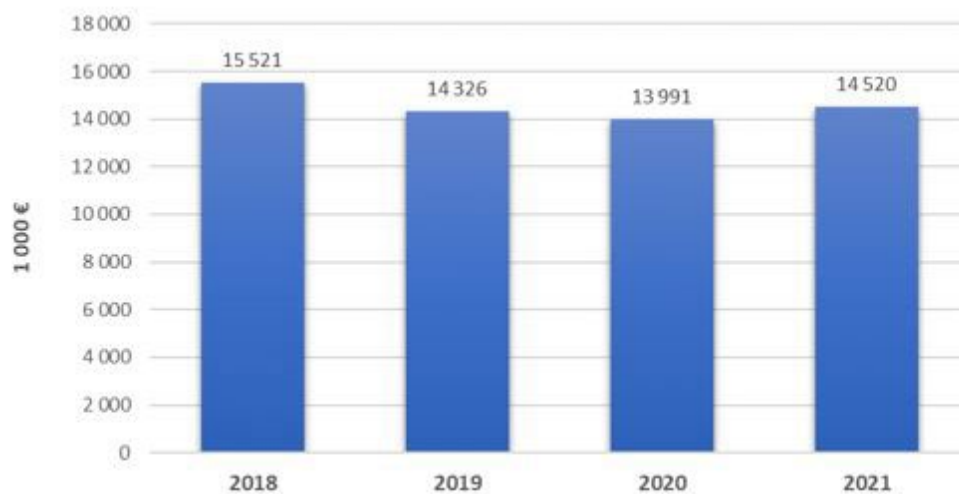
Suomussalmen matkailun välitön palkkaverotulo oli vuonna 2021 yhteensä noin 250 000 euroa. Majoitus- ja ravitsemistoiminnasta sekä vähittäiskaupasta palkkaverotuloa kertyi kummastakin hieman yli 100 000 euroa (taulukko 5).

Taulukko 5. Toimialaryhmittäiset välittömät palkkatulot (€), kunnan efektiivinen veroaste (%) ja välittömät palkkaverotulot (€ ja %) Suomussalmella vuonna 2021.

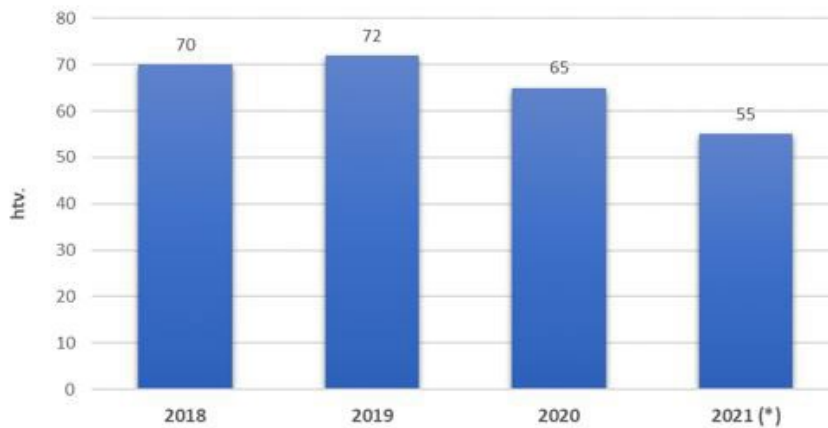
Toimialaryhmä	Palkkatulot €	Efektiivinen veroaste %	Palkkaverotulot €	Palkkaverotulot %
Korjaamot/huoltamot	85 781	13,62	11 683	4,7
Vähittäiskauppa	758 562	13,62	103 316	41,5
Majoitus-/ravitsemistoiminta	788 920	13,62	107 451	43,1
Liikenne	62 800	13,62	8 553	3,4
Virkistys/muut palvelut	133 515	13,62	18 185	7,3
<b>YHTEENSÄ</b>	<b>1 829 578</b>		<b>249 188</b>	<b>100</b>

### Suomussalmen matkailutalouden kehitys 2018–2021

Kuvissa 1 ja 2 esitetään Suomussalmen välittömän matkailutulon ja välittömän matkailutyöllisyyden muutokset vuodesta 2018 vuoteen 2021. Kyseisenä ajanjaksona Suomussalmen matkailutulo oli koronapandemiasta huolimatta suhteellisen vakaa. Tarkastelujakson alkupuolella myös matkailutyöllisyydessä tapahtuneet muutokset olivat pieniä, mutta vuonna 2021 Suomussalmen matkailutyöllisyydessä näyttäisi tapahtuneen merkittävää laskua. Matkailutyöllisyyden osalta on kuitenkin huomattava, että vuodesta 2021 alkaen Tilastokeskus on siirtynyt käyttämään uutta henkilöstömäärän estimointia, joka perustuu tulorekisteriin. Suomussalmen matkailutoimialojen vuoden 2021 henkilöstötiedot eivät ole siksi täysin vertailukelpoisia vuosien 2018–2020 lukujen kanssa.



Kuva 1. Suomussalmen välitön matkailutulo 2018–2021.



Kuva 2. Suomussalmen välitön matkailutyöllisyys 2018–2021. (\*) Vuoden 2021 tieto ei täysin vertailukelpoinen aiempien vuosien lukujen kanssa.

### Yhteenveto ja tulosten tarkastelu

Selvityksen tavoitteina on määritellä Suomussalmen välitön matkailutulo, välitön matkailutyöllisyys, välitön palkkatulo ja välitön palkkaverotulo vuonna 2021. Selvitystä täydentää Suomussalmen välittömän matkailutulon ja -työllisyyden kehitystarkastelu.

Selvitys on luonteeltaan seurantatutkimus, jonka lähtökohtana on aiempi vuonna 2020 julkaistu Suomussalmen matkailun aluetaloustutkimus. Aiemman tutkimuksen tavoin selvityksen tutkimusmenetelmänä käytetään FT Pekka Kauppilan kehittämää matkailun aluetalousvaikutusten mittaamis- ja seurantamallia.

Selvitystyön aineistoina käytetään Tilastokeskuksen yritysrekisterin tuoreimpia saatavilla olevia tilastomateriaaleja Suomussalmen matkailutoimialojen liikevaihdoista ja henkilöstömääristä, Tilastokeskuksen palkkarakennetilastoa sekä Kuntaliiton tuottamaa verotustilastoa. Tilastojen ohella selvityksen toinen välttämätön aineistolähde on Suomussalmen aiemman matkailutaloustutkimuksen yhteydessä muodostetut, paikallisten yrittäjien arviointeihin pohjaavat määritykset Suomussalmen matkailutoimialojen matkailumyyntiosuuksista.

Selvityksen keskeisimmät tulokset on tiivistetty taulukkoon 6. Vuonna 2021 Suomussalmen välitön matkailutulo oli ilman arvonlisäveroa 14,5 miljoonaa euroa, mikä vastaa noin kuutta prosent-

tia kunnan kaikkien yritystoimipaikkojen liikevaihdosta. Selvityksen mukaan samana vuonna kunnan välitön matkailutyöllisyys oli laskennallisesti 55 henkilötyövuotta, mikä puolestaan vastaa noin viittä prosenttia Suomussalmen kaikkien yritystoimipaikkojen henkilötyövuosista.

Matkailutulon ja -työllisyyden yhteismääriä verrattaessa Suomussalmella tarvittiin noin 265 000 euroa välitöntä matkailutuloa yhtä välitöntä matkailutyöpaikkaa (henkilötyövuotta) kohti. Matkailutyöllisyyden aikaansaaman välittömän palkkatulon kokonaismäärä oli vuonna 2021 noin 1,8 miljoonaa euroa ja sen synnyttämän välittömän palkkaverotulon summa noin 250 000 euroa.

Taulukko 6. Suomussalmen matkailutalouden keskeiset tunnusluvut vuonna 2021.

Toimialaryhmä	Välitön matkailutulo 1 000 € (alv:ton)	%	Välitön matkailutyöllisyys htv.	%
Korjaamot/huoltamot	430	3,0	2,5	4,6
Vähittäiskauppa	9 596	66,1	22,9	41,8
Majoitus-/ravitsemistoiminta	3 424	23,6	24,2	44,1
Liikenne	165	1,1	1,6	2,9
Virkistys/muut palvelut	905	6,2	3,6	6,6
<b>YHTEENSÄ</b>	<b>14 520</b>	<b>100</b>	<b>54,8</b>	<b>100</b>

Välittömän matkailutulon osuus kunnan kaikkien yritystoimipaikkojen liikevaihdosta: 6,5 % (7,6 % v. 2018)

Välittömän matkailutyöllisyyden osuus kunnan kaikkien yritystoimipaikkojen henkilöstöstä: 5,3 % (5,8 % v. 2018)

Välitön matkailutulo (alv:ton)/välitön matkailutyöllisyys: 264 964 €/htv.

Välittömät palkkatulovaikutukset: 1 829 578 €

Välittömät palkkaverotulovaikutukset: 249 188 €

*Selvityksen tuloksia luettaessa on syytä kiinnittää huomiota selvitystyön muutamiin reunaehtoihin:*

- Selvityksessä ei arvioitu kerrannaisvaikutuksia eli matkailun välillisiä ja johdettuja vaikutuksia.
- Tarkastelun kohteena olevat toimialaryhmät eivät kata sataprosenttisesti kaikkia mahdollisia matkailutuloa saavia yrityksiä ja toimipaikkoja. Selvityksessä ei ole mukana esimerkiksi rakentamissectoria, joka toisaalta ei ole mukana myöskään Työ- ja elinkeinoministeriön laatimissa suosituksissa matkailun piiriin luettavista toimialoista.

- Selvityksessä sovellettu tutkimusmenetelmä nojaa Tilastokeskuksen yritysrekisteriin, jolloin julkisen sektorin matkailutyöpaikat jäävät tarkastelun ulkopuolelle.
- Tilastokeskuksen yritysrekisteristä ei ole mahdollista poimia matkailuyritysten käyttä-mää vuokratyövoimaa, joten se ei ole mukana arvioituissa työllisyysvaikutuksissa. Sa-masta syystä myöskään esimerkiksi kiinteistönhoidon tai puhtaanapidon mahdollinen ul-koistettu työvoima ei sisälly esitettyihin työllisyysvaikutuksiin.
- Tilastokeskuksen toimittamien henkilöstömäärätietojen osalta on huomattava, että vuodesta 2021 alkaen Tilastokeskus on siirtynyt käyttämään uutta henkilöstömäärän es-timointia, joka perustuu tulorekisteriin. Suomussalmen matkailutoimialojen vuoden 2021 kokonaishenkilöstötiedot eivät ole siksi täysin vertailukelpoisia aiempien vuosien lukujen kanssa (Kuussaari 2023).
- Selvityksessä verotulovaikutuksista arvioitiin pelkästään matkailun synnyttämiä palkka-verotuloja. Selvityksen ulkopuolelle jäävät kiinteistöverotulot samoin kuin yritysten yh-teisöverotulot. Todettakoon, että pelkästään ulkopaikkakuntalaisten mökinomistajien maksama vapaa-ajanasuntojen kiinteistöverotulo oli Suomussalmella vuonna 2018 yli 190 000 euroa (Kauppila 2020, 58).
- Selvityksessä ei huomioida aluetaloudellisia vuotoja. Esimerkiksi muualla kuin Suomus-salmella kirjoilla olevan henkilöstön palkkaverotulot vuotavat Suomussalmen ulkopuo-lelle.
- Matkailutulo on esitetty kunkin tarkasteluvuoden rahanarvossa eli rahan arvon muu-tokset on jätetty huomiotta.

#### Lähteet

Heikkinen, A. (2021a). Matkailun aluetaloudelliset vaikutukset Posiolla. Kajaanin ammattikorkea-koulun julkaisusarja B Raportteja ja selvityksiä 112. Saatavilla 20.1.2023 <https://www.theseus.fi/handle/10024/493445>

Heikkinen, A. (2021b). Matkailun aluetaloudelliset vaikutukset Sallassa. Kajaanin ammattikorkea-koulun julkaisusarja B Raportteja ja selvityksiä 138. Saatavilla 2.1.2023 <https://www.theseus.fi/handle/10024/511130>

Heikkinen, A. (2022). Kuusamon ja Taivalkosken kärkitoimialojen seuranta 2017–2020. Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B Raportteja ja selvityksiä 150. Saatavilla 20.1.2023 <https://www.theseus.fi/handle/10024/779971>

Juntheikki, R. (2004). Matkailun aluetaloudelliset vaikutukset Kainuussa vuonna 2002. Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B Raportteja ja selvityksiä 4.

Järviluoma, J. (2020). Matkailun aluetaloudelliset vaikutukset Suomussalmella. Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B Raportteja ja selvityksiä 111. Saatavilla 18.1.2023 <https://www.theseus.fi/handle/10024/345505>

Järviluoma, J. (2022). Kalajoen matkailun aluetaloudelliset vaikutukset vuonna 2020. Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisematon tutkimusraportti.

Järviluoma, J. (2023a). Sotkamon matkailun aluetaloudelliset vaikutukset vuonna 2021. Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisematon tutkimusraportti.

Järviluoma, J. (2023b). Sallan matkailun aluetaloudelliset vaikutukset vuonna 2021. Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisematon tutkimusraportti.

Kauppila, P. (2011). Kainuun matkailutalous: kuntakohtaista tarkastelua. Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja A Tutkimuksia 8. Saatavilla 2.1.2023 <https://www.kamk.fi/loader.aspx?id=ff739181-8a44-4f5f-a512-8880d29cc116>

Kauppila, P. (2016). Matkailun aluetaloudellisten vaikutukset Kuusamossa. Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B Raportteja ja selvityksiä 46. Saatavilla 2.1.2023 <https://www.theseus.fi/handle/10024/103974>

Kauppila, P. (2017). Matkailun aluetaloudellisten vaikutusten seurantamalli: Hyrynsalmi, Puolanka ja Sotkamo. Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B Raportteja ja selvityksiä 76. Saatavilla 20.1.2023 <https://www.theseus.fi/handle/10024/132939>

Kauppila, P. (2019a). Matkailun aluetaloudellisten vaikutusten seurantamalli: Kalajoki, Kuusamo, Oulu, Pudasjärvi ja Vaala. Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B Raportteja ja selvityksiä 90. Saatavilla 20.1.2023 <https://www.theseus.fi/handle/10024/167987>

Kauppila, P. (2019b). Matkailun aluetaloudellisten vaikutusten seurantamalli: Sotkamo. Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B Raportteja ja selvityksiä 89. Saatavilla 20.1.2023 <https://www.theseus.fi/handle/10024/168010>



Kauppila, P. (2020). Matkailullisen vapaa-ajanasumisen aluetaloudelliset vaikutukset: Hyrynsalmi, Kuhmo, Sotkamo ja Suomussalmi. Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B Raportteja ja selvityksiä 101. Saatavilla 20.1.2023 <https://www.theseus.fi/handle/10024/332971>

Kuntaliitto. (2023). Kuntien veroprosentit ja efektiiviset veroasteet. Saatavilla 2.1.2023 <https://www.kuntaliitto.fi/talous/verotus/kuntien-veroprosentit>

Kuussaari, M. (2023). Sähköposti- ja puhelinkeskustelu yliaktuaari Mira Kuussaari/Jari Järviluoma 30.3.2023.

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

Satokangas, P. (2017). Matkailun aluetalousvaikutukset. Teoksessa J. Edelheim & H. Ilola (toim.) Matkailututkimuksen avainkäsitteet. (109–114). Lapin yliopisto <https://lauda.ulapland.fi/handle/10024/63093>

Tilastokeskus. (2008). Toimialaluokitus TOL 2008. Käsikirjoja 4. Saatavilla 2.1.2023 <http://tilastokeskus.fi/meta/luokitukset/toimiala/001-2008/kasikirja.pdf>

Tilastokeskus. (2023a). Suomussalmen toimipaikkojen tilastotiedot matkailualalta. Erillistilaus Tilastokeskuksen yritysrekisteristä. Tilastokeskuksessa yhteyshenkilönä Kalle Taskinen.

Tilastokeskus. (2023b). Alueellinen yritystoimintatilasto: tilaston dokumentaatio. Saatavilla 2.1.2023 <https://stat.fi/tilasto/dokumentaatio/alyr#K%C3%A4sitteet>

Tilastokeskus. (2023c). Palkkarakenne: tilaston dokumentaatio. Saatavilla 10.3.2023 <https://stat.fi/tilasto/dokumentaatio/pr>

Työ- ja elinkeinoministeriö. (2013). Matkailun alueelliset tulo- ja työllisyys selvitykset – suositus käytettävistä määritelmistä ja luokituksista.

### **13 Taivalkoski: Päätaloviikon matkailukulutuksen arviointi vuonna 2022, Jari Järviluoma**

Päätaloviikko on Taivalkosken jokakesäinen, yleensä heinäkuun alkuun ajoittuva kirjallisuus- ja kulttuuritapahtuma. Tapahtuman monipuoliseen, myös lapset ja nuoret huomioivaan ohjelmatarjontaan kuuluu esimerkiksi lukijatapaamisia, näytelmiä, näyttelyitä, konsertteja, seminaareja, työnäytöksiä, kilpailuja ja retkiä. Päätaloviikon järjestävät Kalle Päätalo -seura, Päätalo-instituutti ja Taivalkosken kunta yhteistyössä muiden paikallisten yhteisöjen kanssa. (Kalle Päätalo -seura 2022.)

Päätaloviikkoja on järjestetty 1980-luvulta lähtien. Vuonna 2019, Kalle Päätalon 100-vuotisjuhluvuonna, viikon aikana järjestettyjen tapahtumien osallistujamäärä oli yhteensä noin 10 000. Sitä edeltävinä vuosina tapahtumien osallistujamäärät vaihtelivat yleensä seitsemästä kahdeksaan tuhanteen. Koronavuonna 2020 Päätaloviikko toteutettiin lähinnä virtuaalisesti, vuoden 2021 Päätaloviikkoa varjosti Koillismaalla tuhojaan tehnyt Paula-myrsky. (Kalle Päätalo -seura 2022; Pikkupeura 2020.)

Vuoden 2022 Päätaloviikkoa vietettiin 4.–10. heinäkuuta. Ohjelmaesitteen mukaan Päätaloviikoon sisältyi perusnäyttelyiden lisäksi noin 60 tapahtumaa, joita järjestettiin kuntakeskuksessa, Jokijärvellä ja eri puolilla Taivalkoskea. Kaikkien tapahtumien yhteenlaskettu osallistujamäärä oli järjestäjien laskelmien mukaan noin 6 500 henkilöä (Luokkanen 2022).

Tässä artikkelissa arvioidaan vuoden 2022 Päätaloviikon aikaansaaman matkailukulutuksen määrää Taivalkosken kunnan alueella. Selvityksen taustalla on kuntapäätäjien tarve saada tietoa erilaisten tapahtumien aluetalousvaikutuksista. Matkailijoiden rahankäytön lisäksi selvitystyön yhteydessä kerättiin myös yleisempää tietoa Päätaloviikon kävijöistä ja heidän palautteistaan, mutta näihin kysymyksiin ei tässä artikkelissa paneuduta sen tarkemmin.

Selvityksen tilasi Kajaanin ammattikorkeakoululta Koillis-Suomen Kehittämisyhtiö Naturpolis Oy. Selvityksen aineistona käytetyn kyselyn manuaalisesta ja sähköisestä jakelusta sekä kyselyn täytöön kannustavasta arvontapalkinnosta vastasivat Päätaloviikon järjestäjät Taivalkoskella.

#### **Tapahtumien aluetalousvaikutukset ja niiden arviointimenetelmät**

Tapahtumien aikaansaamat aluetalousvaikutukset on mahdollista jakaa primaarisiin ja sekundaarisiiin vaikutuksiin. Primaariset vaikutukset liittyvät tapahtuman järjestämiseen itseensä ja niitä

syntyy muun muassa paikallisista hankinnoista sekä palkkakuluista ja vuokrista. Primaarisia työllisyysvaikutuksia voivat tuottaa esimerkiksi tapahtumien puitteiden rakentaminen ja purkaminen, lipunmyynti, järjestyksenpitotehtävät ja toimistotyöt. (Kainulainen 2005, 95.)

Sekundaariset aluetalousvaikutukset muodostuvat tapahtuman kävijöiden kulutuksesta tapahtumassa ja tapahtumapaikkakunnalla (Kainulainen 2005, 96). Sekundaarisia vaikutuksia arvioitaessa estimoidaan siten käytännössä matkailukulutusta eli ulkopaikkakuntalaisten tapahtumavieraiden rahankäyttöä. Sekundaariset aluetalousvaikutukset riippuvat esimerkiksi tapahtuman kestosta sekä tapahtumassa vierailevien ulkopaikkakuntalaisten määrästä ja viipymästä. Joskus pienelläkin tapahtumalla voi olla kokoonsa nähden merkittäviä aluetalousvaikutuksia, mikäli tapahtumavieraat tulevat paikkakunnan ulkopuolelta ja tapahtuma kestää useita päiviä. (Herranen & Karttunen 2016, 44.)

Tapahtuman aluetalousvaikutuksista puhuttaessa on huomattava, että aluetaloudellinen vaikutavuus on eri asia kuin tapahtuman taloudellinen menestys. Tapahtuma voi olla tappiollinen, mutta sen aluetaloudellinen vaikutus voi olla huomattava. Toisaalta liiketaloudellisesti kannattava tapahtuma ei automaattisesti tuota huomattavan suuria aluetaloudellisia hyötyjä. (Kilpeläinen, Kostianen & Laakso 2012, 19.)

Tapahtumien synnyttämiä sekundaarisia aluetalousvaikutuksia on mahdollista mitata monilla eri tutkimusmenetelmillä. Maailmalla ja Suomessakin usein käytetty metodi on panos–tuotos -malli (esim. Tohmo 2005; Hahtola & Äijälä 2015; Rytkönen 2018), jolla analysoidaan tapahtuman tuottaman rahamääräarvion kiertoa paikallistaloudessa ja jokaisella kulutuskierröksellä syntyviä taloudellisia vaikutuksia (Kainulainen 2005, 103). Panos-tuotos -mallin soveltaminen edellyttää kansantalouden (tilinpidon) osaamista ja aineistoina esimerkiksi paikallistasolle johdettuja panos-tuotos -taulukkoita (Kauppila 2016, 17).

Toinen Suomessa yleisesti sovellettu menetelmä on ns. Pohjoismainen malli ja sen erilaiset modifikaatiot. Pohjoismaisen malli koostuu alkuperäisessä 1970-luvun lopulla kehitetyssä muodossaan menomenetelmästä ja tulomenetelmästä (Matkailun edistämiskeskus 1983). Menomenetelmässä matkailun taloudellisten vaikutusten arviointi perustuu matkailijakyselyihin, joilla selvitetään matkailijoiden kohdealueella käyttämä rahamäärä ja sen menoluokittainen jakauma. Tulomenetelmässä puolestaan kysytään yrittäjiltä arviota heidän matkailijoilta saamastaan tulosta toimialoittain (ks. Kauppila 2016, 14–15).

Tapahtumien aluetalousvaikutusten mittaamisessa Pohjoismaisesta mallista on hyödynnetty erityisesti menomenetelmää. Menomenetelmässä kysytään tapahtumassa käyneiden matkailijoiden menoluokittaista rahankäyttöä tapahtumapaikkakunnalla, minkä jälkeen kävijöiden keskimääräinen rahankulutus kerrotaan tapahtumassa vierailleiden matkailijoiden määrällä. Menomenetelmää on sovellettu esimerkiksi kainuulaisten liikuntatapahtumien (Järviluoma 2017), lappilaisten kulttuuritapahtumien (Satokangas 2015) sekä pirkanmaalaisten festivaalien ja kulttuurikohteiden (Pirfest ry & Innolink Research Oy 2014) aluetalousvaikutusten estimoinneissa.

Panos–tuotos -mallin ja Pohjoismaisen menomenetelmän ohella tapahtumatutkimusten metodeina on käytetty muun muassa panos–tuotos -malliin pohjautuvaa yleistä tasapainomallia (ks. Dwyer ym. 2006) sekä tapahtuma- ja festivaaliklusterin laskennallista aluevaikutusmallia (ks. Karppinen & Luonila 2014). Käsillä olevassa selvityksessä Pääataloviikon 2022 sekundaarisia aluetalousvaikutuksia arvioidaan soveltamalla edellä kuvattua Pohjoismaista menomenetelmää.

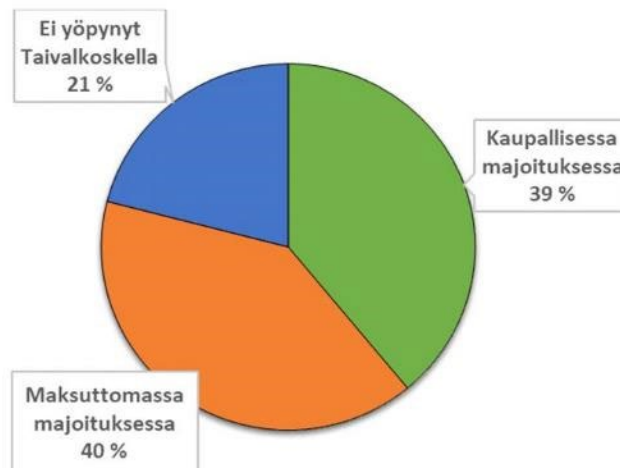
### **Selvityksessä käytetty aineisto**

Pääataloviikon synnyttämän matkailukulutuksen laskenta pohjautuu kyselyyn, joka kohdennettiin vuoden 2022 Pääataloviikon tapahtumiin osallistuneille. Kyselyssä tiedusteltiin rahankäytön lisäksi eräitä vastaajaa koskevia taustatietoja (asuinkunta, ikä), Taivalkoskella yöpymistä, osallistumista Pääataloviikon tapahtumiin sekä näkemyksiä viikon onnistuneisuudesta. Kyselyn yhteydessä vastaajille tarjottiin myös mahdollisuus antaa palautetta Pääataloviikon järjestäjille sekä kertoa omin sanoin, mitä uusia tapahtumia, esiintyjä tai oheispalveluja he toivoisivat seuraavan vuoden Pääataloviikolle.

Kysely toteutettiin sekä paperisessa muodossa että sähköisesti. Paperista kyselylomaketta oli Taivalkoskella jaossa Jalavan Kaupassa, Kallioniemessä ja Pääatalo-keskuksessa. Sähköisen kyselyn linkkiä jaettiin Pääataloviikon Facebook-sivuilla. Vastaamisen kannustimena toimi kyselyn palauttaneiden kesken arvottu lahjakortti Jalavan Kauppaan.

Paperisen kyselylomakkeen täytti 41 ja sähköisen kyselyn 71 tapahtumakävijää. Kyselyyn vastasi siten kaikkiaan 112 Pääataloviikon vierasta. Vastanneista joka kolmas oli paikallisia Taivalkoskella asuvia, matkailijoita eli muissa kunnissa asuvia oli vastanneiden joukossa 75 kappaletta. Matkailijoiden yleisimmät asuinmaakunnat olivat Pohjois-Pohjanmaa (31 %) ja Uusimaa (22 %), yleisimmät asuinkunnat Oulu ja Helsinki. Matkailijoiden keski-ikä oli 55 vuotta.

Matkailijoista 79 prosenttia yöpyi vierailunsa aikana Taivalkoskella (kuva 1). Yöpyminen oli suunnilleen yhtä yleistä kaupallisessa ja maksuttomassa majoituksessa, kuten esimerkiksi tuttavien luona tai omalla mökillä. Taivalkoskella yöpyneiden matkailijoiden keskimääräinen viipymä oli 4,7 yötä (kaupallisessa majoituksessa 4,7 yötä, maksuttomassa 4,6 yötä). Matkailijat, jotka eivät yöpyneet, olivat Pudasjärvellä tai Kuusamossa majoittuneita tai päiväseltään kotoaan käsin Taivalkoskella käyneitä.



Kuva 1. Matkailijoiden yöpyminen Päätaloviikon aikana (n=75).

Matkailijat arvioivat osallistuvansa noin neljään (3,9) Päätaloviikon tapahtumaan vierailunsa aikana, mikä on keskiarvona hieman suurempi kuin paikallisilla asukkailla (3,5). Kaupallisessa tai maksuttomassa majoituksessa yöpyneet matkailijat osallistuivat keskimäärin 4,4 tapahtumaan, päiväkävijät 2,5 tapahtumaan.

### Matkailijoiden rahankäyttö Taivalkosken alueella

Päätaloviikkoon osallistuneiden rahankäyttöön liittyvät kysymykset suunnattiin paperisessa ja sähköisessä kyselylomakkeessa pelkästään matkailijoille eli muille kuin Taivalkoskella asuville. Matkailijoiden rahankäyttöä mittaavien kysymysten muotoilussa otettiin mallia Kuoskun, Kaupilan ja Karjalaisen (2014) kalastusmatkailun aluetaloustutkimuksessa käyttämästä kyselylomakkeesta.

Kyselyn rahankäyttöosion aluksi Päätaloviikon tapahtumiin osallistuneilta matkailijoilta tiedusteltiin, monenko henkilön Taivalkosken matkasta aiheutuneita menoja ja rahankäyttöä heidän vastauksensa koski. Itse rahankäyttöä kysyttiin seuraavalla kysymyksellä: ”Arvioikaa, kuinka paljon

rahaa matkanne aikana käyttite/arvioitte käyttävänne alla lueteltuihin kulutuskohteisiin Taivalkosken alueella (eli mukaan ei lasketa esim. matkan aikana kertyneitä kustannuksia kotipaikkakunnalta Taivalkoskelle ja Taivalkoskelta takaisin kotipaikkakunnalle).”

Kysytyt kulutuskohteet olivat:

- Majoituskulut Taivalkosken alueella
- Kahvila- ja ravintolaostokset Taivalkosken alueella
- Ostokset vähittäiskaupoista (täsmälleen kysyttynä: Ruoka-, päivittäistavara- sekä erikoistavaraostokset [valintamyymälät, kioskit, Alko, apteekki jne.]) Taivalkosken alueella
- Polttoaineostot ja korjaamopalvelut Taivalkosken alueella
- Taksit ja muu paikallisliikenne Taivalkosken alueella
- Pääsymaksut Päätaloviikon tapahtumiin
- Muut kulutuskohteet Taivalkosken alueella

Taulukosta 1 ilmenee, kuinka paljon kyselyyn vastanneet matkailijat käyttivät keskimäärin rahaa Taivalkosken matkallaan eri kulutuskohteisiin. Taulukon luvut on saatu jakamalla ensin menoluokittain rahankäytöt sillä, kuinka monen henkilön matkakuluja vastaus koski, ja määrittämällä sen jälkeen henkilöä kohti lasketuista kulutuksista keskiarvot. Taulukon mukaan Päätaloviikon tapahtumiin osallistuneilla ulkopaikkakuntalaisilla kului Taivalkosken alueella eniten rahaa majoittumiseen (83 €), ostoksiin (62 €), kahvila- ja ravintolapalveluihin (46 €) sekä polttoainekuluihin ja korjaamopalveluihin (32 €). Kulutuskohteet yhteen laskien yhden matkailijan rahankäyttö Taivalkosken alueella oli kaiken kaikkiaan keskimäärin 256 euroa.

Taulukko 1. Matkailijoiden keskimääräinen kulutus Taivalkoskella henkilöä kohti laskettuna (n=75).

Kulutuskohte	€	%
Majoitus	82,7	32,4
Kahvila- ja ravintolaostokset	46,5	18,2
Ostokset vähittäiskaupoista	61,7	24,1
Polttoaineostot ja korjaamopalvelut	32,4	12,7
Taksit ja muu paikallisliikenne	2,7	1,0
Pääsymaksut tapahtumiin	14,1	5,5
Muut kulutuskohteet	15,5	6,1
<b>YHTEENSÄ</b>	<b>255,6</b>	<b>100</b>

Matkailijoiden keskimääräinen kokonaiskulutus Taivalkoskella henkilöä kohti laskettuna oli kaupallisessa majoituksessa majoittuneilla 430 euroa (92 euroa per yöpymisvuorokausi) ja maksuttomassa majoituksessa yöpyneillä 162 euroa (35 euroa per yöpymisvuorokausi). Kaupallisessa majoituksessa yöpyneiden korkeampaa kokonaiskulutusta selittävät luonnollisesti majoituskulut, mutta niiden lisäksi kaupallisessa majoituksessa yöpyneet käyttivät henkeä kohti enemmän rahaa myös kahvila- ja ravintolaostoksiin, polttoaineostoihin, takseihin ja Päätaloviikon tapahtumien pääsymaksuihin. Maksuttomassa majoituksessa yöpyneet kuluttivat sen sijaan hieman kaupallisessa majoituksessa yöpyneitä enemmän ostoksiin vähittäiskaupoista sekä muihin erikseen määrittelemättömiin kulutuskohteisiin.

Päiväkävijöillä eli sellaisilla matkailijoilla, jotka eivät yöpyneet vierailunsa aikana Taivalkoskella keskimääräinen kokonaiskulutus Taivalkosken alueella oli 98 euroa, mutta vastausten vähäisyydestä johtuen kyseiseen keskiarvoon sisältyy huomattavaa satunnaisvaihtelua.

### **Päätaloviikon aikaansaama matkailukulutus**

Matkailukulutuksen laskenta edellyttää arviota Päätaloviikkoon osallistuneiden ulkopaikkakuntalaisten keskimääräisestä rahankäytöstä. Sen lisäksi tarvitaan arvio Päätaloviikolla vierailneiden matkailijoiden määrästä.

Arviot matkailijamäärästä ja Päätaloviikon synnyttämästä matkailukulutuksesta tehtiin vaiheittain seuraavasti:

- Päätaloviikon toimihenkilöt keräsivät yksittäisten tapahtumien järjestäjiltä tiedot kuhunkin tapahtumaan osallistuneiden määrästä. Tähän perustuen eri tapahtumien yhteenlaskettu osallistujamäärä oli 6 500.
- Ulkopaikkakuntalaisten osallistujamäärä laskettiin vähentämällä 6 500:sta paikallisten taivalkoskelaisten osuus samassa suhteessa kuin mitä paikallisia oli kyselyyn vastanneissa eli  $6\,500 - (0,33 * 6\,500) = 4\,355$ .
- Arvio Päätaloviikon matkailijamäärästä tehtiin jakamalla ulkopaikkakuntalaisten osallistujamäärä sillä, kuinka moneen tapahtumaan matkailijat kävijäkyselyn perusteella keskimäärin osallistuivat vierailunsa aikana eli  $4\,355 / 3,9 = 1\,117$ .
- Kertomalla matkailijamäärä (1 117) matkailijoiden keskimääräisellä kulutuksella per henkilö (255,6 €), Päätaloviikon Taivalkosken alueelle synnyttämäksi laskennalliseksi matkailukulutukseksi saadaan 285 505 euroa.

Taulukossa 2 laskennallinen matkailukulutus on jyvitetty eri kulutuskohteille euromääräisenä käyttämällä samaa jakosuhdetta kuin matkailijoiden keskimääräisen rahankäytön jakaumassa taulukossa 1. Siten esimerkiksi majoitukseen Päätaloviikkoon osallistuneiden matkailijoiden voidaan arvioida käyttäneen Taivalkosken alueella kaikkiaan 92 503 euroa ( $0,324 * 285\,505 \text{ €}$ ).

Taulukko 2. Matkailukulutus euroina Taivalkosken alueella (n=75).

Kulutuskohde	€	%
Majoitus	92 503	32,4
Kahvila- ja ravintolaostokset	51 962	18,2
Ostokset vähittäiskaupoista	68 807	24,1
Polttoaineostot ja korjaamopalvelut	36 259	12,7
Taksit ja muu paikallisliikenne	2 855	1,0
Pääsymaksut tapahtumiin	15 703	5,5
Muut kulutuskohteet	17 416	6,1
<b>YHTEENSÄ</b>	<b>285 505</b>	<b>100</b>

### Yhteenveto ja tulosten tarkastelu

Selvityksen perusteella vuoden 2022 Päätaloviikon Taivalkosken alueelle synnyttämä matkailukulutus oli noin 285 000 euroa. Tästä noin 92 000 euroa käytettiin majoitukseen, 69 000 euroa ostoksiin vähittäiskaupoista, 52 000 euroa kahvila- ja ravintolapalveluihin sekä 36 000 euroa polttoaineostoihin ja korjaamopalveluihin.

Päätaloviikon tapahtumiin osallistuneiden matkailijoiden keskimääräinen kokonaiskulutus Taivalkoskella henkilöä kohti laskettuna oli 256 euroa. Kaupallisessa majoituksessa majoittuneilla yhden matkailijan keskimääräinen rahankäyttö oli 430 euroa ja maksuttomassa majoituksessa yöpyneillä 162 euroa. Päiväselteään Taivalkoskella käyneen Päätaloviikon vieraan keskimääräinen rahankäyttö Taivalkosken alueella oli noin 98 euroa, joskin kyseiseen lukuun on vastausten vähäisen määrän vuoksi syytä suhtautua varauksella.

Päätaloviikon kaltaisilla tapahtumilla on matkailukulutuksen ohella vähemmän konkreettisia ja siksi vaikeammin mitattavia ns. tertiarisia merkityksiä, joilla viitataan muun muassa alueimagojen rakentumiseen (ks. Kainulainen 2005, 98). Tapahtumat voivat parhaimmillaan olla keskeisiä maineyön välineitä, joilla lisätään kohdepaikkakuntien näkyvyyttä ja tunnettuutta sekä vahvistetaan alueiden yleistä vetovoimaa matkailijoiden, potentiaalisten muuttajien ja investoijien silmissä.



Tapahtumien hyödyistä puhuttaessa ei voida sivuuttaa tapahtumien paikallisyhteisöllistä ja kulttuurista merkittävyyttä, vaikka kyseiset aspektit eivät käsillä olevan selvityksen keskiössä olekaan. Tapahtumat vilkastuttavat paikkakuntien sosiaalista elämää mahdollistaen ihmisten välisiä kohtaamisia ja kokemuksia yhteisöllisyydestä. Samalla ne parantavat taide-elämysten saavutettavuutta tuoden matalan kynnyksen kulttuuritarjontaa alueille, joilla etabloitunutta kulttuuritoimintaa laiteattereineen ynnä muineen on niukalti. Näin ollen tapahtumien synnyttämä matkailukulutus ja euromääräistetyt aluetalousvaikutukset antavat vain kapean kuvan tapahtumien paikkakunnalle tuottamista hyvinvointivaikutuksista (Kainulainen 2015).

*Selvityksen tuloksia tarkasteltaessa on lopuksi aiheellista kiinnittää huomiota selvitystyön muuttamiin reunaehtoihin ja kriittisiin kohtiin:*

- Matkailukulutuksen osalta on huomattava, että sillä tarkoitetaan matkailijoiden käyttämän rahan määrää kohdepaikkakunnalla. Matkailukulutuksessa on siten mukana arvonlisävero. Matkailun aluetaloustutkimuksissa käytetään usein käsitettä välitön matkailutulo, joka kuvaa matkailukulutuksen määrää arvonlisäverottomana. Tästä syystä Päätaloviikon synnyttämää matkailukulutusta ei voida suoraan suhteuttaa esimerkiksi Taivalkosken välittömään matkailutuloon, joka viimeisimmän tutkimuksen mukaan oli vuonna 2020 seitsemän miljoonaa euroa (Heikkinen 2022). Mikäli arvonlisävero halutaan poistaa matkailukulutuksesta, puhdistuksessa voidaan hyödyntää Verohallinnon ilmoittamia arvonlisäverokantoja, kuten Kauppila (2020, 32, 55–59) on tehnyt matkailullisen vapaa-ajan asumisen aluetalousvaikutuksia tarkastelevassa tutkimuksessaan. Sivuhuomiona todettakoon, että kyseisen tutkimuksen mukaan ulkopaikkakuntalaisten vapaa-ajanasukkaiden synnyttämä välitön matkailutulo oli Taivalkoskella vuonna 2018 noin 1,1 miljoonaa euroa.
- Selvitystyön yhteydessä ei arvioitu kerrannaisvaikutuksia eli matkailukulutuksen aikaansaamia välillisiä ja johdettuja aluetalousvaikutuksia (ks. Kauppila 2016, 4–6). Toisaalta selvityksessä ei otettu kantaa myöskään aluetaloudellisiin vuotoihin, jotka kerrannaisvaikutuksille käänteisesti pienentävät matkailun aluetalousvaikutuksia.
- Matkailukulutuksen laskentaan liittyvistä empiirisistä virhemahdollisuuksista on syytä ottaa esille otannan edustavuus. Matkailijoiden keskilukulutuksen arviointi perustui 75:n matkailijan vastaukseen. Siksi etenkin alaryhmittäisissä (kaupallisessa majoituksessa majoittuneet, maksuttomassa majoituksessa yöpyneet, päiväkävijät) rahankäyttöarvioissa on todennäköisesti satunnaisvaihtelusta johtuvia vääristymiä.

- Kävijämäärien arviointi on tapahtumatutkimusten yleinen haaste. Joidenkin tapahtumien osalta kävijämäärien arviointi voidaan pohjata esimerkiksi pääsylippujen myyntiin, kävijälaskureiden lukemiin tai viimeisimpänä innovaationa matkapuhelinpaikannukseen (ks. Markkanen ym. 2020), joskin näissäkin tapauksissa tulokset eivät välttämättä ole täysin yksiselitteisiä. Tapahtumien aluetaloudellisia vaikutuksia määritettäessä lisähaasteena on se, kuinka suuri osuus tapahtuman kokonaiskävijämäärästä on ulkopaikkakuntalaisia eli matkailijoita. Tässä selvityksessä matkailijoiden osuus kokonaiskävijämäärästä oletettiin samaksi kuin mikä matkailijoiden osuus oli kävijäkyselyyn vastanneiden joukossa.

## Lähteet

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

Hahtola, H. & Äijälä, J.-P. (2015). Tapahtumien Oulu: Tapahtumien vaikuttavuus ja tapahtumiin liittyvä yritystoiminta Oulussa. Saatavilla 23.8.2022 [https://www.ouka.fi/c/document\\_library/get\\_file?uuid=40bfc4da-f7c0-4c7c-bd28-7df4b2d91bef&groupId=6281062](https://www.ouka.fi/c/document_library/get_file?uuid=40bfc4da-f7c0-4c7c-bd28-7df4b2d91bef&groupId=6281062)

Heikkinen, A. (2022). Kuusamon ja Taivalkosken kärkitoimialojen seuranta 2017–2020. Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B:150. Saatavilla 28.9.2022 <https://www.theseus.fi/handle/10024/779971>

Herranen, K. & Karttunen, S. (2016). Festivaalien ja tapahtumien edistäminen valtion kulttuuripolitiikassa. Cuporen verkkojulkaisuja 35. Saatavilla 23.8.2022 [https://www.cupore.fi/images/tiedostot/festivaalienjatapahtumienedistaminenvaltionkulttuuripolitiikassa\\_v1...-2.pdf](https://www.cupore.fi/images/tiedostot/festivaalienjatapahtumienedistaminenvaltionkulttuuripolitiikassa_v1...-2.pdf)

Järviluoma, J. (2017). Liikuntatapahtumien talousvaikutusten laskentaa EEKA-hankkeessa. Teoksessa V. Keränen & J. Järviluoma (toim.) *Aktiviteettimatkailu Kainuuta kehittämässä: Esimerkkejä TKI-toiminnasta.* (35–46). Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B:80. Saatavilla 22.8.2022 <https://www.theseus.fi/handle/10024/139251>

Kainulainen, K. (2005). Kunta ja kulttuurin talous. Tulkintoja kulttuuripääoman ja festivaalien aluetaloudellisista merkityksistä. Tampere: Tampere University Press. Saatavilla 21.8.2022 <https://trepo.tuni.fi/handle/10024/67538>

Kalle Päätalo -seura (2022). Päätaloviikko – koko perheen kulttuuriviikko. Saatavilla 20.8.2022 <http://www.paataloseura.fi/420235544>

Karppinen, A. & Luonila, M. (2014). Tapahtuma- ja festivaaliklusterin laskennallinen aluevaikutusmalli: Oulu, Pori ja Seinäjoki. Turun yliopiston kauppakorkeakoulun Porin yksikön julkaisusarja A:46. Saatavilla 30.8.2022 <https://taju.uniarts.fi/handle/10024/7422>

Kauppila, P. (2016). Matkailun aluetaloudelliset vaikutukset Kuusamossa. Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B:45. Saatavilla 27.8.2022 <http://www.theseus.fi/handle/10024/103974>

Kauppila, P. (2020). Matkailullisen vapaa-ajanasumisen aluetaloudelliset vaikutukset: Kalajoki, Kuusamo, Oulu, Pudasjärvi, Taivalkoski ja Vaala. Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B:102. Saatavilla 28.9.2022 <https://www.theseus.fi/handle/10024/333011>

Kilpeläinen, P., Kostianen, E. & Laakso, S. (2012). Kaupungissa tapahtuu: Tapahtumaklusteri ja tapahtumien vaikutukset Helsingissä. Kaupunkitutkimus TA Oy. Saatavilla 23.8.2022 [https://www.hel.fi/static/taske/ep/Tapahtumien\\_vaikuttavuus\\_Helsingissa.pdf](https://www.hel.fi/static/taske/ep/Tapahtumien_vaikuttavuus_Helsingissa.pdf)

Kuosku, K., Kauppila, P. & Karjalainen, T.P. (2014). Oulanka-, Kitka- ja Kuusinkijoen kalastusmatkailun aluetaloudelliset vaikutukset. Riista- ja kalatalouden tutkimuslaitos. Saatavilla 21.8.2022 <https://jukuri.luke.fi/handle/10024/532873>

Luokkanen, T. (2022). Perustietoa Päätaloviikosta. Sähköpostiviesti 16.8.2022.

Markkanen, W., Satokangas, P., Sievers, K. & Vähäkuopus, M. (2020). Villien jäljillä – puhelinpaikannus on digiajan tiedonkeräysmenetelmä. Lapin ammattikorkeakoulun verkkolehti Lumen 2/2020. Saatavilla 28.9.2022 <https://www.lapinamk.fi/loader.aspx?id=c6a6cdad-1477-46e2-a2c8-5e75a65d23c5>

Matkailun edistämiskeskus (1983). Matkailun tulo- ja työllisyysvaikutukset kunta/alueatasolla. Matkailun edistämiskeskus A:36.

Pikkupeura, R. (2020). Päätaloviikolle voi osallistua tänä kesänä kotisohvalta – kulttuuriviikko järjestetään Taivalkoskella nyt virtuaalisesti. Koillissanomat 8.6.2020. Saatavilla 20.8.2022 <https://www.koillissanomat.fi/paataloviikolle-voi-osallistua-tana-kesana-kotiso/2584494>

Pirfest ry & Innolink Research Oy (2014). Pirkanmaan festivaalien ja kulttuurikohteiden vaikuttavuus 2013. Saatavilla 23.8.2022 [http://www.pirfest.fi/wp-content/uploads/2016/08/Pirkanmaan\\_kulttuurikohteiden\\_vaikuttavuus2013.pdf](http://www.pirfest.fi/wp-content/uploads/2016/08/Pirkanmaan_kulttuurikohteiden_vaikuttavuus2013.pdf)

Rytkönen, M. (2018). Kulttuurifestivaalien aluetaloudelliset vaikutukset Pohjois-Pohjanmaalla. Oulun yliopiston kauppakorkeakoulu. Saatavilla 23.8.2022 <https://www.ouka.fi/documents/6281062/12164838/Kulttuurifestivaalien+vaikutukset+Pohjois-Pohjanmaalla.pdf/1a1c15e2-6d1b-4958-8588-70f3eebeac5>

Satokangas, P. (2015). Luosto Classicin, Pyhä Unpluggedin ja Stalon teatterifestien talousvaikutukset vuonna 2014. MTI:n julkaisusarja. Saatavilla 23.8.2022 <http://matkailu.luc.fi/loader.aspx?id=56f6f3ea-03c8-4c42-907a-5b1d1a4f0cc4>

Tohmo, T. (2005). Economic impacts of cultural events on local economics: an input–output analysis of Kaustinen Folk Music Festival. *Tourism Economics* 11(3), 431–452.

## **14 Kuusamon ja Taivalkosken kärkitoimialojen kehityksen seuranta, Arto Heikkinen ja Jari Järviluoma**

Kuusamon ja Taivalkosken aluetalouden kärkitoimialat määriteltiin alun perin vuonna 2019 Naturpolis Oy:n tilaamassa ja Kajaanin ammattikorkeakoulun toteuttamassa toimialaselvityksessä, jonka yhteydessä kehitettiin kärkitoimialojen aluetaloudellisten vaikutusten mittaamis- ja seurantamalli ja selvitettiin toimialojen lähtötilanne (Järviluoma & Kauppila 2019). Toimeksiannossa määritellyt Kuusamon ja Taivalkosken kärkitoimialat ovat alkutuotanto, metsäsektori, matkailutoimialat ja vähittäiskauppa. Kärkitoimialat pohjautuvat alueen luonnonvarojen ja luontoarvojen kestävään hyödyntämiseen ja ovat samalla tulo- ja työllisyysvaikutuksiltaan merkittävimmät toimialat.

Kärkitoimialojen kehityksen seurannan tavoitteena on monipuolista tilastodataa hyödyntäen tuoda järkevyyttä ja systematiikkaa aluekehitystyöhön. Seurantamalli tarjoaa aineksia tiedolla johtamiseen ja rajallisten kehittämisresurssien suuntaamiseen aluekehityksen kannalta mahdollisimman optimaalisella tavalla.

Toimialaselvityksen (Järviluoma & Kauppila 2019) ja sen päivitykset (Heikkinen 2021; Heikkinen 2022) tilasi Kajaanin ammattikorkeakoululta Koillis-Suomen Kehittämisyhtiö Naturpolis Oy. Tässä artikkelissa tarkastellaan viimeisimmän, lokakuussa 2023 tehdyn päivityksen aineistolähteitä ja päivityksen yhteydessä esiin nousseita haasteita. Artikkelissä ei sisällä kärkitoimialojen kehityksen yksityiskohtaista kuvausta muutoin kuin muutamien esimerkkien valossa – selvityksen varsinaiset tulokset on toimitettu tilaajalle PowerPoint -esityksinä. Kärkitoimialojen seurannan menetelmiä ja toteutusta on esitelty tarkemmin Heikkisen (2022) kirjoittamassa raportissa ”Kuusamon ja Taivalkosken kärkitoimialojen seuranta 2017–2020”.

### **Kärkitoimialojen kehitystä kuvaavat tunnusluvut**

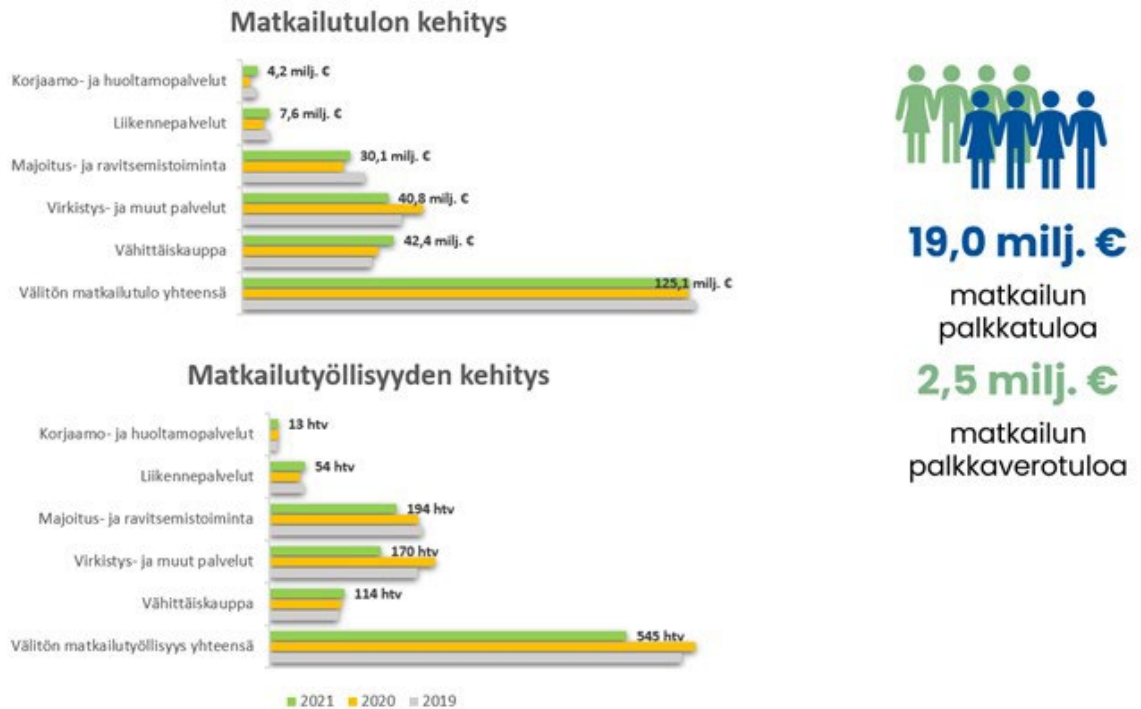
Kärkitoimialojen kehityksen keskeisimmät taloudelliset tunnusluvut ovat toimialojen liikevaihto ja henkilöstömäärä. Liikevaihto kuvaa toimialan yritysten varsinaisen toiminnan myyntituottoja, joista on vähennetty myönnettyt alennukset sekä arvonlisävero, ja muut välittömästi myynnin määrään perustuvat verot. Henkilöstön lukumäärä käsittää palkansaajat sekä yrittäjät. Palkattu henkilöstö on muunnettu kokovuosityölliseksi siten, että esimerkiksi puolipäiväinen työntekijä vastaa puolta henkilöä ja kaksi puolivuotista työntekijää vastaa yhtä kokovuosityöllistä. (Tilastokeskus 2023a.)

Kuusamon ja Taivalkosken kärkitoimialojen liikevaihto- ja henkilöstömäärätiedot tilattiin erillistilauksena Tilastokeskuksen alueellisesta yritystoimintatilastosta (Tilastokeskus 2023b) käyttäen alkuperäisessä toimialaselvityksessä määriteltyjä TOL (2008) -standardin mukaisia jaotuksia kärkitoimialoihin sisällytettävistä alatoimialoista. Toimialaselvitysten alusta lähtien alkutuotannon taloudelliset tunnusluvut käsittävät toimialojen 01 *Kasvinviljely ja kotieläintalous*, 03 *Kalastus ja vesiviljely* sekä 10 *Elintarvikkeiden valmistus* liikevaihdot ja henkilöstömäärät. Vastaavalla tavalla metsäsektorin katsotaan sisältävän toimialojen 02 *Metsätalous ja puunkorjuu*, 16 *Puuteollisuus* ja 31 *Huonekalujen valmistus* liikevaihdot ja henkilöstömäärät. Vähittäiskaupan taloudellisina tunnuslukuina käytetään pelkästään toimialan 47 *Vähittäiskauppa* liikevaihdon ja henkilöstömäärän kehitystä Kuusamossa ja Taivalkoskella.

Matkailun osalta Kuusamon matkailun taloudellisten tunnuslukujen määrittämisessä sovelletaan Kauppilan kehittämää, lähtökohdiltaan Pohjoismaisen mallin tulomenetelmään tukeutuvaa matkailun aluetalousvaikutusten mittaamismenetelmää. Matkailuun sisältyviä toimialoja ovat tällöin korjaamo- ja huoltamatoiminta, vähittäiskauppa, majoitus- ja ravitsemistoiminta, liikenne sekä virkistys- ja muut palvelut. Arviot matkailun tulo- ja työllisyysvaikutuksista pohjautuvat yhtäältä Tilastokeskuksen alueellisen yritystoimintatilaston toimialoittaisiin liikevaihto- ja henkilöstömäärätietoihin ja toisaalta Kauppilan (2016) määrittämiin toimialoittaisiin matkailutulo- ja matkailutyöllisyysprosentteihin.

Taivalkosken matkailun taloudellisten tunnuslukujen määrittämisessä sovelletaan Satokankaan (2021) Lapin ammattikorkeakoululle toteuttamasta tutkimuksesta *Matkailun välittömät tulo- ja työllisyysvaikutukset Taivalkoskella vuonna 2019* peräisin olevaa toimialaluokitusta sekä matkailuusuosprosentteja. Taivalkosken matkailun taloudellisiin tunnuslukuihin sisältyviä toimialoja ovat vähittäiskauppa, majoitus- ja ravitsemistoiminta, hui ja virkistys sekä liikenne.

Esimerkkinä kuvassa 1 on kuvattu infograafina Kuusamon ja Taivalkosken matkailutoimialojen taloudellisten tunnuslukujen kehitys vuosina 2019–2021.



Kuva 1. Kuusamon ja Taivalkosken matkailutoimialojen taloudellisten tunnuslukujen kehitys 2019–2021.

Liikevaihtoa ja henkilöstömäärää mittaavien indikaattoreiden lisäksi tarkastelun kohteena ovat myös toimialojen synnyttämät palkkatulo- ja palkkaverotulovaikutukset, jotka laskettiin Kauppi-  
lan (2016) kehittämän laskentamenetelmän avulla hyödyntäen palkkarakennetilastoa (Tilastokes-  
kus 2023c) ja kuntien verotilastoja (Kuntaliitto 2023). Tilastoaineistojen rajoitteiden takia palkka-  
tulon ja palkkaverotulon estimointi ei tosin ole mahdollista kattavasti kaikilta tarkasteltavilta  
toimialoilta.

Kuusamon ja Taivalkosken kärkitoimialojen kehitystä kuvaavina toissijaisina tunnuslukuina käyte-  
tään eri toimialojen tuottavuutta kuvaavia muuttujia. Toissijaiset indikaattorit ja niiden lähdeviit-  
teet on esitetty alla olevassa listauksessa:

#### 1. Alkutuotanto

- Maatalous- ja puutarhayritysten lukumäärä (Luonnonvarakeskus 2023a).
- Naudanlihan tuotanto (Luonnonvarakeskus 2023a).
- Lypsytilojen lukumäärä (Luonnonvarakeskus 2023a).
- Maidontuotanto (Luonnonvarakeskus 2023a).
- Eloporojen määrä (Paliskuntain yhdistys 2023).
- Teurasporojen määrä (Paliskuntain yhdistys 2023).

## 2. Metsäsektori

- Metsätalousmaan pinta-ala (Metsäkeskus 2023a).
- Metsätalousmaan omistajuus (Metsäkeskus 2023a).
- Metsähallituksen metsätaloukskäytössä olevien metsien pinta-ala (Metsähallitus 2023).
- Puuston kokonaistilavuus puuntuotannon metsämaalla (Luonnonvarakeskus 2023b).
- Metsänomistajien hakkuuaikeiden arvioitu puutavarakertymä (Metsäkeskus 2023b).
- Metsänomistajien hakkuuaikeiden arvioitu kantorahatulo (Metsäkeskus 2023b).
- Suojeluvarausten osuus kuntien maapinta-alasta (Pohjois-Pohjanmaan ELY-keskus 2023).

## 3. Matkailusektori

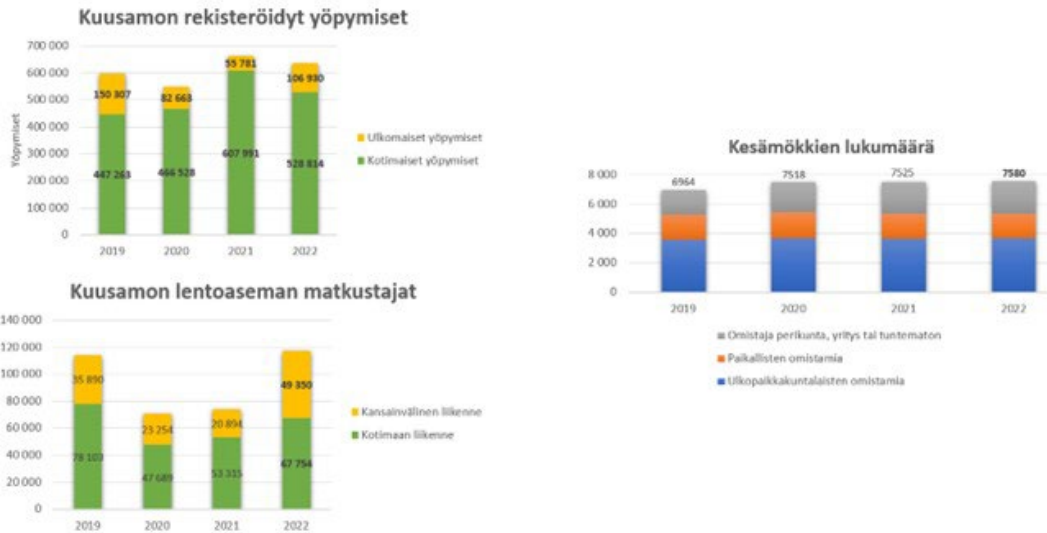
- Rekisteröidyt yöpymiset tilastointivelvollisissa majoitusliikkeissä (Tilastokeskus 2023d; 2023e).
- Kuusamon lentoaseman matkustajamäärät (Finavia 2023).
- Kesämökkien lukumäärä omistajaryhmittäin (Tilastokeskus 2023f).

## 4. Vähittäiskauppa

- Alkuperäisessä toimialaselvityksessä vähittäiskaupan tunnuslukuna käytettiin kaupan sijaintirakennusten kerrosalatietoja, mutta kyseisiä tietoja ei ole päivitetty vuonna 2019 tehdyn selvityksen jälkeen.

Toimialaselvityksissä myös toissijaisten tunnuslukujen kehitys on tiivistetty infograafi-tyylisiksi esityksiksi, joita hallitsevat erilaiset kaaviokuvat. Kuusamon matkailutoimialojen toissijaisten tunnuslukujen kehitys raportoituna kuvassa 2.





Kuva 2. Kuusamon matkailutoimialojen toissijaisten tunnuslukujen kehitys 2019–2021.

### Kärkitoimialojen tilastoseurannan haasteet

Monipuoliset tilastolähteet antavat vahvan perustan toimialojen kehityksen seurannalle, mutta tilastot eivät ole aina sisällöltään kattavia. Kuusamon ja Taivalkosken kärkitoimialojen tilannetta monitoroitaessa eräs merkittävä tilastollinen aukko on maatalouden – tilastokielellä sanottuna Kasvinviljelyn ja kotieläintalouden (TOL 01) – liikevaihtolukujen puuttuminen Tilastokeskuksen alueellisesta yritystoimintatilastosta. Kasvinviljelyn ja kotieläintalouden puuttuva liikevaihto on toimialaselvityksissä korvattu hieman omaperäisellä tavalla kertomalla Tilastokeskuksen maa- ja metsätalousyritysten taloustilastosta saatava maatilayritysten verotilinpäätösten keskimääräinen tulo erikseen tilatulla kunnan maatilayritysten määrällä (Tilastokeskus 2023g; 2023h). Luvuissa on tällöin mukana maataloustuotteiden myyntitulojen lisäksi myös erilaiset maataloustuet. Tilastokeskuksen maa- ja metsätalousyritysten taloustilaston lukujen osalta on vielä syytä mainita, että tilastoon sisältyvät pelkästään maatilatalouden tuloverolain alaiset maatilayritykset. Maataloutta harjoitetaan enenevässä määrin myös elinkeinoverolain piiriin kuuluvissa yrityksissä, jotka jäävät ainakin toistaiseksi tämän tilaston ulottumattomiin. Todettakoon, että Tilastokeskuksessa on parhaillaan meneillään pilottihanke, jolla pyritään saamaan jatkossa myös osakeyhtiömuotoiset maatilat tilastoinnin piiriin.

Tilastodataan pohjautuvissa pitkittäistutkimuksissa törmää joskus yllättäviinkin pulmatilanteisiin. Tällainen voi olla tilastointiperusteiden muuttuminen, joka tuo epävarmuutta tietojen ajalliseen vertailtavuuteen. Toimialaselvitystä tehtäessä haasteita aiheutti Tilastokeskuksen alueellisen yri-

tystoimintatilaston tilastoyksiköiden joukon laajentaminen tilastovuodesta 2021 alkaen. Aiemmin tilastoon otettiin mukaan vain vähintään puoli vuotta tilastovuonna toimineet yritykset, joiden liikevaihto, henkilöstömäärä, investoinnit tai tase ylittivät tilastorajan. Vuodesta 2021 alkaen tilastoon otetaan mukaan kaikki markkinaehtoiset yritykset, joilla on tilastovuonna ollut liikevaihtoa, henkilöstömäärää, liiketoiminnan muita tuottoja, investointeja tai tasetta. (Tilastokeskus 2023a.) Tästä syystä kärkitoimialojen kehityksen seurannassa käytetyt toimialojen liikevaihtoa ja henkilöstömäärää kuvaavat tilastot jouduttiin tilaamaan vuoden 2021 lisäksi uudelleen myös vuosilta 2019 ja 2020 muuttuneen tilastointikäytännön mukaisina. Näin ollen uusimman toimialaselvityksen luvut poikkeavat paikoin vähäisessä määrin aiempien toimialaselvitysten luvuista.

Edellistä hankalampi tilastointiperusteiden muutos liittyy yritystoimipaikkojen henkilöstömäärän arviointiin. Vuodesta 2021 alkaen Tilastokeskus siirtyi käyttämään uutta henkilöstömäärän estimointia, joka perustuu tulorekisteriin (Tilastokeskus 2023a). Valtakunnan tasolla tilastouudistus vähensi henkilöstömääriä noin yhdeksällä prosentilla, mutta paikallisella kuntatasolla muutoksen suuruusluokasta ei ole tietoa. Toimialaselvityksessä tarkasteltujen toimialojen vuoden 2021 henkilöstömäärätiedot eivät uudistuksen vuoksi ole siten täysin vertailukelpoisia aiempien vuosien lukujen kanssa.

Tilastoviive on ei-toivottu, mutta luonteeltaan väistämätön tilastotiedon ajantasaisuutta heikentävä tekijä. Alueellisen yritystoimintatilaston tapauksessa toimipaikkojen liikevaihto- ja henkilöstömäärätiedot ovat saatavissa noin vuoden viiveellä. Esimerkiksi vuoden 2022 liikevaihto- ja henkilöstömääräluvut julkaistaan Tilastokeskuksen mukaan 19.12.2023 eli aivan ajan tasalla olevaa tilannekuvaa kärkitoimialojen aluetaloudellisista vaikutuksista ei tältä osin ole mahdollista tuottaa.

Kuusamon ja Taivalkosken kärkitoimialojen tilastoseurannan haasteista puhuttaessa voidaan vielä ottaa esille tilastojen saatavuus. Kuten artikkelin lähdeluettelosta havaitaan, huomattavaa osaa käytetyistä tunnusluvuista ei ole saatavissa suoraan julkisista internetlähteistä. Näin ollen tarvittavien tunnuslukujen koostaminen edellyttää tietopyyntöjen tekemistä kunkin aihealueen tilastojen asiantuntijoille. Vaikka asiantuntijat ovat olleet yhteistyöhaluisia ja suhtautuneet poikkeuksetta myönteisesti tietopyyntöihin, vaatii tietojen kalastelu jonkin verran työtä ja aikaa. Tiedon hankinnan kustannusten osalta maksullisia tilastoja ovat olleet lähinnä Tilastokeskuksen alueellisen yritystoimintatilaston liikevaihto- ja henkilöstömäärätiedot, joita kunta- ja toimialakohtaisesti poimiessaan Tilastokeskus joutuu tekemään erillisiä tietokoneajoja.

## Seurantamallin kehittäminen

Lopuksi voidaan pohtia myös tämän tyyppisten toimialaselvitysten muutostarpeita. Kuusamon ja Taivalkosken kuntien osalta muutoksia alkuperäiseen selvitykseen valittuihin toimialoihin ja tunnuslukuihin on ollut vähän. Tämä kertoo kuntien yritysraakenteen vakiintuneesta luonteesta, jossa alkuperäiseen selvitykseen valitut toimialat muodostavat edelleen paikkakuntien elinkeinorakenteen kivijalan. Toki eri kehityksenseurantojen yhteydessä on tehty myös joitakin päivityksiä toimialoihin ja tunnuslukuihin.

Vuotta 2020 käsitelleessä päivityksessä matkailutoimialan kehityksen seuranta tuli mukaan koskemaan myös Taivalkosken kuntaa. Vuoden 2021 tunnuslukujen tarkastelun yhteydessä selvitykseen sisällytettiin matkailutoimialan vuokratyövoiman osuutta kartoittava kysely. Kyselyn avulla pyrittiin kartoittamaan selvityksen ulkopuolelle jäävän matkailualan vuokratyövoiman osuutta kuntien matkailutyöllisyydestä. Malliin sisältyneet yleistyksiset eivät kuitenkaan puoltaneet tunnusluvun seurannan jatkoa nyt toteutetussa selvityksessä. Vuoden 2022 kärkitoimialojen seurantaan lisättiin uutena logistiikka-ala, jonka tässä selvityksessä laskettiin käsittävän henkilöliikenteen, tavaraliikenteen sekä muut logistiikka-alaan liittyvät toimialat, jotka olivat merkityksellisiä kummallekin paikkakunnalle (kuva 3).

### Henkilöliikenne

49310 Paikallisliikenne  
 49320 Taksiliikenne  
 49391 Säännöllinen linja-autojen kaukoliikenne  
 49392 Linja-autojen tilausliikenne  
 49399 Muualla luokittelematon muu maaliikenteen henkilöliikenne  
 50300 Sisävesiliikenteen henkilökuljetus

### Tavaraliikenne

49410 Tieliikenteen tavarankuljetus  
 53200 Muu posti-, jakelu- ja kuriiritoiminta

### Muut logistiikka-alaan liittyvät toimialat

52100 Varastointi  
 52211 Linja-autoasemat  
 52212 Tieliikenteen terminaalitoiminta  
 52219 Muu maaliikennettä palveleva toiminta  
 52229 Muu vesiliikennettä palveleva toiminta  
 52230 Ilmaliikennettä palveleva toiminta  
 52240 Lastinkäsittely  
 52291 Huolinta ja rahtaus  
 52299 Muu kuljetusvälitys

Kuva 3. Kuusamon ja Taivalkosken logistiikka-alaan sisältyvät toimialat.

Toteutetut muutokset ovat pääosin olleet lähtöisin toimeksiantajan tarpeista. Selvitysten tiukka resursointi ja aikaraami eivät ole mahdollistaneet tilastojen ja muiden tietolähteiden kautta mahdollisten muiden muutostarpeiden kartoittamista joko kärkitoimialoihin tai niiden kehitystä seuraaviin tunnuslukuihin. Tämän tyyppiselle tarkastelulle olisi kuitenkin tarvetta. Kuten aikaisemmin käytiin läpi, erityisesti toissijaisten tunnuslukujen selvittämiseen liittyy paljon tietopyyntöjä ja manuaalista työtä niin tietoa tarvitsevan kuin tiedon tuottajan osalta. Näiden osalta tulisi etsiä tunnuslukuja ja mittareita, joiden tiedot ovat saatavilla joko julkisista tietolähteistä tai tilattavissa Tilastokeskuksen tai Luonnonvarakeskuksen kaltaisilta toimijoilta.

#### Lähteet

Finavia. (2023). Lentoliikenteen tilastot. Saatavilla 30.10.2023 <https://www.finavia.fi/fi/tietoa-finaviasta/tietoa-lentoliikenteesta/liikennetilastot?navref=paragraph>

Heikkinen, A. (2021). Kuusamon ja Taivalkosken painopistetoimialojen seuranta. Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B:130. Saatavilla 30.10.2023 <https://www.theseus.fi/handle/10024/505641>

Heikkinen, A. (2022). Kuusamon ja Taivalkosken kärkitoimialojen seuranta 2017–2020. Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B:150. Saatavilla 30.10.2023 <https://www.theseus.fi/handle/10024/779971>

Järviluoma, J. & Kauppila, P. (2019). Kuusamon ja Taivalkosken toimialaselvitys. Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B:92. Saatavilla 30.10.2023 <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-7219-40-9>

Kauppila, P. (2016). Matkailun aluetaloudelliset vaikutukset Kuusamossa. Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B:45. Saatavilla 30.10.2023 <http://www.theseus.fi/handle/10024/103974>

Kuntaliitto. (2023). Kuntien veroprosentit. Saatavilla 30.10.2023 <https://www.kuntaliitto.fi/talous/verotus>

Luonnonvarakeskus. (2023a). Luonnonvarakeskuksen tilastotietokanta. Maataloustilastot. Saatavilla 30.10.2023 <https://statdb.luke.fi/PXWeb/pxweb/fi/LUKE/>

Luonnonvarakeskus (2023b). Metsävarakartat ja kuntakohtaiset taulukot. Saatavilla 30.10.2023 <https://www.luke.fi/fi/seurannat/valtakunnan-metsien-inventointi-vmi>

Metsähallitus (2023). Metsähallituksen metsätaloussäilytyksessä olevien metsien pinta-ala. Metsähallitus. Henkilökohtainen sähköposti Ilkka Herukka/Arto Heikkinen. 14.9.2023.

Metsäkeskus. (2023a). Metsäkeskuksen kunnittainen metsävaratieto omistajaryhmittäin. Henkilökohtainen sähköposti Juha Väisänen/Arto Heikkinen. 13.10.2023.

Metsäkeskus. (2023b). Hakkuuajokomukset. Saatavilla 30.10.2023 <https://www.metsakeskus.fi/hakkuuajokomukset>

Paliskuntain yhdistys (2023). Kuusamon ja Taivalkosken porotilastot. Henkilökohtainen sähköposti Anna-Leena Jänkälä/Arto Heikkinen. 11.9.2023.

Pohjois-Pohjanmaan ELY-keskus. (2023). Kuusamon ja Taivalkosken suojeluvarausten osuus. Henkilökohtainen sähköposti Jouni Näpänkangas/Arto Heikkinen. 2.10.2023.

Satokangas, P. (2021). Matkailun välittömät tulo- ja työllisyysvaikutukset Taivalkoskella vuonna 2019. Lapin ammattikorkeakoulu. Julkaisematon selvitys.

Tilastokeskus (2023a). Alueellinen yritystoimintatilasto. Saatavilla 30.10.2023 <https://www.stat.fi/tilasto/alyr>

Tilastokeskus. (2023b). Kuusamon ja Taivalkosken toimipaikkojen liikevaihto- ja henkilöstömäärätiedot. Erillistilaus Tilastokeskuksen alueellisesta yritystoimintatilastosta. Tilastokeskuksen yhteishenkilö Kalle Taskinen.

Tilastokeskus. (2023c). Palkkarakenne. Saatavilla 30.10.2023 <https://stat.fi/tilasto/pra>

Tilastokeskus. (2023d). Majoitustilasto. Tilastotietokanta Rudolf. Saatavilla 30.10.2023 <http://visitfinland.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/VisitFinland>

Tilastokeskus. (2023e). Taivalkosken majoitustilastot. Henkilökohtainen sähköposti Heidi Pukkila/Arto Heikkinen. 3.10.2023.

Tilastokeskus. (2023f). Kuusamon ja Taivalkosken kesämökit omistajaryhmittäin. Henkilökohtainen sähköposti Mika Ronkainen/Arto Heikkinen. 11.9.2023.

Tilastokeskus. (2023g). Maa- ja metsätaloustalouden tilasto. Saatavilla 30.10.2023 <https://stat.fi/tilasto/mmtal>

Tilastokeskus. (2023h). Kuusamon ja Taivalkosken maatilayritysten lukumäärä. Henkilökohtainen sähköposti Juhapekka Kyllönen/Arto Heikkinen. 12.9.2023.

## **Kirjoittajat**

Kaikki kirjoittajat työskentelevät tai ovat työskennelleet Kajaanin ammattikorkeakoulussa määräaikaissa hankkeissa. Kirjoittajat vastaavat itse tuottamiensa artikkeleiden sisällöstä, oikeellisuudesta ja valokuvien tekijöiden oikeuksista.

**Heikkinen** Arto, restonomi (YAMK), projektipäällikkö Kokonaisvaltaisen esteettömän luontomatkailun askelmerkit Kainuussa –hanke ja eNature - esteetön luontomatkailu -hanke

**Heikkinen** Assi, restonomi (amk), projektipäällikkö Tekoälyn ja tiedolla johtamisen avulla vauhtia Wild Taiga alueen yritysten kilpailukyvyyn kehittämiseen - Wild Taiga AI –hanke

**Jyrkäs** Nina, FM, projektipäällikkö Vastuullisen matkailun Arctic Lakeland – Kainuu -hanke

**Järviluoma** Jari, YTT, projektitutkija

**Korhonen** Darja, metsätalousinsinööri (amk), projektipäällikkö Kulttuurihistoriasta nostetta Suomussalmen ja Kainuun matkailuun -hanke

**Korhonen** Pasi, FL, yliopettaja, projektipäällikkö Pyörällä maastoon -hanke ja VEKE – Vesistömatkailun kehittäminen Kainuun Tervareitillä -hanke

**Leinonen** Anna-Reetta, restonomi (amk), projektipäällikkö Yamaha Destination – Palvelukokonaisuudesta kasvua kansainvälistyvään Ukkohallaan -yritysryhmähanke

**Linjala** Hanna, restonomi (amk), Arctic Lakeland Kainuu –koordinaattori, projektipäällikkö Kajaanin lentokentän reittiliikenteen kehittäminen -hanke

**Millar** Terhi, YTM, projektiasiantuntija Suorat kansainväliset lentoyhteydet Kajaaniin –hanke

**Oksman** Birit, restonomi (amk), projektiasiantuntija Kainuun vierailijakonseptin ja palvelualustan rakentaminen -hanke, Kajaanin yrittäjät ry

**Roininen** Katri, tradenomi (amk), projektipäällikkö Kainuun vierailijakonseptin ja palvelualustan rakentaminen -hanke

**Uusiheimala** Saara, restonomi (amk), projektipäällikkö Suorat kansainväliset lentoyhteydet Kajaaniin –hanke; projektiasiantuntija Vastuullisen matkailun Arctic Lakeland –Kainuu -hanke

