KAMK - University of Applied Sciences

B

BUSINESS TKI – kansainvälistyvä Kainuu

Takanen Johanna ja Linjala Hanna (toim.)

BUSINESS TKI – kansainvälistyvä Kainuu

Johanna Takanen ja Hanna Linjala (toim.)

Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B

Raportteja ja selvityksiä 185

Yhteystiedot:

Kajaanin Ammattikorkeakoulun kirjasto

PL 240, 87101 KAJAANI

Puh. 044 7157042

Sähköposti: amkkirjasto@kamk.fi

http://www.kamk.fi

Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B 185 / 2024

ISBN 978-952-7522-45-5

ISSN 1458-915X

Kannen kuva: Johanna Takanen, Kajaanin amk (kehotteet tekoälylle

KAMK • University
of Applied Sciences

)

Sisällys

1 Johdanto 1

2 Monimuotoinen Kainuu - uhka vai mahdollisuus? Diversity in unity & unity in diversity?.. 3

3 Vieraskielisten yritysvalmiuksien edistäminen Kainuussa 5

4 Johtaminen ja työyhteisötaidot kansainvälistyvässä työyhteisössä 7

4 Digitaalisilla työkaluilla kohti kielitietoisempaa yhteisöä 10

5 Boostia kansainvälisten opiskelijoiden Kainuuseen kiinnittymiseen 13

6 Työyhteisöjen perhemyönteisyys Kainuun vetovoimatekijäksi? 17

7 Kansainvälistä yhteistyötä: Kajaanin ammattikorkeakoulun ja saksalaisen korkeakoulun kumppanuuden rakentamista 20

8 Uusi opintojakso tuo lisää uusia opiskelijoita KAMKiin 23

9 Broadening Horizons: How Cross-Border Collaboration Enriches Education 26

10 Esiintymistaitojen merkityksellisyys, case international students 32

11 Kokemuksellista oppimista – ihmiskeskeisesti ja kohti oivalluksia 35

12 Kainuun tarjoamat mahdollisuudet ja kansainvälisen ulottuvuuden lisääminen taloushallinnon opetukseen 42

13 Oivalluksia simuloimalla 46

14 Kajaanin peliala maailmankartalla 51

15 Yhteistyön merkitys kansainvälisen matkailun kehittämisessä – Case Viisi matkailumaakuntaa, yksi järvielämys - Pro Lakeland II -ryhmähanke 54

16 Matkailun investointiympäristön kehittäminen kansainvälisesti houkuttelevaksi..... 58

17 Pienen kunnan kiikarissa kansainväliset matkailijat 66

18 Saavutettavuuden kehittäminen matkailuviennin ajurina – case Arctic Lakeland Finland 71

19 Esteettömyys houkuttelee myös kansainvälisiä asiakkaita 75

20 Moottorikelkkailun kansainväliset markkinat 80

21 Kalastusmatkailu 85

22 Developing Ecotourism Education in International Partnership 87

Kirjoittajat 91

1 Johdanto

Kajaanin Ammattikorkeakoulussa on Business osaamisalueella sekä liiketalouden, - että matkailun koulutukset, joita toteutamme sekä Suomen kuin myös Englannin kielisinä. Opiskelijat voivat valita joko päiväkoulutuksen tai monimuotokoulutuksen omien tarpeidensa mukaisesti. Koulutuksen lisäksi kahteen muuhun lakisääteiseen tehtäväämme kuuluvat aluekehitys ja tutkimus ja innovaatiotyö. Tässä yhteisjulkaisussa painottuu KAMKin matkailun TKI-toiminta, joka jatkui varsin vahvana myös päättyvän vuoden 2024.

Matkailun TKI toiminnan painopisteissä ovat olleet kansainvälisyyden kehittäminen Kainuun matkailun elinkeinoelämässä esimerkiksi edistämällä kansainvälisiä lentoyhteyksiä ja matkustajia alueen yrityksille unohtamatta tiettyjä substanssikohteita, vaikkapa esteettömän matkailun ja moottorikelkkailun reitistöjen ja kalastusmatkailun kehittäminen ja samalla vetovoiman lisääminen tietyissä valikoiduissa kohderyhmissä.

Toteutamme matkailun TKI-hankkeita yhteistyössä kumppaneidemme kanssa, mukana ovat olleet myös useat eri maakunnat. Arctic Lakeland Finland on Kainuun kansainvälisen matkailun brändi, jossa KAMK on merkittävällä kehittämisosuudella mukana. Konkreettisena esimerkkinä hankkeiden vaikuttavuudesta on useiden kansainvälisten charterlentojen saapuminen Kajaanin lentoasemalle talven 2024–2025 aikana. Ne tuovat mukanaan useita tuhansia matkustajia, jotka tarvitsevat alueen palveluita majoituksesta ruokailuihin ja vaikkapa husky-safareista avanto uinteihin.

Digitaaliset palvelut ennen matkaa, matkan aikana ja matkan jälkeen korostuvat tämän päivän matkailussa. KAMK on ollut kehittämässä esimerkiksi yrittäjien varausjärjestelmiä, digitaalista markkinointia ja viestintää ja pyrkinyt osaltaan kasvattamaan yritysten näkyvyyttä ja samalla liikevaihtoa.

Näistä kaikista toimenpiteistä saamme myös uutta ja ennen kaikkea tuoretta, tietyn sektorin, tässä tapauksessa matkailun, työelämän osaamista henkilöstöllemme ja siirrämme sitä suoraan opetuksen sisältöihimme. Tämä edesauttaa opiskelijoitamme työllistymään alueen yrityksiin ja jatkamaan KAMKin vaikutusta myös hankkeiden jälkeen. Matkailun hankkeiden volyymi vuonna 2025 on ollut reilusti yli miljoona euroa, joten se on merkittävä osa KAMKin hankeportfoliota. Tästä on erinomaisen hyvä jatkaa vuodelle 2025.

Jari Kähkönen

Osaamisaluejohtaja, teknologia & business

2 Monimuotoinen Kainuu - uhka vai mahdollisuus? Diversity in unity & unity in diversity?

Tässä otsikkolauseessa ilmaistaan ajatus siitä, että moninaisuus ja yhtenäisyys voivat tukea ja vahvistaa toisiaan, tuoden esiin yhteisön tai kulttuurin syvemmän vuorovaikutuksen. Halutaanko me nähdä Kainuu monimuotoisena tulevaisuudessa, ja mitä se meiltä vaatii?

Tilannekuva-analyysissä Kainuussa on noussut esiin osaavan työvoiman riittävyys, joka on yksi alueen kehityksen ja elinvoiman kannalta keskeisimmistä haasteista. Tähän vaikuttavat erityisesti Kainuun väestökehitys, eläköityminen, työikäisten poismuutto sekä alueen talouden ja yritysten kasvu. Tilastokeskuksen ennusteen mukaan Kainuun väkiluku vähenisi vuoteen 2045 mennessä lähes 8 500 henkilöllä eli 12,2 %.

Yksi konkreettinen keino lisätä työikäistä väestöä alueelle on opiskelu- ja työperäinen maahanmuutto. Kajaanin ammattikorkeakoulussa kansainvälisten opiskelijoiden määrä on kasvanut tasaisesti vuosien aikana. Tällä hetkellä kansainvälisiä opiskelijoita on noin 500, mikä on noin 15 % koko opiskelijakunnasta. Vuodessa heistä valmistuu noin sata. Suurin osa kansainvälisistä opiskelijoista tulee EU ja ETA-maiden ulkopuolelta, erityisesti Intiasta, Sri Lankasta ja Pakistanista.

KAMKilla on tarjolla yhteensä kymmenen englanninkielistä koulutusohjelmaa. Kandidaattitasolla valmistuu opiskelijoita liiketalouden, liikunnan, e-sportin ja matkailun aloilta, ja tulevaisuudessa myös pelialalta. KAMK maisteriohjelmissa opiskellaan johtamista ja kehittämistä eri näkökulmista, kuten pelialalta, liiketaloudesta, hallinnosta ja teknologiasta. Vaikka kansainvälisten opiskelijoiden määrä on kasvussa, vain harva heistä työllistyy valmistuttuaan Kajaaniin.

Työllistymisen esteitä ovat muun muassa työnantajien ja opiskelijoiden kielitaito, molempien osapuolten valmiudet, työvoiman kohtaantoon liittyvät haasteet sekä alueelliset elinkeinoelämän rakenteet ja monet muut tekijät. Perinteisen työllistymisen ohella yrittäjyys voi tarjota kansainvälisille opiskelijoille mahdollisuuden työllistyä Kainuussa.

Lokakuussa 2024 Visit KAMK -tapahtuman yhteydessä järjestettiin paneelikeskustelu “Osaava työvoima ja kansainväliset opiskelijat: Kotoutuminen ja osallisuus tulevaisuuden Kainuussa.” Panelistien joukossa oli monipuolisesti edustettuina tärkeät osapuolet, joita tämä teema koskee. Yleisössä oli paljon kansainvälisiä opiskelijoita, jotka etsivät työllistymismahdollisuuksia Kai-

nuussa ja toivovat jäävänsä tänne asumaan opintojen päätyttyä. Paneelikeskustelu pidettiin englanniksi, sillä panelistien joukossa oli kaksi kansainvälistä osaajaa, joille englanti oli luonnollisempi kieli keskustelun käymiseen.

Dialogin keskeisiä teemoja olivat osaavan työvoiman tarpeet ja kansainvälisten opiskelijoiden rooli niiden täyttämisessä Kainuussa, kotoutumisen merkitys ja haasteet sekä konkreettiset ratkaisut. Yhtenä tavoitteena oli edistää osallisuutta ja yhteisöllisyyttä koskevaa keskustelua Kainuussa.

Täytyy kuitenkin muistaa, että integrointi on aina kaksisuuntainen prosessi. Ainoastaan opiskelijoiden halu tulla osaksi paikallista yhteiskuntaa ei riitä, vaan toisella puolella tarvitaan tahtoa ottaa kansainvälinen osaaja vastaan.

Yhtenä konkreettisena esimerkkinä voidaan nostaa esiin tapaus, jossa yksi kansainvälinen panelisti sai työtarjouksen paneeliin osallistumisen jälkeen. Hänen tuleva työnantajansa oli ollut yleisössä. Tämä herättää ajatuksen siitä, että meidän tulisi entistä rohkeammin kutsua uusia kainuulaisia mukaan keskusteluihin, tuomaan esiin heidän osaamistaan ja näkemyksiään, tukemaan verkostojen vahvistamista sekä tarjoamaan mahdollisuuksia.

Moni kainuulaisista saattaa ajatella: "Englanti ei ole työkieli täällä." Toisaalta on epärealistista odottaa, että kansainväliset osaajat ja heidän puolisonsa oppisivat täydellistä suomea parissa vuodessa opiskelun ohella, kun me emme itsekään oppineet englantia peruskoulussa useiden vuosien aikana. Monikulttuurisuus on kuitenkin rikkaus ja silta, joka voi yhdistää osaavan työntekijän ja työvoimapulasta kärsivän työnantajan. Asenne ratkaisee: se auttaa kohtaamaan haasteet näkemällä mahdollisuudet ja hyödyntämään valtavaa potentiaalia, joka meillä on.

Let’s make Kainuu strong, diverse and international!

Tatiana Petrova

Kirjoittaja toimii projektipäällikkönä *Osaajia Kainuuseen* -koordinaatiohankkeessa. Hanke rahoitetaan Alueiden kestävän kasvun ja elinvoiman tukemisen määrärahaa (AKKE-rahoitusta).

KAINUUN LIITTO

3 Vieraskielisten yritysvalmiuksien edistäminen Kainuussa

Kainuussa asuu useita tuhansia maahanmuuttajia, jotka ovat saapuneet Suomeen ja Kainuuseen eri syistä. Maahanmuuttajien määrä on kasvanut nopeasti Kainuussa. Vuonna 2022 heidän osuutensa Kainuussa oli 4,2 % väestöstä. Maahanmuuttajien joukossa työttömyys on yleisempää kuin kantaväestön. Ulkomaalaisten työttömyysaste marraskuun lopussa 2023 oli Kainuussa 22,6 %. Samana ajankohtana työttömyysaste oli Kainuussa 8,9 % (Tilastokeskus, 2024. Työnvälitystilastot). Sopivien työpaikkojen puute alueella, kielitaito ja asenteet vaikeuttavat kaikki työllistymistä. Toisaalta nämä ovat tekijöitä, jotka lisäävät vieraskielisten kiinnostusta omaan yritystoimintaan. (Aaltonen, Heinonen & Valtonen, 2015.)

Vieraskielisten keskuudessa yritysten perustamiseen liittyvä kiinnostus on lisääntynyt. Kuitenkin yritystoiminnan käynnistämisen esteinä ovat muun muassa heikko suomen kielen taito, rajalliset tiedot verotuksesta, lupakäytännöistä ja lainsäädännöstä yleisesti. Lisäksi tietämys Suomessa liiketoimintaan liittyvistä markkinoista ja yrittäjyyskulttuurista vaatii usein syvällisempää tarkastelua ja analysointia, jotta toiminnasta saataisiin kannattavaa. Myös tarvittavat verkostot yritystoiminnassa ovat usein puutteellisia tai liian rajallisia. (MAKEA-hankkeen hankesuunnitelma, 2024.)

Elinkeinorakenteen ja työmarkkinoiden muutosten myötä yrittäjyys tulee olemaan yhä keskeisempi työllistymismahdollisuus myös maahanmuuttajille. Maahanmuuttajien yritystoiminta tuo markkinoille uusia resursseja, innovaatioita ja taloudellista aktiivisuutta, mikä hyödyttää koko kansantaloutta. Siksi on tärkeää, että vieraskielisille tarjotaan yrittäjyyden tukipalveluita. (Aaltonen, Heinonen & Valtonen, 2015.)

Huhtikuussa 2024 Kajaanin ammattikorkeakoululla käynnistyi *MAKEA*-hanke, joka edistää vieraskielisten yrittäjyysvalmiuksia Kainuussa ja Koillismaalla (ESR+). Hankkeen tavoitteena on parantaa vieraskielisten yrittäjyysosaamista sekä kehittää vieraskielisille suunnattuja työllisyys- ja neuvontapalveluita näillä alueilla. Hanke tarjoaa parasta mahdollista tukea ja ohjausta yhteistyössä Kajaanin ammattikorkeakoulun ja muiden paikallisten toimijoiden kanssa. Kumppaneina ovat Naturpolis Oy ja kaikki Kainuun ja Koillismaan alueiden kunnat. Hankkeen aikana tehdään muun muassa selvityksiä, kerätään materiaaleja eri kielillä paremman yritysneuvonnan varmistamiseksi, pilotoidaan erilaisia toimintamalleja, joita voidaan jatkossa hyödyntää, sekä tuetaan tukipalveluiden juurtumista. Hanke loppuu maaliskuussa 2026.

Natalia Alava

Kirjoittaja toimii projektipäällikkönä *Vieraskielisten yrittäjyysvalmiuksien edistäminen (MAKEA) Kainuussa ja Koillismaalla* -hankkeessa. Hanke on Euroopan unionin osarahoittama (ESR+) ja rahoituksessa mukana ovat lisäksi Kajaanin kaupunki, Suomussalmen ja Sotkamon kunnat sekä Naturpolis.

Lähteet

Aaltonen, S., Heinonen, J. &Valtonen, E. (2015). Maahanmuuttajayrittäjien palvelutarpeet ja yrittäjyyden edistäminen. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja: Työ ja yrittäjyys 23/2015. http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-227-975-0

Tilastokeskus. (2023). Maahanmuuttoja lähes 50 000 vuonna 2022. Saatavilla 18.1.2024 https://stat.fi/julkaisu/cl8n2djzw3b360cvz35t3up2r

Vieraskielisten yrittäjyysvalmiuksien edistäminen (MAKEA) -hankkeen hankesuunnitelma. (2024).

4 Johtaminen ja työyhteisötaidot kansainvälistyvässä työyhteisössä

Suomi kansainvälistyy vauhdilla, kehityksen ollessa nopeinta suurissa kaupungeissa, mutta kansainvälistyminen näkyy myös Kainuussa ja KAMKissa. KAMKin n. 3600 opiskelijasta jo n. 600 on kansainvälisiä opiskelijoita ja korkeakoulumme opiskelijat edustavat 58:aa eri kansallisuutta. Myös KAMKin henkilökunta kansainvälistyy vauhdilla, henkilöstöä KAMKissa on jo liki kaikilta mantereilta.

Kansainvälistyminen vaikuttaa myös johtamiseen, esihenkilötyöhön ja työyhteisötaitoihin. Kansainvälisyydestä on tullut arkea monilla työpaikoilla ja usein työkielenäkin on siirrytty käyttämään yhä enenevässä määrin englantia. Suomalaisen työelämän, työkulttuurin ja tapojen omaksuminen vie aikansa. Kuten kotoutuminen uuteen maahan ja kulttuuriin, myös työyhteisöön kotoutuminen on kaksisuuntainen prosessi. Muutos vaatii avoimuutta, vastaanottavuutta ja mukautumiskykyä niin vastaanottavalta työyhteisöltä kuin työyhteisöön tulevalta. Kehittämistä suomalaisen työelämän yhdenvertaisissa henkilöstökäytännöissä ja moninaisuusosaamisessa vielä tutkitusti riittää, kuten Työterveyslaitoksen monimuotoisuusbarometri kertoo (Bergbom, Toivanen & Väänänen, 2020). Yhtenä tärkeänä tehtävänämme onkin kasvattaa osaajia, jotka ymmärtävät, mitä kansainvälistyvän työyhteisön vastuullinen johtaminen vaatii ja minkälaisia työyhteisötaitoja tulevaisuuden asiantuntijoilta vaaditaan.

Mitkä ovat tapoja vastata yhteiskunnalliseen muutokseen ja kansainvälistymisen mukanaan tuomiin osaamistarpeisiin? Kansainvälisyysosaamiseen ja siihen liittyvään moninaisuusosaamiseen linkittyvät vahvasti myös kestävän kehityksen ja vastuullisuuden teemat, joiden edistäminen on yksi suomalaisille korkeakouluille asetettuja strategisia tavoitteita (Peltoniemi, n.d.). Vastuullisesti toimivalta organisaatiolta odotetaan myös vastuullista johtamista, joka näkyy syrjimättömyyttä ja yhdenvertaisuutta korostavana johtamisena (Tossavainen & Näsänen, 2023). Moninaisuuteen (diversiteettiin), osallisuuteen (inkluusioon), yhdenvertaisuuteen ja tasa-arvoon liittyvät DEI-teemat ovatkin nousseet keskusteluun myös suomalaisessa korkeakoulutuksessa. Korkeakoulut ovat vastaamassa tarpeeseen kehittämällä omia DEI-suunnitelmia, joiden tavoitteena on tukea niin kansainvälisten osaajien uramahdollisuuksia korkeakouluissa, kuin yhdenvertaisuutta edistäviä polkuja kohti korkeakouluopintoja. Tällä hetkellä suomalaisten korkeakoulujen yhdenvertaisuus- ja tasa-arvosuunnitelmien laadinnassa sekä käytäntöön soveltamisessa on vaihtelevia käytäntöjä ja selkeää kehittämistarvetta (Nikula & Hannonen, 2024, 76).

Johdon sitoutuminen moninaisuuden edistämiseen on keskeisen tärkeää, jotta työyhteisöön luodaan moninaisuutta tukeva ilmapiiri. Moninaisuus ja osallisuus voidaan nähdä organisaatiota ja työyhteisöä hyödyttävänä tekijänä, tarjoten uusia näkökulmia ja kokemuksia. Toisaalta tutkimustiedon perusteella voidaan myös väittää, että maailmalta sellaisenaan tuodut, kansainvälisten yhtiöiden luomat käytännöt eivät toimi kaikissa kulttuurisissa konteksteissa. (Shore ym., 2018, 186). Onkin tärkeää löytää juuri suomalaiseen työelämään sopivat, kaikkien osallisuutta tukevat johtamiskäytännöt ja työyhteisötaidot, ilman ideologisia painotuksia suuntaan tai toiseen. Korkeakoulujen kannalta tärkeitä ovat organisaatiotason suunnitelmat, arvot, periaatteet, sitoutuminen, avoimuus ja luottamuksellisen ilmapiirin luominen. Esihenkilötasolla on myös oltava valmius kohdata mahdolliset moninaisen työyhteisön tuomat haasteet ja huomioida teemat jo perehdytyksessä. Korkeakoulujen lisäksi asia on yleistettävissä koskemaan suomalaista työelämää laajemminkin, kansainvälisen työvoiman lisääntyessä. Asiantuntijoiden johtamisessa erityisesti sisäisten motivaatiolähteiden ja sisäisten intressien löytäminen on tärkeää moninaisuusasioiden edistämiseksi, koska asiantuntijat harvoin motivoituvat ulkoisista tekijöistä (Nikula & Hannonen, 2024, 77–78).

Kansainvälisyyden yleistyessä työyhteisössä vaaditaan siis määrätietoista moninaisuuden, yhdenvertaisuuden ja osallisuuden johtamista, joka palvelee kaikkia työyhteisön työntekijöitä. Jokainen meistä on omanlaisensa, ainutlaatuinen yksilö, joka ansaitsee tulla kohdatuksi omana itsenään. Asia on myös tärkeä työyhteisötaito, joka koskettaa muitakin kuin johtajia ja esihenkilöitä. Kuten monessa muussakin johtamisen kysymyksessä, työ käynnistyy ylimmän johdon määrätietoisesta sitoutumisesta, tavoitteiden asettamisesta ja tätä tukevien rakenteiden, prosessien ja suunnitelmien kehittämisestä. Yhtä lailla tärkeää on myös keskijohdon ja esihenkilöiden sitouttaminen muutokseen. Johtajan tulee olla tietoinen moninaisuuden, yhdenvertaisuuden ja osallisuuden ja kansainvälistymisen tuomista mahdollisuuksista, mutta tunnistaa myös asiaan liittyvät haasteet. Mahdollisista ongelmistakaan ei saa vaieta, vaan teemoista vaaditaan työyhteisössä avointa keskustelua yhteisen ymmärryksen rakentamiseksi ja ratkaisujen hakemiseksi mahdollisiin esille nouseviin haasteisiin. Asiantuntijoiden sisäisen motivaation lähteet tulee löytää avoimen dialogin kautta, jotta teemat hyväksytään ja omaksutaan työyhteisössä. Korkeakoulujen käynnistettyä määrätietoisen kehittämistyön, osallisuutta, yhdenvertaisuutta ja monimuotoisuutta tukevat käytännöt tulevat väistämättä näkymään myös opetussuunnitelmissa, johtamisen opetuksessa ja valmistuvien opiskelijoiden lisääntyneenä tietoisuutena, muodostuen heille tärkeäksi työelämätaidoksi kansainvälistyvässä ja moninaistuvassa työelämässä.

Olli Jääskeläinen

Kirjoittaja on johtamisen ja esihenkilötyön lehtori ja opettaa sekä Business-osaamisalueella että KAMK Master Schoolissa. Kirjoittajalla on laaja kokemus liike-elämän palveluksesta, asiantuntija- ja esihenkilötehtävistä sekä johtamisesta.

Lähteet

Bergbom, B., Toivanen, M. & Väänänen, A. (2020). Monimuotoisuusbarometri 2020: Fokuksessa rekrytointikäytännöt ja monikulttuurisuus. Työterveyslaitos. https://urn.fi/URN:ISBN:9789522619471

Nikula, K. & Hannonen, K. (2024). Moninaisuuden, yhdenvertaisuuden ja osallisuuden tavoitteellinen johtaminen korkeakoulussa. Tiedepolitiikka, 49(2), 76–78. https://doi.org/10.58957/tp.142001

Peltoniemi, H. (N.d.). Strategia. Kansallinen koulutuksen arviointikeskus Karvi. Saatavilla 19.11.2024 https://www.karvi.fi/fi/tietoa-meista/strategia

Shore, M. L., Cleveland, J. N. & Sanchez, D. (2018). Inclusive workplaces: A review and model. Human Resource Management Review, 28(2), 176–189. https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2017.07.003

Tossavainen, M-M. & Näsänen, J. (2023). Vastuullinen johtaminen nopeasti muuttuvassa työelämässä. Kuntatyönantajat. Saatavilla 19.11.2024 https://www.kt.fi/sites/default/files/media/document/Kuma2023-miten-johtaa-vastuullisesti.pdf

4 Digitaalisilla työkaluilla kohti kielitietoisempaa yhteisöä

Samaan aikaan kun kansainvälisyys lisääntyy, Suomeen syntyy entistä suurempi joukko monikielisiä kansalaisia. Muutos haastaa opetuksen järjestäjät sekä työyhteisöt uudenlaiseen inklusiivisuuteen, josta on hyvä keskustella laajemminkin eri yhteisöissä. Monikielisyys antaa uusia mahdollisuuksia ja näkökulmia, mutta samaan aikaan keskustelussa on suomen kielen asema yhteiskunnassa (Onikki-Rantajääskö, 2024). Meillä on myös kasvava joukko ihmisiä, joilla on eri asteisia kielellisen oppimisen haasteita, jotka vaativat varhaista puuttumista sekä tuen huomioimista kouluissa ja oppilaitoksissa (Kunnari & Laasonen, 2022).

Kielitietoisuus korostuu, sillä sen avulla varmistetaan, että kaikilla yhteisön jäsenillä on yhtäläiset mahdollisuudet osallistua yhteiseen toimintaan ja ottaa osaa esimerkiksi päätöksentekoon. Kielitietoinen yhteisö huolehtii yhdessä, että tieto kaikkien jäsenten saavutettavissa ja keskustelukäytännöt tukevat monikielisten osallisuutta. Kielitoinen opettaja varmistaa, että opetuskäytänteet tukevat opetuksen seuraamista sekä siihen osallistumista. On monikielistä oppijaa hyödyttävää, että opintojakson tai yksittäisen opintotuokion tavoitteet ovat selkeästi esillä. Kielen oppijan tukena voidaan käyttää kieltä ja käsitteitä havainnollistavaa materiaalia sekä ohjata hyödyntämään monikielisyyttä uuden asian oppimisessa. Tärkeintä on kuitenkin muistaa, että jokainen opettaja on oman alansa kielenopettaja. (Teaching and Learning Centre [TLC], 2024.)

Kieli on myös tärkeä osa yhteiskuntaan kotoutumista. Esimerkiksi Suomeen saapuvan perusopetuksen ikäiselle oppilaalle, jolla ei ole vielä suomen kielen taitoa, tarjotaan ensin valmistavaa opetusta. Valmistavan opetuksen tavoitteena on suomen kielen alkeiskielitaito sekä suomalaisen kulttuurin opetus. Opetuksessa otetaan huomioon oppilaan aiempi koulutausta ja suunnitellaan yksilölliset opinnot siten, että integroituminen perusopetukseen omaa ikätasoa vastaavalle luokka-asteelle sujuisi mahdollisimman jouhevasti. Kun oppilas on suorittanut yhden lukuvuoden ajan valtion rahoittamaa valmistavaa opetusta, siirtyy oppilas perusopetuksen oppilaaksi. (Opetushallitus, 2017, 4) Kajaanissa on kehitetty nivelvaiheen tuki oppilaan integroitumiseksi ja heillä on mahdollisuus saada suomi toisena kielenä opetusta erityisessä tukiluokka mallissa.

Digitaaliset työkalut ovat hyvä apu kielellisissä haasteissa, niin monikielisten ryhmien kommunikoinnissa kuin vaikkapa lukemisen ymmärtämisen tukena. Paikkansa ovat jo vakiinnuttaneet erilaiset käännöstyökalut, mutta jatkuvasti kehittyvän tekoälyn myötä on mahdollista automatisoida simultaanitulkkausta erilaisille laitteille. Tästä hyvänä esimerkkinä on Microsoftin kehittämä Powerpoint Live -kääntäjä, joka pystyy kääntämään esiintyjän puheen useammalle eri kielelle saman

aikaisesti. Koska kääntäjänä on kone, joka ei ole vielä oppinut esimerkiksi kielikuvia tai kulttuurisesti sidottuja fraaseja, on puhujan hyvä muistaa selkokielinen esiintyminen.

Digioppimisen polku Kainuuseen -hankkeessa keskitymme tukemaan sekä löytämään ratkaisua erilaisiin opetusalan haasteisiin digitaalisilla työkaluilla. Koulutamme opettajia näiden työkalujen käyttöön ja näin ollen myös varmistamme oppijoille ajanmukaisten digitaitojen oppimisen osana varsinaista opetussisältöä. Digitaalisuus ei ole siis irrallinen opetettava kokonaisuus, vaan osa monipuolista pedagogista toimintaa.

Kaisa Leinonen

Kirjoittaja on koulutukseltaan luokanopettaja ja työskentelee projektiasiantuntijana *Digioppimisen polku Kainuuseen* -hankkeessa. Hanke on Euroopan unionin osarahoittama ja rahoituksessa mukana ovat myös Kajaanin kaupunki, Kajaanin koulutusliikelaitos, Hyrynsalmen, Paltamon, Puolangan, Ristijärven, Sotkamon sekä Suomussalmen kunnat.

Lähteet

Kunnari, S. & Laasonen, M. (2022). Lasten kielelliset vaikeudet: Haasteiden tunnistaminen ja kuntoutus. PS-kustannus.

Onikki-Rantajääskö, T. (2024). Suomi osallisuuden kielenä: Selvitys suomen kielen tilasta Suomessa 2020-luvun puolimaissa. Oikeusministeriön julkaisuja, Selvityksiä ja ohjeita 2024:20. http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-400-141-0

Opetushallitus. (2017). Perusopetuksen valmistava opetus. Opetushallituksen julkaisuja 4:2017. Saatavilla 5.12.2024 https://www.oph.fi/fi/tilastot-ja-julkaisut/julkaisut/perusopetukseen-valmistava-opetus

Teaching and Learning Centre [TLC]. (2023). Työkaluja opettajalle S2-taustaisen opiskelijan huomioimiseen. Tampereen yliopisto & Tampereen ammattikorkeakoulu. Saatavilla 5.12.2024 https://www.tuni.fi/tlc/tyokaluja-opettajalle-s2-taustaisen-opiskelijan-huomioimiseen/

5 Boostia kansainvälisten opiskelijoiden Kainuuseen kiinnittymiseen

Talent Boost on poikkihallinnollinen työ- ja koulutusperäisen maahanmuuton ohjelma, jota hallinnoivat työ- ja elinkeinoministeriö sekä opetus- ja kulttuuriministeriö. Toimenpideohjelma tähtää muun muassa Suomeen opiskelujen vuoksi muuttaneiden asettautumisen tukemiseen ja kansainvälisien osaajien alueille kiinnittämiseen. (Työ- ja elinkeinoministeriö, n.d.) Toimenpideohjelma käynnistettiin edellisellä hallituskaudella ja uudistettiin vuonna 2023 (Opetus- ja kulttuuriministeriö, 2023). KAMK muiden korkeakoulujen kanssa on noudattanut *Talent Boost* palvelulupausta vuodesta 2021 alkaen. Palvelulupauksen mukaan KAMK on sitoutunut edistämään kansainvälisten opiskelijoiden integroitumista ja yhteistyötä aiheen parissa työskentelevien alueellisten toimijoiden kesken sekä kehittämään SIMHE, eli supporting immigrants in higher education -toiminnan mukaisia ohjauspalveluita (Opetushallitus, n.d.; Sievänen, 2021). Tavoitteena on yritysyhteistyöllä ja työelämän vastaanottavuutta parantamalla vahvistaa opiskelijoiden työmarkkinoille siirtymistä Suomessa (Kielibuusti, 2023).

Kajaanin ammattikorkeakoulu on *Talent Boost* -palvelulupauksessaan linjannut vahvistavansa kansainvälisten opiskelijoiden palveluita ja tukimuotoja, jotta työelämäyhteyksiä, harjoittelu- ja työllistymismahdollisuuksia syntyisi entistä enemmän. Toimenpideohjelman mukaisesti myös KAMK:ssa on todettu ohjaustoimijoiden ja alueellisen yhteistyön tärkeä rooli tässä työssä. (Sievänen, 2021.)

Oma työni *Talent Boost* palvelulupauksen toimeenpanijana alkoi vuonna 2022. Liikkeelle lähdettiin aktiivisten Tourism -linjan opiskelijoiden kanssa, jotka auttoivat työpajatyöskentelyllään saamaan yleiskuvan kansainvälisten opiskelijoidemme ohjaustarpeista matkallaan kainuulaiseen työelämään. Kartoitus- ja ideointityötä jatkettiin yhdessä opiskelijoiden ja Kajaanin kaupungin kansainvälisten palveluiden kanssa. KAMK:n ja Kajaanin kaupungin välinen asettautumispalvelusopimus pantiin toimeen samaan aikaan, ja aloittavat opiskelijat saivat suomen kielen opintojen ohessa kaupungin kansainvälisiltä palveluilta asettautumiskeskusteluiden kautta tukea kotoutumisen alkuvaiheeseen. Vaikka keskusteluaikojen järjestäminen ja monen suuntainen tiedotus vie paljon aikaa, koettiin yhteistyö silti opetusta keventävänä, sillä arkielämän haasteet tulivat hoidetuksi toisaalla ja oppitunneilla kyettiin keskittymään niiden sisältöihin.

Opiskelijaprofiili on muuttunut viimeisen vuosikymmenen aikana niin iän, lähtömaan kuin kielten osaamisenkin suhteen paljon. Suomi toisena ja vieraana kielenä (S2) -oppiaineen lehtorina laadin

esityksen S2-opintojen rakenteen muutoksesta vastaamaan moninaistuvan opiskelijakannan kielenoppimisen tarpeita. Esitys noudattaa SIMHE-korkeakouluilta saatua suositusta S2-opintojen ohjaamiseksi ja toteuttamiseksi, ja se mahdollistaisi kansainvälisille opiskelijoille omantasoisensa ja omien asettautumis- ja uratavoitteidensa mukaisen kielenoppimispolun. Opintojen rakenne on vielä työn alla, mutta monia askeleita yksilöllisempiä suomen kielen oppimisen polkuja kohti on jo otettu.

Korkeakoulujen *Kielibuusti/Språkboost* -hankkeessa, joka myös on osa *Talent Boost* - toimenpideohjelmaa, on tuotettu KieliHOPS-lomakepohjat ja toimintaohjeet suomen kielen henkilökohtaisen kielenoppimissuunnitelman laatimiseen (Kielibuusti, 2024). KieliHOPSin avulla tehdään näkyväksi kielitaidon merkitystä urasuunnittelussa ja opiskelijan omia kielitaidon edistämisen keinoja. Kielibuustin lomakkeiden pohjalta muokattiin omaan oppimisympäristöömme sopiva sähköinen työkalu, jonka avulla jokainen suomen kielen opinnot aloittava kartoittaa opintojen alussa tavoitteensa ja myöhemmissä vaiheissa kielen oppimisensa etenemisen. KieliHOPSia käytetään KAMKissa siis työkaluna opiskelijoiden suomen kielen opintojen ohjauksessa, itsearvioinnissa ja seurannassa.

Opiskelijoiden KieliHOPS -kartoituksista nousi vahvasti tarve itsenäisesti suoritettaville opinnoille. KAMKin hankkeissa on tuotettu aiempina vuosina S2-verkko-opintoja. Lisää verkko-opintoja vielä tarvitaan, mutta *Talent Boost* -toimenpiteenä viimeisteltiin englanninkielisiin ohjelmiin alkeistason suomen kielen opintokokonaisuus, joka opiskelijan on mahdollista suorittaa jo ennen Suomeen tuloaan ja näin jouduttaa ensimmäisen lukuvuoden opintojen etenemistä ja uuden kotimaan kieleen ja kulttuuriin tutustumista. Lisäksi rakennettiin malli edistyneen kielenoppijan ohjaukseen yhteisen opetussuunnitelman jatkeeksi. Edistyneelle opiskelijalle etsitään verkko-opintojen lisäksi vuorovaikutusmahdollisuuksia koulun ulkopuolelta, ja ohjaustapaamisissa arvioidaan säännöllisesti taitojen kehitystä.

SIMHE-korkeakoulujen suositusta mukaillen perustettiin KAMK:in Kieliohjaajan tehtävä, joka sisällytettiin uudistettuun ohjauksen malliin. Näin tehtiin ohjauksen tasolla näkyväksi kielitaidon huomioinnin merkitys opintojen etenemiselle ja opiskeluyhteisöön juurtumiselle. Kieliohjaajan on mahdollista tukea englanninkielisten opiskelijoiden lisäksi myös suomenkielisissä koulutuksissa opiskelevia maahanmuuttajataustaisia opiskelijoita, jotka voivat kaivata pientä nostetta jollekin kielenosaamisen alueelle, vaikkapa puhumiseen. Kieliohjaus ulotettiin myös työharjoitteluun, ja aloitettiin kieliharjoittelu vaihtoehtona työharjoittelulle. Kieliharjoittelua suorittaessaan opiskelijaa tähtää harjoittelussa suomen kielitaidon kehittämiseen ja työkulttuuriin tutustumi-

seen, eikä koulutusalan substanssi ole harjoittelun keskiössä. Kieliharjoittelu, kuten moni uusi toimintamalli, kaipaa kehitystä ja uusia kokeilukierroksia hioutuakseen. Muutama yksilöllinen onnistuminen saatiin kuitenkin jo ensi yrittämällä.

Viimeinen *Talent Boost* vuosi on meillä ollut työelämäyhteyksiin keskittynyt. Kainuun ELY-keskuksen rahoittama Kansainvälisen rekrytoinnin alueellisten toimien kehittäminen Kainuussa -hanke tarjosi kansainvälisille opiskelijoillemme uraohjauspalveluita, työelämätaitojen luentosarjan ja yritysyhteistyömahdollisuuksia (Kovalainen, 2024). KAMKin taholta tarvittiin vain henkilö näitä palveluita ja sopivia opiskelijaryhmiä kohtauttamaan. Kevään uraohjausten jatkoksi syntyi Yhteiskuntaorientaation luentokokonaisuus, joka sisällytettiin syksyllä aloittaneiden englanninkielisten koulutusten tutoropintoihin. Yhteiskuntaorientaatio koettiin kevään uraohjauskeskusteluiden perusteella tarpeelliseksi tueksi kaikille uutena Suomeen muuttaville opiskelijoille. Syntyipä näiden koulutusten sivutuotteena myös koulutusidea ja tukea opetus- ja ohjaushenkilöstöllekin.

Hankkeissa syntyy paljon käyttökelpoista opetusmateriaalia, yhteistyömalleja ja ohjauksen työkaluja. *TalentBoost* -rahoitus on mahdollistanut hanketuotosten yhteen kokoamista ja kansainvälisten opiskelijoiden hyötykäyttöön kanavoimista. Riittävä aika on antanut tilaa verkostoitumiselle, aihepiirin työstämiselle monesta näkökulmasta ja useiden sidosryhmien kanssa. Toimijoiden vuorovaikutuksessa on löytynyt yhteistä liittymäpintaa ja ristikkäisiä toimintoja. On voitu kokeilla ja todeta toimimattomaksi, on voitu järkeistää. Ja on löydetty monia erinomaisia malleja toisilta *TalentBoost* UAS -verkoston korkeakouluilta hautumaan seuraaville vuosille ja nähdä, mitä muiden kokeiluista ei kannata ottaa omaan käyttöön. KAMK:n rooli mm. Työperäisen maahanmuuton edistämisen toimijoiden verkostossa on vahvistunut. Sen kunniaksi saamme ilon kutsua koolle vuosittainen maahanmuuton ja kotoutumisen ajankohtaisfoorumi Polku tänä syksynä omalla kampuksella.

Lopuksi tahdon muistuttaa, että ei tässä vielä kaikki. *Talent Boost* -palvelulupausta on ollut toteuttamassa useita henkilöitä KAMKssa. Tähän tekstiin kokosin vain ne toimenpiteet, jotka omien käsieni läpi ovat kulkeneet. Paljon tärkeää kehitystyötä on tehty tiimeissä, muiden toimesta ja muilla, aivan yhtä tärkeillä opiskelun tuen kuten etäopintojen ja opinto-ohjauksen osa-alueilla. Poikkialainen ja organisaatiorajat ylittävä yhteistyö toimii Kainuussa saumattomasti ja sydämellä tekeminen on meidän ehdoton voittajakorttimme. Kiitos esihenkilöille, kollegoille ja kumppaneille ajatushautomoista, ajastanne ja ymmärryksestä yrityksen ja erehdyksen voimalle.

Rea Stricker

Kirjoittaja on suomen kielen ja viestinnän lehtori ja asiantuntija *TalentBoost*-projektissa. Hanke toteuttaa korkeakoulujen TalentBoost -palvelulupausta ja strategiaperusteisen rahoituksen globaaliohjelmaosion toimenpiteitä.

Lähteet:

Kielibuusti. (2023). Hanke osana korkeakoulujen kansainvälisyysohjelman Talent Boost -toimintaa. Saatavilla 7.11.2024 https://www.kielibuusti.fi/fi/kielibuusti-hanke/tietoa-hankkeesta/hanke-osana-korkeakoulujen-kansainvalisyysohjelman-talent-boost-toimintaa

Kielibuusti. (2024). Tee kielenoppimissuunnitelma (Kieli-HOPS). Saatavilla 7.11.2024 https://www.kielibuusti.fi/fi/opinto-ja-uraohjaajat-ja-korkeakoulut/tyokaluja-opinto-ja-uraohjaukseen/tee-kielenoppimissuunnitelma-kieli-hops

Kovalainen, K. (2024). VÄLIRAPORTTI - Kansainvälisen rekrytoinnin alueellisten toimien kehittäminen Kainuussa osana Talent Boost -toimenpideohjelmaa. Kainuun ELY-keskus.

Opetushallitus. (N.d.). Korkeakoulujen SIMHE-palvelut. Saatavilla 7.11.2024 https://www.oph.fi/fi/kehittaminen-ja-kansainvalisyys/korkeakoulut-tukemassa-maahanmuuttajia/simhe

Opetus- ja kulttuuriministeriö. (2023). Ministerityöryhmä hyväksyi uudistetun työ- ja koulutusperäisen maahanmuuton Talent Boost -ohjelman 2023–2027. Tiedote. 21.11.2023. Saatavilla https://okm.fi/-//1410877/ministerityoryhma-hyvaksyi-uudistetun-tyo-ja-koulutusperaisen-maahanmuuton-talent-boost-ohjelman-2023-2027

Sievänen, T. (2021). Tavoitesopimus 2021–2024. Liite 2. Korkeakoulujen kansainvälisyysohjelma 2021–2024. KAMK Toiminnanohjaus. Saatavilla 7.11.2024 KAMKin intranetissä.

Työ- ja elinkeinoministeriö. (N.d.). Kansainvälinen osaaminen ja työvoima. Talent Boost -ohjelma. Saatavilla 7.11.2024 https://tem.fi/talent-boost

6 Työyhteisöjen perhemyönteisyys Kainuun vetovoimatekijäksi?

Kainuu tarvitsee kipeästi lisää ulkomaista työvoimaa, sillä negatiivinen väestönkehitys, eläköityminen ja työikäisten poismuutto maakunnasta vaikuttavat vahvasti osaavan työvoiman riittävyyteen alueella. ETLA on arvioinut raportissaan, että vuosittainen Suomeen suuntautuva työperäinen maahanmuutto tulisi kasvattaa 44 000 henkeen, jotta työikäisten määrä saataisiin pysyvästi vakaantumaan (Alho, Kangasharju, Lassila & Valkonen, 2023, 4). Haaviston ja Latva-Teikarin (2023) mukaan Suomea markkinoidaan ulkomaille vakaana, turvallisena maana, jossa on korkea elämänlaatu ja jossa on hyvä elää ja työskennellä. Heidän haastattelemiensa asiantuntijoiden mielestä Suomi erottuu muista kansainvälisestä työvoimasta kilpailevista maista mm. hyvällä työn ja vapaa-ajan tasapainolla, mikä mahdollistaa Suomelle statuksen maailman onnellisimpana maana myös kansainvälisten osaajien perheille. Viime aikoina työyhteisöjen perhemyönteisyyden merkitys työnantajaa valittaessa on noussut otsikoihin mm. Mothers in Business ry:n vahvan vaikuttamistyön seurauksena. Voisiko siis työyhteisöjen perhemyönteisyys olla Kainuun uusi vetovoimatekijä kansainvälisestä työvoimasta kilpailtaessa?

Perhemyönteisyys työpaikoilla tarkoittaa kaikkia konkreettisia toimia, sekä arvoja ja asenteita, joiden avulla pyritään helpottamaan perheellisten työntekijöiden työn ja arjen yhteensovittamista. Perheellisten työntekijöiden huomioiminen on tärkeää niin työntekijöiden kuin yritystenkin kannalta, sillä siten pystytään parantamaan esimerkiksi työntekijöiden työhyvinvointia sekä lisäämään yritysten veto- ja pitovoimaa. Työyhteisöjen perhemyönteisyys voidaan nähdä olevan tärkeässä roolissa myös tuettaessa työperäisten maahanmuuttajien sopeutumista uuteen kotimaahansa. Perheen hyvinvointi on usein avainasemassa, kun maahanmuuttajat pyrkivät keskittymään työuraansa ja asettautumaan aloilleen. Perhemyönteiset työyhteisöt pystyvät helpottamaan maahanmuuttajan integraatiota tarjoamalla työn ja perhe-elämän yhteensovittamista tukevia toimenpiteitä, joiden avulla voidaan vähentää työntekijän kokemaa stressiä sekä parantaa merkittävästi hänen työtehoaan. Joustavat työajat ja etätyömahdollisuudet ovat tärkeitä perheystävällisiä käytäntöjä, jotka voivat auttaa maahanmuuttajia hallitsemaan työn ja perhearjen yhteensovittamiseen liittyviä haasteita paremmin.

Työyhteisöjen perhemyönteisyydellä voidaan edistää myös sosiaalisten verkostojen muodostumista. Esimerkiksi työpaikkojen järjestämät yhteiset tapahtumat ja perhepäivät voivat auttaa maahanmuuttajia perheineen tutustumaan toisiin työntekijöihin ja heidän perheisiinsä parem-

min luoden uusia tukiverkostoja ja edistäen yhteenkuuluvuuden tunnetta. Perhemyönteisillä työpaikoilla arvostetaan myös monikulttuurisuutta ja ymmärretään erilaisia perhekäsityksiä, mikä mahdollistaa esimerkiksi kulttuurisesti herkkien perhevapaiden ja juhlapäivien huomioimisen. Täten voidaan lisätä työpaikan kulttuurista sensitiivisyyttä ja antaa maahanmuuttajalle mahdollisuus tuntea itsensä arvostetuksi ja osaksi työyhteisöä.

Perhemyönteiset käytännöt eivät pelkästään tue maahanmuuttajia, vaan myös parantavat työnantajan mainetta ja vetovoimaa. Yritykset, jotka tarjoavat tukea perheille, ovat houkuttelevampia työperäisille maahanmuuttajille, mikä auttaa heitä rekrytoimaan ja pitämään kiinni kansainvälisistä osaajista. Kajaanin ammattikorkeakoulun hallinnoima *Työn ja perheen Kainuu* -hanke pyrkii toimenpiteillään auttamaan kainuulaisia yrityksiä profiloitumaan perhemyönteisiksi työnantajiksi lisäten samalla yritysten sekä koko alueen veto- ja pitovoimaa.

Kuva 1. Myös Hyrynsalmen kunta on lähtenyt Työn ja perheen Kainuu -hankkeen myötä kehittämään omia perhemyönteisiä käytäntöjään työnantajana. (©Teemu Sirviö, KAMK)

Kun kainuulainen yritys tunnetaan perhemyönteisyydestään, se houkuttelee helpommin osaajia myös ulkomailta ja tukee heidän pysymistään työpaikalla. Tämä ei ainoastaan edistä yrityksen menestystä, vaan se myös vahvistaa koko alueen vetovoimaa ja parantaa kilpailukykyä. Perheystävällisyys luo työpaikalle yhteisöllisyyttä ja yhteenkuuluvuutta, joka tukee myös työntekijöiden pitkäaikaista sitoutumista yritykseen ja alueeseen, mikä puolestaan vähentää vaihtuvuutta ja tuo

jatkuvuutta. Perhemyönteisten käytäntöjen omaksuminen hyödyttää niin työntekijöitä kuin yrityksiä ja heijastuu myös laajemmin yhteiskuntaan. Tämä sitouttaa ulkomaisia osaajia Kainuuseen, mikä tukee pitkän aikavälin kehitystä alueella ja luo maakunnalle kilpailuetua työntekijöiden houkuttelussa kansainvälisesti. Kaiken kaikkiaan perheystävällisyys on Kainuun yrityksille strateginen etu, joka ei ainoastaan tue yksittäisten työntekijöiden arkea, vaan lisää koko alueen houkuttelevuutta ja yhteisön hyvinvointia.

Elina Kiviaho

Kirjoittaja on projektipäällikkö *Työn ja perheen Kainuu* -hankkeessa. Hanke on Euroopan unionin osarahoittama (ESR+) ja rahoituksessa mukana ovat lisäksi Kajaanin kaupunki, Paltamon, Hyrynsalmen ja Suomussalmen kunnat sekä KAMK.

Lähteet

Alho, J., Kangasharju, A., Lassila, J. & Valkonen, T. (2023). Maahanmuutto ja työvoiman riittävyys – taloudellisten vaikutusten arviointia. ETLA Raportti No. 132. Saatavilla 7.10.2024 https://pub.etla.fi/ETLA-Raportit-Reports-132.pdf

Haavisto, P. & Latva-Teikari, K. (2023). Onko Suomen seuraava vahvuus ulkomaalaisten silmissä perhe-elämä? On, jos kokenut rekrytoija saisi päättää. YLE: Työelämä. Saatavilla 24.9.2024 https://yle.fi/a/74-20047920

7 Kansainvälistä yhteistyötä: Kajaanin ammattikorkeakoulun ja saksalaisen korkeakoulun kumppanuuden rakentamista

Kajaanin ammattikorkeakoulu (KAMK) tekee myös kansainvälistä yhteistyötä niin hanke- kuin opetuspuolella. Kansainvälinen yhteistyö ammattikorkeakoulujen välillä rikastuttaa niin opiskelijoiden kuin henkilöstön tekemistä sekä tutkimuksen laatua tarjoamalla uusia näkökulmia ja kehittämisen mahdollisuuksia. Yhteistyö edistää myös tiiviiden työelämäyhteyksien ja kansainvälisten verkostojen luomista, jotka ovat keskeisiä tekijöitä opiskelijoiden työllistymisen ja urakehityksen kannalta.

Yksi keskieurooppalaisista kumppaneista on saksalainen ammattikorkeakoulu Hochschule Neu-Ulm, jonka kanssa KAMK:n opiskelijat ja henkilökunta ovat tehneet yhteistyötä jo usean vuoden ajan. KAMKin Business-osaamisalueen väkeä pääsi vierailemaan Neu-Ulmissa joulukuussa 2023, ja benchmarkkaamaan heidän opetustaan ja kuulemaan ideoita omaa hankesuunnittelua varten, jonka lopputuloksesta tarkemmin seuraavassa artikkelissa. Tässä artikkelissa tehdään katselmus, kuinka tällainen yhteistyö rakentuu ja mitä se merkitsee opiskelijoille ja henkilökunnalle.

Kohdeoppilaitokseen tutustuminen

Ennen yhteistyön aloittamista on tärkeää tutustua kohdeoppilaitoksen opintotarjontaan ja toimintatapoihin. Neu-Ulmin korkeakoulu tarjoaa laajan valikoiman teknisiä ja kaupallisia koulutusohjelmia, joissa painotetaan innovatiivisuutta ja kansainvälisyyttä. Businesspsykologian opinnot ovat jo muutaman vuoden ajan lisänneet heidän hakijamääriänsä merkittävästi. Osana tutustumista luonnollisesti esitellään myös oman korkeakoulun tarjonta ja sen omat erityispiirteet.

Yhteyshenkilöihin tutustuminen

Ennen joulukuun 2023 korkeakouluvierailua, etätapaamisten kautta voitiin tutustua kohdeoppilaitoksen henkilökuntaan sekä esittää kysymyksiä käytännön järjestelyistä ja heidän toimintatavoistaan. Keskustelujemme perusteella saatiin sovittua vierailulle sopiva sisältö ja aikataulut. Kuitenkin varsinainen lähitapaaminen mahdollisti tietojen syventämisen sekä laajemmat kohtaamiset opettajien ja opiskelijoiden kanssa.

Paikallisten opiskelijoiden tapaaminen

Joulukuun vierailun aikana järjestettiin tapaamisia sekä aloittaneiden että valmistumassa olevien paikallisten opiskelijoiden kanssa. Opiskelijoiden kanssa käytyjen keskustelujen pohjalta saatiin arvokasta tietoa siitä, miten opiskelijat ovat itse kokeneet opintonsa ja mitä kehitysideoita sieltä voi napata mukaansa. Vierailun aikana myös KAMKin opettaja pääsi toteuttamaan luentoja, joiden kautta voitiin kertoa omasta koulutustarjonnasta ja mahdollisuuksista sekä herättää kiinnostusta tulla Kajaaniin vaihto-opiskelijaksi. Onkin hienoa, että syksyllä 2024 Kajaanissa on ainakin kaksi neu-ulmilaista vaihto-opiskelijaa näiden esittelyjen pohjalta.

Käytännön asioita

Erilaiset tavat toimia ja ajatella ovat loputon puheenaihe sekä virallisissa että epävirallisissa tapaamisissa. Ruoka, verot, asuminen, työt ja arki ovat takuuvarmoja keskustelua herättäviä aiheita. Opettajamme pitämä taukojumppa kesken luennon vaikutti olevan suuri elämys saksalaisille opiskelijoille ja opettajille. Sana yhdelle ryhmälle vedetystä jumpasta levisi vierailumme aikana niin, että sen tilasivat tunneilleen myös muut opettajat.

Opettajan pitämissä KAMK-esittelyissä, saksalaisille opiskelijoille kerrottiin myös käytännön asioista, jotka saattavat olla itselle itsestään selviä mutta uusia toisille. Näitä ovat esimerkiksi:

Opetus: Saksassa opetus oli pääasiassa opettajan pitämiä, opiskelijoille vapaaehtoisia luentoja muutaman kuukauden aikana. Opintojakson arvosana perustui yhteen tenttiin, joka käsitteli kaikkia tuona aikana opiskeltuja aiheita. Opetus Suomessa voi olla monimuotoisempaa ja osaamisen arviointi voi perustua jatkuvaan, koko lukukauden aikana tapahtuvaan näyttöön. Eli arvosanaan voi vaikuttaa tentin lisäksi useat pakolliset osasuoritukset, oppitunneille osallistuminen sekä niillä tehtävät tuntitehtävät.

Opiskelukäytännöt: Suomessa ei välttämättä ole oppilaitoksen järjestämiä opiskeluryhmiä, joissa vanhemmat opiskelijat toimivat ryhmän vetäjinä ja nuorempien opiskelijoiden opettajina. Saksassa oli käytössä tällaiset ryhmät, joiden tehtävät opettaja oli suunnitellut. Vain ryhmävetäjät olivat tarvittaessa yhteydessä opettajaan. Heidän kokemuksensa mukaan näistä opiskeluryhmistä hyötyivät kaikki - sekä opiskelijat että opettajat.

Tavat: Suomessa opiskelijat kutsuvat usein opettajiaan etunimillä, kun taas Saksassa käytetään enemmän sukunimiä ja titteleitä. Suomessa teititellään harvoin enää missään.

Kyydit ja asuminen: Julkinen liikenne toimii Suomessa hyvin, ja opiskelija-asuntojen vuokrat ovat kohtuullisia. On hyvä kertoa myös saksalaisesta asumiskulttuurista ja julkisesta liikenteestä.

Palkat ja ruokatavat: Suomessa opiskelijat voivat tehdä osa-aikatyötä opintojen ohella, ja palkat ovat yleensä kilpailukykyisiä. Ruokatottumukset voivat myös erota merkittävästi, joten on hyvä keskustella ruokakulttuurien eroista.

Verkostoituminen

Henkilökohtaisten suhteiden sekä työelämä- ja asiantuntijaverkostojen luominen onnistuu nykyään myös etänä, mutta erityisesti livenä. Lähikohtaamiset ja välitön vuorovaikutus syventävät ihmissuhteita ja helpottavat tulevaisuuden yhteistyömahdollisuuksien kehittymistä. Myös saksalaiset opiskelijat olivat tiedostaneet tämän erinomaisesti, koska he pyysivät LinkedIn-verkostoitumista jo vierailumme aikana.

Kansainvälinen yhteistyö ammattikorkeakoulujen välillä tuo sekä opettajille että opiskelijoille lukuisia mahdollisuuksia ammatilliseen ja henkilökohtaiseen kasvuun. Opettajat voivat kehittää pedagogisia taitojaan ja osallistua kansainvälisiin tutkimusprojekteihin, kun taas opiskelijat saavat mahdollisuuden rikastuttaa opiskelu- ja työelämäkokemustaan globaalilla tasolla. Molempien osalta kansainvälinen yhteistyö edistää kulttuurien välistä ymmärrystä, verkostoitumista ja työelämävalmiuksia.

Johanna Takanen & Pia Kuittinen

Takanen toimii tki-koordinaattorina Business osaamisalueella. Kuittinen on liiketalouden lehtori ja asiantuntijaopettaja Businesspsykologian taitajaksi -hankkeessa. Hanke on Euroopan Unionin osarahoittama (JTF).

Euroopan unionin
osarahoittama

8 Uusi opintojakso tuo lisää uusia opiskelijoita KAMKiin

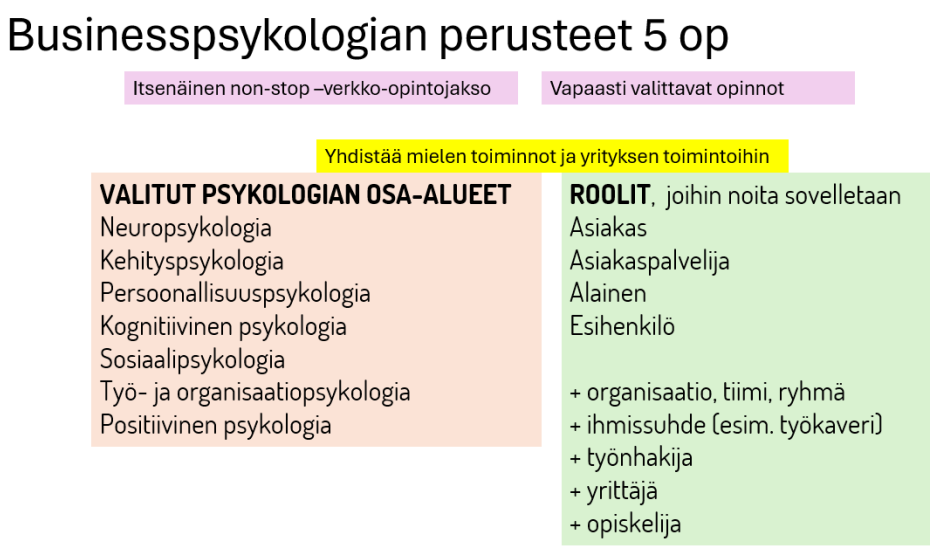
Kajaanin ammattikorkeakoulun *Businesspsykologian taitajaksi* –hanke tuo uutta näkökulmaa KAMKin liiketalouden koulutukseen sekä paikalliseen yrityselämään. Businesspsykologia tarjoaa ratkaisuja johtamisen, työhyvinvoinnin ja yhteistyön parantamiseen, mikä johtaa parempaan työviihtyvyyteen ja yrityksen tuloksellisuuteen. Maailmalla businesspsykologian käyttö on jo laajaa, ja nyt se on tulossa osaksi myös kainuulaisten yritysten ja opiskelijoiden arkea.

Businesspsykologia yhdistää ihmismielen ja yritystoiminnan, tarjoten näin arvokasta tietoa yritysten kehittämiseksi. Psykologinen ymmärrys antaa esihenkilöille keinoja tulkita ja vaikuttaa henkilöstön käyttäytymiseen (McKenna, 2020, 4) esimerkiksi motivoimalla, viestimällä tehokkaasti ja tukemalla työntekijöiden hyvinvointia. Kun liiketaloustieteeseen yhdistetään psykologista osaamista, saadaan kokonaisvaltainen lähestymistapa, joka auttaa yrityksiä menestymään ihmislähtöisemmin ja tukee samalla liiketoiminnan tavoitteiden saavuttamista. KAMKin tulevissa businesspsykologian opinnoissa lisätään ennen kaikkea itsetuntemusta. Kun tunnet itsesi paremmin, voit toimia haluamallasi tavalla. Pääset tarkastelemaan itseäsi arkielämästä kaikille tutuissa rooleissa eli asiakkaana ja työkaverina. Saat lisänäkökantoja toimintaasi myös esimerkiksi opiskelijana, yrittäjänä, työnhakijana tai opettajana.

Uuden opintojakson idea syntyi KAMKin Winternational Week –tapahtumassa keväällä 2023. Tapahtumaan osallistui lähes 40 opettajaa 13 eri maasta ja 22 eri yhteistyökorkeakoulusta (Kajaanin ammattikorkeakoulu [KAMK], n.d.). Yksi KAMKin yhteistyökorkeakouluista on saksalainen Neu-Ulmin ammattikorkeakoulu, jonka professori Thorsten Neumann luennoi kansainvälisestä taloudesta KAMKin liiketalouden tradenomiopiskelijoille. Luennoija mainitsi heidän oppilaitoksensa tarjoavan businesspsykologian opintoja. Tieto osui hetkeen, jolloin KAMKissa mietittiin opetuksen kehittämistä ja keinoja houkutella KAMKiin enemmän uusia opiskelijoita.

Asiaa lähdettiin tutkimaan eli aluksi selvitettiin kotimaan tarjonta; ei juurikaan mitään. Muissa maissa businesspsykologiaa opiskellaan todella monessa paikassa niin ammattikorkeakouluissa kuin tiedekorkeakouluissa. Joulukuussa 2023 hankkeen asiantuntijaopettaja Pia Kuittinen sekä KAMKin TKI-asiantuntija Johanna Takanen tutustuivat Neu-Ulmin opetukseen ja toimintatapoihin paikan päällä. Opettajien lisäksi he tapasivat sekä juuri businesspsykologian opinnot aloittaneita että opintonsa päättäviä opiskelijoita.

Keskustelut ja paikan päällä sekä nettiselvityksistä tehdyt havainnot tukivat ajatusta käytännönläheisen businesspsykologian opinnoista. Päätettiin tarjota viiden opintopisteen laajuinen opintojakso, jossa tarkastellaan 8 psykologian osa-alueen teorioita ja käsitteitä, ja havainnollistetaan eli sovelletaan niitä liiketoiminnassa toimivien rooleihin (kuva 1). Tarkasteluun valittiin seuraavat roolit: asiakas, asiakaspalvelija, alainen ja esihenkilö. Koska liiketalouden tärkeä psykologian osa-alue on työ- ja organisaatiopsykologia, on yhtenä roolina myös organisaatio (tai tiimi tai yhteisö). Kaikkia valittuja psykologian osa-alueita on hyödyllistä ja mahdollista soveltaa myös seuraaviin havainnollisuutta lisääviin rooleihin: opiskelija, yrittäjä, työkaveri, työnhakija, opettaja. Opintojaksolle valitut psykologian osa-alueet ovat neuro-, kehitys-, persoonallisuus- ja sosiaalipsykologia. Lisäksi opiskellaan kognitiivista ja positiivista psykologiaa sekä työ- ja organisaatiopsykologiaa.



Kuva 1. Businesspsykologian perusteet opintojakson rakenne

Businesspsykologian opinnot tarjoavat hyödyllistä tietoa jokaiselle - opintoalasta ja suuntautumisvaihtoehdosta riippumatta. Suurimmalla osalla meistä on työ- tai opiskelukavereita, esihenkilö, ehkäpä jopa alaisia, mutta ainakin asiakkaita! Asiakaspalvelusta on kokemusta monella, niin it-, sosiaali-, liikunta- ja terveyspalveluissa kuin perinteisellä kaupanalalla.

Itsenäinen omanaikataulun mukaan suoritettava verkko-opintokokonaisuus on opiskelijoiden käytössä alkuvuodesta 2025. Opintojakso on tarjolla KAMKin opiskelijoiden lisäksi opin.fi -palvelussa kaikille korkeakouluopinnoista kiinnostuneille. Vuoden loppupuolella opintojakso on tarjolla myös englanniksi.

“Tässä tärkein asia, jonka olen oppinut businesspsykologian opinnoissa, on se, kuinka merkittävä tekijä ihminen on liiketoimintapäätöksissä. Toisin kuin robotit, ihmiset eivät aina tee järkiperäisiä valintoja; sen sijaan päätöksiimme vaikuttavat henkilökohtaiset kokemukset ja se, miten näemme mahdolliset lopputulokset.”

Melanie Tobias, Neu-Ulmin ammattikorkeakoulu, Saksa

Sitaatti: KAMKin Businesspsykologian taitajaksi -hanke yhdistää psykologian ja liiketoiminnan ja tuo uusia keinoja yritysten johtamisen, hyvinvoinnin ja yhteistyön kehittämiseen.

Pia Kuittinen & Tiina Huusko

Kuittinen on liiketalouden lehtori ja asiantuntijaopettaja *Businesspsykologian taitajaksi* -hankkeessa. Hanke on Euroopan Unionin osarahoittama (JTF). Huusko toimii *Businesspsykologian taitajaksi* –hankkeen projektipäällikkönä.

Euroopan unionin osarahoittama

Lähteet

Kajaanin ammattikorkeakoulu [KAMK]. (N.d.) KAMK Winternational Week 2023. Saatavilla KAMKin intranessä.

McKenna, E. (2020). Business psychology and organizational behaviour. Routledge.

Haastattelu:

Melanie Tobias, vaihto-opiskelija, Neu-Ulmin ammattikorkeakoulu. Haastateltu 9.10.2024

9 Broadening Horizons: How Cross-Border Collaboration Enriches Education

As the world becomes increasingly interconnected, collaboration in higher education institutions (HEIs) across borders has emerged as a transformative force, reshaping how institutions approach learning, research, and academic community engagement. At its core, these global partnerships emphasize the integration of diverse perspectives into education, fostering cross-cultural understanding and collaboration. (Banks, 2015) By bringing together students and staff from varied cultural and academic expertise, these networks create a vibrant environment for building knowledge, developing new ideas, and addressing shared global challenges. When institutions embrace diversity, they enhance academic excellence and create dynamic learning, personal growth, and innovation spaces. Students and staff alike can broaden their intellectual horizons, develop critical global competencies, and strengthen their professional networks, making education a truly transformative experience. (Deardorff, 2020)

A New Paradigm for Learning

Cross-border collaboration introduces students to diverse perspectives, challenging preconceived notions and fostering critical thinking. Students develop holistic problem-solving skills, creativity, and adaptability by learning alongside peers from various cultures and educational backgrounds. These interactions prepare them for the global workplace by building vital competencies such as cross-cultural communication, teamwork, and empathy. For years, Kajaani University of Applied Sciences (KAMK) has used this cross-border approach to develop its competencies. A recent example is the Blended Intensive Program (BIP) in Nov 2024. KAMK, Albstadt-Sigmaringen University of Applied Sciences (AlbSig) and Kufstein Tirol Universsity of Applied Sciences (Kufstein) joined forces to organize the BIP to develop know-how about AI-powered tools that will enhance productivity and decision making for small businesses. This initiative exemplifies the transformative potential of international collaboration. In the BIP, students and staff from the HEIs came together to design the course; one institution brought expertise in artificial intelligence (AI), the other contributed to coordinating activities and orchestrating partner networks to complete the curriculum. This collaborative effort enriched the course development process and gave students and staff valuable insights into merging technical and business competencies from all HEIs and their respective relationships. Staff jointly developed knowledge about AI, AI-powered tools and their applications in improving small business performance. More importantly, they explored different facilitation methodologies, pedagogies, and tools through this BIP collaboration. Students

benefited from interdisciplinary learning, and their ability to collaborate in international teams was strengthened.

Picture 1. Participants of the BIP course in November at KAMK. Performers in the picture are sons of KAMK´s students Yapa Appuhamilage Dhevapriya and Herft Samindra Kenneth. Also in the picture singer Hasitha Hansirasi, professors Heiko Ströbele, Maximilian Wolf and Ruey Komulainen. (©Sebastian Schulze)

Building Bridges for the Future

Broadening horizons through cross-border collaboration in higher education is not merely an academic endeavor; it is a transformative process that enriches learning, fosters innovation, and prepares individuals for an interconnected world. By integrating diverse perspectives into their practices, institutions empower students and staff to address global challenges with creativity and cultural sensitivity. Programs like BIP highlight how collaboration nurtures academic excellence, cultural understanding, and leadership skills. In doing so, they create a new generation of thinkers and problem-solvers who appreciate the value of diversity and cooperation. Cross-border partnerships enable education to transcend borders, becoming a global force for progress and a unifying platform for shaping the future together.

Picture 2. Participants of the BIP course in November at KAMK. (©Sebastian Schulze)

Navigating Through Challenges for Meaningful Collaborations

The journey toward successful internationalization is fraught with challenges that require thoughtful navigation to foster meaningful and impactful collaborations. One significant hurdle is cultural and institutional misalignment, where differences in working and teaching styles, decision-making processes, and academic expectations can lead to misunderstandings and impede progress. (Watson, 2022) For instance, collaborative teaching may struggle to succeed if one institution emphasizes one-way teaching while another prioritizes interactive dialogues and learning by doing. Logistic and structural barriers can further complicate matters, with misaligned academic calendars, incompatible curricula, and credit systems creating practical difficulties that require substantial coordination. In the European Union (EU), however, efforts such as the harmonized credit system have demonstrated that these obstacles can be overcome, offering a pathway for successful HEIs collaboration within the EU framework. Yet, language remains a persistent challenge as each EU country speaks a different language – French, German, Spanish, Finnish etc. Thus, willingness to work and collaborate using a common language like English is vital. Addressing these issues with patience is essential to unlock the full potential of cross-cultural collaboration, enabling institutions to benefit from diverse perspectives and enriched experiences that drive innovation and mutual growth.

Commitment for International Collaboration Success

Internationalization initiatives in HEIs can be challenging, yet successful collaborations hold the potential to be profoundly impactful for students, staff, and the world. Programs like the BIP and other short- or long-exchange initiatives exemplify the power of cross-border partnerships in creating innovative and transformative educational experiences. Maintaining a pool of strategic and willing partners who bring complementary competencies, shared values, and a common vision is critical in ensuring such success. (Austin & Seitanidi, 2012) These like-minded collaborations enable HEIs to effectively pool resources, leverage each partner's strengths, and design programs that maximize value for all participants. Furthermore, When the world is changing rapidly, value co-creation offers a powerful way for institutions (Ramaswamy & Ozcan, 2018) to adapt curricula, research priorities, and educational strategies with agility and speed. By leveraging all collaborators' diverse expertise and cultural insights, co-creation enables institutions to remain relevant and responsive to resource constraints and emerging global challenges.

By uniting the diverse strengths and expertise of participating HEIs, these initiatives deliver immense value, benefiting students and staff through enriched learning environments and expanded professional opportunities when the collaborations are successful. Such successes highlight the transformative potential of internationalization to integrate diverse perspectives, enhance teaching and learning, and cultivate the competencies necessary to thrive in a globalized world. These initiatives underscore the need for perseverance, thoughtful strategies, resource mobilization and a commitment to overcoming obstacles, paving the way for higher education to become a global driver of innovation, collaboration, and progress.

Picture 2. Participants of the BIP course in November at Haapala B´n´B, Vuokatti. (©Sebastian Schulze)

Ruey Komulainen

The writer is Senior Lecturer in the International Business School.

Sources

Austin, J. E., & Seitanidi, M. M. (2012). Collaborative value creation: A review of partnering between nonprofits and businesses: Part I. Value creation spectrum and collaboration stages. Nonprofit and voluntary sector quarterly, 41(5), 726–758. http://dx.doi.org/10.1177/0899764012450777

Banks, J. A. (2015). Cultural Diversity and Education: Foundations, Curriculum, and Teaching. Routledge.

Deardorff, D. K. (2020). Manual for developing intercultural competencies: Story circles. Taylor & Francis. https://doi.org/ 10.4324/9780429244612

Ramaswamy, V., & Ozcan, K. (2018). What is co-creation? An interactional creation framework and its implications for value creation. Journal of business research, 84, 196–205. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.11.027

Watson, J. J. (2022). Increasing faculty engagement: the key to meaningful and sustainable higher education internationalization. Doctoral dissertation, Western University. Retrieved, from https://ir.lib.uwo.ca/cgi/viewcontent.cgi?article=1345&context=oip

10 Esiintymistaitojen merkityksellisyys, case international students

Opintojakson suunnittelussa huomioidaan opetussuunnitelmassa opetukselle asetetut tavoitteet. Opettaja suunnittelee opintojakson toteutuksen ja valitsee kunkin aihekokonaisuuden opettamiseen mielestään toimivimman opetusmuodon. Olen toteuttanut opetusta käyttämällä Moodleen palautettavia tehtäviä, oppimispäiväkirjaa, ryhmätöitä sekä luentoja luokassa ja etäopetuksena.

Olen saanut opetettavakseni suomenkielisten ryhmien lisäksi kansainvälisiä opiskelijaryhmiä, joiden opetuskielenä on englanti. Ensimmäinen ryhmäni opiskelijat olivat intialaisia ja he saapuivat joustavasti Suomeen opintojakson jo ollessa käynnissä. Ryhmä kasvoi viikko viikolta eivätkä opiskelijat tunteneet toisiaan entuudestaan.

Ajatuksen esiintymistaitojen harjoituttamisesta sain osaksi ryhmän opiskelijoiden varsin vahvan intialaisen aksentin takia. Toisena ajurina tähän oli lukujärjestykseen varattu usean tunnin yhtäjaksoinen opetustuokio. Oivalsin, että esityksen luominen strategisen johtamisen teoriasta ja sen esittäminen yhdessä toimisi usealla tavalla opiskelijoiden hyödyksi. Ryhmäytymisen lisäksi saisin kuvan heidän taidoistaan esiintyä, voisin antaa vinkkejä ja harjoittelun kautta uskoin esiintymistaitojen kehittyvän rinta rinnan opetussuunnitelman tavoitteiden kanssa. Jälkimmäistä mitataan tentillä ja esiintymistaitoja työelämässä opiskelujen päätyttyä.

Kolmen lukukauden aikana olen toteuttanut samaa menetelmää usean ryhmän kanssa, joiden kansallisuudet ovat poikenneet intialaisista opiskelijoita sisältäneestä ryhmästä ollen monikulttuurisempia. Kehityskaari esiintymistaidoissa on ollut hämmästyttävän samankaltainen.

Erityisesti ensimmäisen ryhmätyön esittäminen on jännittävä kokemus uudessa joukossa sekä opiskeluympäristössä. Lisäksi esitys pidetään joidenkin kohdalla kielellä, joka ei ole äidinkieli. Osalla opiskelijoista jännitys näkyi selvästi ja osalla sitä oli vaikea tai lähes mahdotonta havaita. Oppituntien jälkeisissä keskusteluissa kukaan ei kolmen lukukauden aikana ole pitänyt tilannetta helppona – päin vastoin.

Olen motivoinut opiskelijoita harjoittelemaan esiintymistä luokkaympäristössä, jossa on turvallista onnistua tai epäonnistua. Tavoitteena ei ole epäonnistua, mutta luokassa – omien joukossa - se on ehdottomasti sallittua. Esiintymistaidot koostuvat monista eri osa-alueista. Oppitunneilla olemme keskittyneet esiintymisen osalta seuraaviin osa-alueisiin:

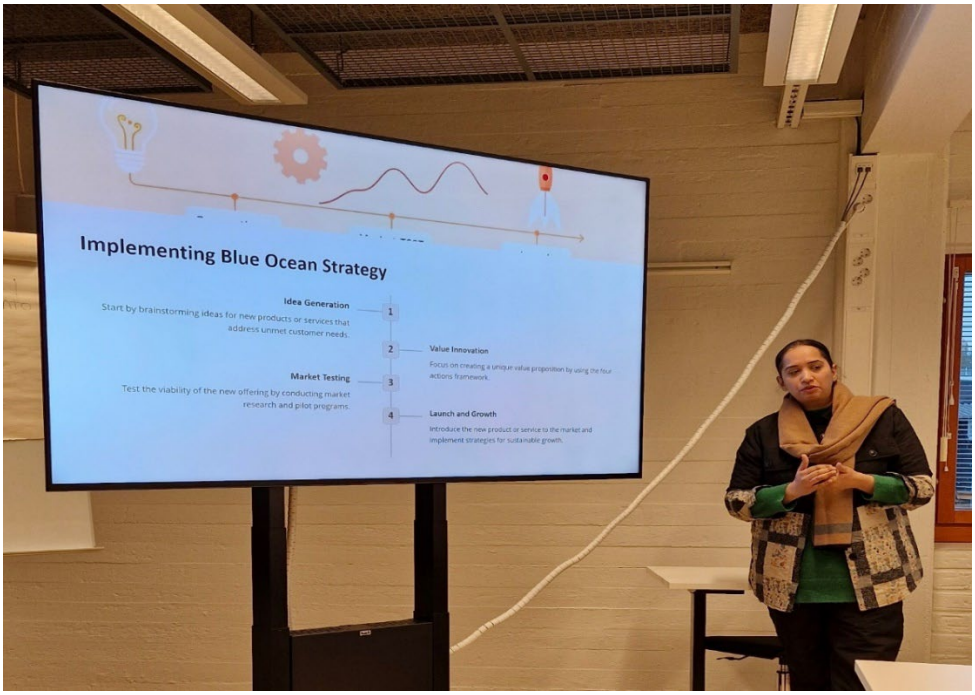
- Viestintä: Selkeä ja kuulijoille suunnattu puhe on tärkeää. Katsekontakti kuulijoihin on välttämätöntä.

- Nonverbaalinen viestintä: Kehon kieli, ilmeet ja äänenpainot voivat kertoa enemmän kuin sanat. Esiintyjän tulee olla tietoinen omasta kehon kielestään ja käyttää sitä tukemaan puhettaan.

- Itsevarmuus ja läsnäolo: Esiintyminen vaatii itseluottamusta. Tunne asiasi niin luotat itseesi. Hyvä esiintyjä hallitsee jännityksensä ja on läsnä hetkessä.

Oppitunnin päättyessä olen käynyt läpi edellä mainittuja esiintymisen perusasioita valmennuksellisin ottein, ja jokainen on saanut itsekseen miettiä, kuinka onnistui. Olemme olleet opiskelijoiden kanssa yksimielisiä siitä, että esiintymistaidot ovat keskeinen osa ihmissuhteita ja ammatillista menestystä. Esiintymistaitojen merkityksellisyys työelämässä korostuu, vaikka taitoja tarvitaan myös muilla elämän aloilla. Liikekumppaneiden, rahoittajien ja asiakkaiden kanssa viestiminen on esiintymistä monikanavaisesti. Taitoja on siis kehitettävä monipuolisesti.

Kysyin kansainväliseltä opiskelijaryhmältä tätä artikkelia varten sähköpostilla viisi kysymystä esiintymistaitoihin liittyen. Muhammad Raja vastasi osuvasti: “I believe presentation skills are not sort of built in talent or something we are born with, actually it is a skill, and anyone can master it with practice, practice, practice and preparation”. Uskon Muhammad Rajan tavoin, että lähes jokainen voi oppia erinomaiseksi esiintyjäksi. Näkemykseni mukaan hyväksi esiintyjäksi kehittymiseen tarvitaan vahva motivaatio ja tutkitusti- intohimo aiheeseen. Kokemani perusteella rohkenen jakaa ajatukseni, jonka mukaan esiintyminen on hyvässä ja pahassa hyvin yksilöllinen kokemus eivätkä päivätkään ole samanlaisia keskenään.



Kuvassa Usman Iqra ja Blue Ocean Strategy 13.11.2024. (©Pekka Vaarala)

Opintojakson oppimistavoitteiden saavuttaminen mitataan tentillä, kuten aikaisemmin totesin. Oheistuotteena harjoitellut taidot seuraavat varsinaisten tavoitteiden lisäksi opiskelijaa läpi elämän ja toivoakseni harjoittelu palkitaan myöhemmin onnistuneina esiintymisinä kaikilla elämän alueilla. Vaikka olemme ottaneet esiintymistaitojen saloihin vasta haparoivia ensiaskeleita, taitojen kehittymistä on ollut ilo seurata.

Esiintymisjännitys on yksilöllinen kokemus ja voi oireilla monin tavoin. Jännittäminen vaikuttaa keskittymiskykyyn ja voi aiheuttaa jopa fyysistä kipua ja siten toimii kehittymisen esteenä. Aiheesta on julkaistu runsaasti tutkimuksia ja lukuvinkkinä esiintymisjännityksestä kiinnostuneille tarjoan Päivi Airaksen väitöskirjaa: Muusikoiden esiintymisjännitys.

Pekka Vaarala

Kirjoittaja toimii juridiikan ja johtamisen lehtorina.

11 Kokemuksellista oppimista – ihmiskeskeisesti ja kohti oivalluksia

Nykypäivänä asiakkaat arvostavat yllättäviä, persoonallisia, joustavia ja juuri heidän odotuksiaan huomioivia palvelukokemuksia. Palveluntarjoajat ovat pakotettuja vastaamaan erilaisiin tarpeisiin uudistamalla palvelutarjontaansa, rakentamalla tulevaisuusmalleja sekä etsimällä houkuttelevia rakennuspalikoita asiakaskokemuksen ja uusien palvelukonseptien kehittämiseen. Asiakasta tulee kuunnella ja kuulla, jotta muotoiltu palvelukonsepti ja asiakkaan odotukset kohtaavat. Muotoiluajattelu, ongelman ratkaisukykytaidot ja epäonnistumisen mahdollisuuden huomaaminen on tärkeää (Soulis, Nicolettou ja Seitzinger, 2017). Davisin (2017, 170) mukaan, opetuksessa ei nykyään riittävästi nojata luovaan ajatteluun ja tilanteessa oppimiseen. Myös Grabill, Gretter ja Skogsberg (2022, 15) korostavat, että muotoiluajattelua tulee soveltaa opetuksessa enemmän.

Pirstaloitunut mainonnan kenttä on muuttunut perinteisestä massamainonnasta henkilökohtaisuuden, kokemusten ja suosittelun aikakaudelle. Tätä aikakautta kuvaa automaation lisääntyminen, tekoälyn tulo jokapäiväiseen arkeen ja yli 50 miljardin laitteen kytkeytyminen verkkoon – kodin elektroniikka jääkaapista robotti-imuriin, puhelimet sekä teollisuuden laitteet kytkeytyvät internetiin ja on etäohjattavissa paikasta ja ajasta riippumatta. Digitaalisuus ja automaatio ovatkin läsnä kaikkialla ympäristössämme. Tässä datajohdetussa aikakaudessa inhimillisestä kohtaamisesta ja asiakkaan ymmärryksestä tulee yhä arvokkaampaa ja harvinaisempaa. Tämä pätee myös korkeakouluopetukseen.

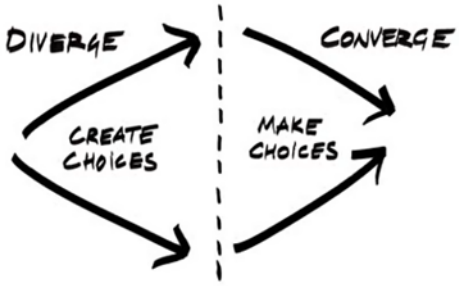
Kajaanin ammattikorkeakoulun (KAMK) yksi arvoista on tekemisen meininki toiminnassa, mikä on määritetty tarkoittavan myönteistä, innovatiivista ja ennakkoluulotonta asennetta itsensä ja yhteisönsä jatkuvaan kehittämiseen. Lisäksi KAMK30-strategian ensimmäinen päätavoite on luoda vetovoimainen ja hyvinvoiva korkeakouluyhteisö, jonka toimintakulttuuri on avoin ja osallistava. (Kajaanin ammattikorkeakoulu, 2020, 12). KAMKissa halutaan, että opiskelija kohtaa opintojen aikana työelämän haasteita. Käytännönläheiset opetukseen yhdistetyt projektit ovat siitä hyvä esimerkki (Kajaanin ammattikorkeakoulun verkkosivut, n.d.; Kajaanin ammattikorkeakoulun opetussuunnitelman yhteiset perusteet, 2022, 27).

Myös monet KAMKin kansainvälisen liiketalouden opiskelijoille tarjotut kurssit linkittyvät työelämälähtöisiin projekteihin. Näin tehtiin myös syksyn 2024 BBA-opiskelijoiden palvelumuotoilun, markkinointiviestinnän ja mediasuunnittelun kurssien toteutuksessa.

Opiskelua kokemusperustaisesti

Uudenlaiset opiskelumenetelmät mahdollistavat erilaisia tapoja oppia. Leinonen, Toikkanen & Silfvast (2008) korostavat, että muotoilututkimuksessa prosessi on kokemusperustainen. Asiakkaan kokemus voi epäonnistua ja odotukset eivät välttämättä täyty. On siis tärkeää arvioida kokemusta omakohtaisesti. Samalla, kun kokemusperustainen tarkastelu on kokeellista, pyritään silti systemaattisuuteen ja analyyttisyyteen. Taustalla on divergentin ja konvergentin ajattelun suhde. (Boogaard, 2021.)

Alla oleva kuva kuvaa vaihetta, jossa luovasta ideoinnista siirrytään kohti tarkempaa fokusta. Vaihtoehtojen kartoituksen kautta taas siirrytään valintojen määrittelyyn ja perusteluun.



Kuva 1: Divergentti ja konvergentti ajattelu ongelmanratkaisutilanteessa (Boogaard, 2021)

Kansainvälisen opiskelijan Ravintola Fox-lounaskokemuksen kehittäminen

Syksyn 2024 projektitoimeksianto saatiin Ravintola Mamsellilta. Mamselli hallinnoi Kajaanin ammattikorkeakoulun kampuksen opiskelijaravintola Foxia. Haasteena oli: Miten kansainvälisen opiskelijan lounaskokemusta voidaan kehittää Ravintola Foxissa? Palvelumuotoilun kurssilla sukellettiin ihmiskeskeisyyden, empatian kasvattamisen, elämyksellisyyden sekä luovan ideoinnin menetelmiin ja työkaluihin. Kurssilla hyödynnettiin tuplatimantin - löydä, määrittele, kehitä ja vie käytäntöön -viitekehystä (Design Council, n.d.).

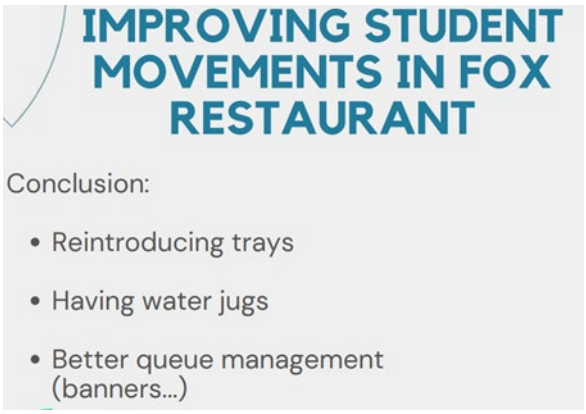
Mediasuunnittelun ja markkinointiviestinnän opintojaksoilla toisen vuoden opiskelijat hyödynsivät kampanjasuunnittelun runkoa viestintästrategian ja mediavalintojen luomisessa. SOSTAC-malli luo rungon, jossa kampanja etenee nykytila-analyysista tavoitteiden ja toimenpiteiden kautta mittaamiseen ja kampanja seurantaan (Smith & Zook, 2019, 226.)

Toisen vuoden BBA-opiskelijat eivät ainoastaan tarkastelleet palveluympäristöä etäisesti tai teorialähtöisesti, vaan oppiminen ja havaintojen tekeminen oli kontekstuaalista. Opiskelijat kartoittivat alussa yleisellä tasolla haasteen lähtökohdan, kontekstikuvauksen ja mahdollisia kehittämisehdotuksia. Mitä voitaisiin tehdä toisin ja miten voidaan parantaa asiakaskokemusta? Miten tuottaa lisäarvoa huomioiden valittu kohderyhmä? Markkinointiviestinnän tehtävässä opiskelijat loivat kampanjan tavoitteen ja pääviestien tueksi mediasisältöjä, joissa huomioitiin erilaiset kohderyhmät. Kampanjan lopputuloksena syntyivät konkreettiset mediasuunnittelun tuotteet; posteri, videot ja digitaalisen median bannerit.

Menetelmällinen lähestymistapa opetuksessa oli tulevaisuusorientoitunut, osallistuva ja luova (Ojasalo, Koskelo ja Nousiainen, 2015, 3). Yleinen haaste oli alussa kaikille opiskelijoille sama: Miten voidaan kehittää kansainvälisen opiskelijan lounaskokemusta Ravintola Foxissa? Haastattelut, havainnointi, dokumentointi ja haamuasiointi tapahtuivat paikan päällä ja asiakas- ja palvelukokemukseen osallistuen. Tavoitteena oli kuvata yleisen haasteen määrittelyn lisäksi myös tarkempi tutkimuksellinen fokus ja uusi tarkastelunäkökulma. Uuden fokuksen kautta syvennettiin asiakasymmärrystä, löydettiin käyttäjien ilmeisiä ja piileviä tarpeita (Brenner, Uebernickel & Abrell, 2016) ja rakennettiin potentiaalisia palvelukonseptiskenaarioita. Ravintola Foxin palvelukonseptia voisi uudistaa - ehkä radikaalistikin.

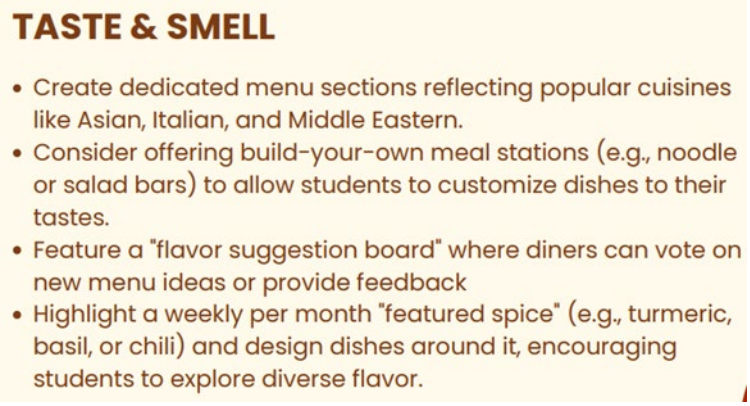
Palvelumuotoilun opiskelijoiden valitut näkökulmat ja ryhmien kehittämisehdotukset:

Ryhmä 1: Kuinka ravintola Fox voisi toiminnoillaan edesauttaa sitä, että opiskelija saa syödä lounaansa rauhassa – ilman turhaa salissa liikkumista ja siirtymistä?

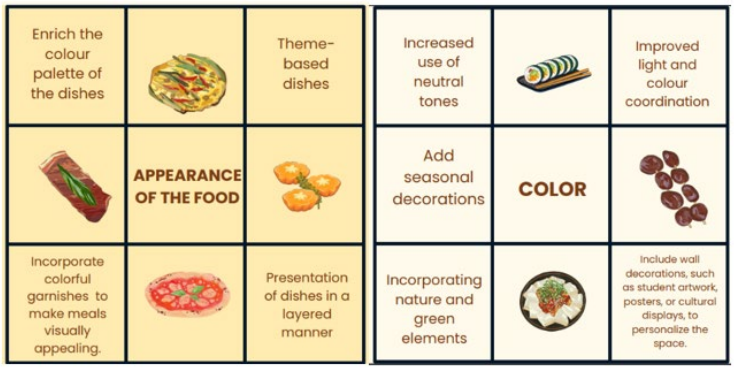


Kuva 2. “Improving student movements in Fox Restaurant” (Fabian Ludwig, Ranska; Jacques Billinghurst, Ranska; Louis Freneat, Ranska ja Mirdha Abuhena, Bangladesh)

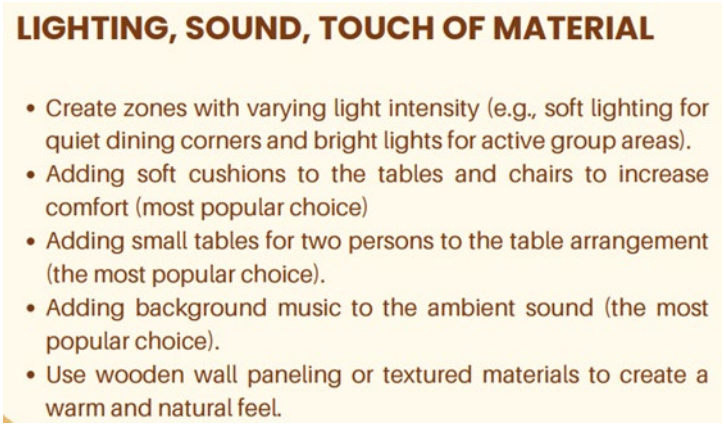
Ryhmä 2: Foxissa käy vähän kv-opiskelijoita. Tämä voi johtua siitä, että ravintola ei houkuttele opiskelijoita erilaisilla aisteihin liittyvillä elämyksillä ruokaan ja ruokailuympäristöön liittyen. Tavoitteena on vahvistaa ruokailuun liittyviä aistikokemuksia.



Kuva 3. Ryhmä 2:sen ehdotuksia aistikokemukseen liittyen.



Kuva 4. Ryhmä 2:sen ehdotuksia aistikokemukseen liittyen osa 2.



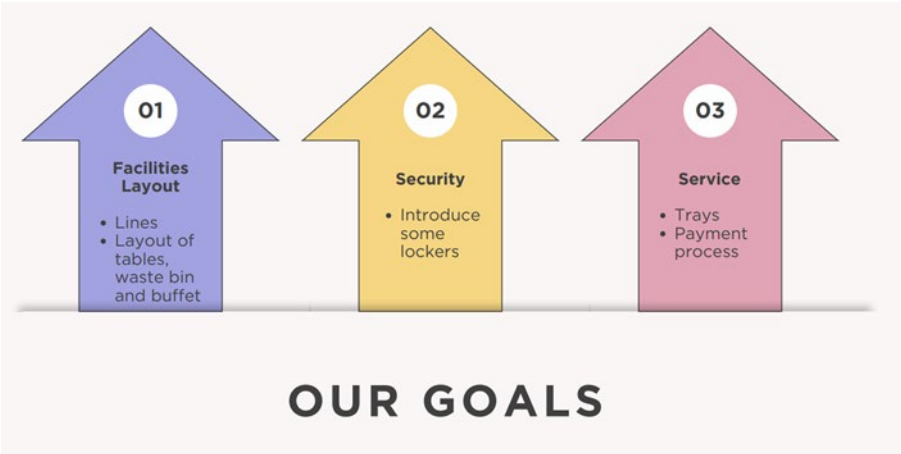
Kuva 5. Ryhmä 2:sen ehdotuksia aistikokemukseen liittyen osa 3.

“The current Fox restaurant lacks a culturally inclusive and sensory-friendly dining experience, which fails to cater to the diverse student population at KAMK. This results in low attendance from international students in comparison to Finish students.” (Ruoxuan Xu, China; Aarya Shrestha, Nepal; Prasanna Bade Shrestha, Nepal ja Zhiqiu Yu, China)

Ryhmä 3: Kuinka tehdä lounasruoasta houkuttelevampi ruokailukokemus ja sitä kautta houkutella lisää kv-opiskelijoita Foxiin? Menu-näkökulma.

Kuva 6. “How can we improve the appeal of food to students at Fox?” (Anni Forsberg, Suomi; Franziska Schwaiger, Itävalta; Tobias Dedek, Czech Republic; Usman Abbasi, Pakistan ja Yehor Chibisov, Germany.

Ryhmä 4: Miten ravintolamiljöötä ja kokemusympäristöä voisi uudelleen muotoilla siten, että se on miellyttävämpi ja elämyksellisempi?



Kuva 7. “Convenience, to simplify dining for busy students” (Savelii Hlushko, Ukraina; Sophia Heinzelmann, Saksa; Maksim Klesov, Venäjä ja Xue Meichen, Kiina)

Kampanjasuunnitelmista näkyvyyttä

Markkinointiviestinnän ryhmissä syntyi kaksi kampanjaideaa. Ensimmäinen ryhmä esitteli toimeksiantajalle kampanja ”5 Days Streak”, jonka pääideana oli sitouttaa opiskelijoita lounastamaan säännöllisesti opiskelijaravintolassa. Kampanjan ideassa joka kuudes ateria olisi veloituksetton tai ateriaan kuuluisi jokin ekstra tuote, esimerkiksi jälkiruoka. Toinen ryhmä esitteli kampanjan teemalla ”the FoxAbles”. Kampanjassa esitellään keittiön henkilökunnan jäseniä, lounaan mahdollistajia, supersankareina, joka toteuttaa teemalounaita eri kulttuurien keittiöistä säännöllisin väliajoin, esimerkiksi kerran kuussa perjantaisin. Kansainvälinen lounas esiteltäisiin aina the FoxAbles -teeman mukaisesti, ja keittiön henkilökunta saisi myös haastetehtäviä uusista raaka-aineista ja makuyhdistelmistä. Molemmat kampanjaideat saivat hyvän palautteen toimeksiantajilta ja todella uudenlaisia ideoita on tarkoitus hyödyntää soveltaen ravintolan markkinointisuunnitelmassa.

Maarit Vuorinen & Elina Jääskeläinen

Vuorinen on markkinoinnin lehtori, FT, TaM, YTM ja Jääskeläinen on markkinoinnin ja viestinnän lehtori, HTM.

Lähteet

Boogaard, K. (4.9.2021). Convergent Thinking vs. Divergent Thinking: Why Planning Isn’t Always the Right Thing to Do. [blogi]. Saatavilla 9.12.2024 https://www.wrike.com/blog/convergent-thinking-vs-divergent-thinking/

Brenner, W., Uebernickel, F. & Abrell, T. (2016). Design thinking as mindset, process, and toolbox: Experiences from research and teaching at the University of St. Gallen. Teoksessa W. Brenner & F. Uebernickel, F. (toim.) Design thinking for innovation: Research and practice. (3-21). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-26100-3_1

Davis, M. K. (2017). Teaching design: A guide to curriculum and pedagogy for college design faculty and teachers who use design in their classroom. Allworth Press.

Design Council. (N.d.). The double diamond. Saatavilla 9.12.2024 https://www.designcouncil.org.uk/our-work/skills-learning/tools-frameworks/framework-for-innovation-design-councils-evolved-double-diamond/

Kajaanin ammattikorkeakoulu. (2020) KAMK:n tapa toimia – ja kuinka sen teemme. Strategiapaperi. Saatavilla 10.12.2024 https://edukainuu.sharepoint.com/:w:/r/sites/KAMKToiminnanohjaus

Kajaanin ammattikorkeakoulun opetussuunnitelman yhteiset perusteet. (2022). Kajaanin ammattikorkeakoulu. Saatavilla 11.12.2024 https://kamk.fi/wp-content/uploads/2024/06/KAMK-OPSin-yhteinen-osa-2022.pdf

Kajaanin ammattikorkeakoulun verkkosivut. (N.d.) Saatavilla 11.12.2024 https://kamk.fi/opiskele-tutkintoon/

Leinonen, T., Toikkanen, T., & Silfvast, K. (2008). Software as hypothesis: research-based design methodology. In Proceedings of the tenth anniversary conference on participatory design 2008 (pp. 61-70). https://dl.acm.org/doi/proceedings/10.5555/1795234

Ojasalo, K., Koskelo, M. & Nousiainen, A. (2015). Foresight and Service Design Boosting Dynamic Capabilities in Service Innovation. Teoksessa R. Agarwal, W. Selen, G. Roos & R. Green (toim.). The Handbook of Service Innovation. (193–212). Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4471-6590-3_10

Smith, P. R. & Zook, Z. (2019) Marketing Communications. Integrating online and offline, customer engagement and digital technologies. Kogan Page.

Soulis, S., Nicolettou, A. & Seitzinger, J. (2017). Using learner experience design (LX) for program enhancement. In Conference Paper presented at Open and Distance Learning Association of Australia Conference Expanding Horizons in Open & Distance Learning, (5–7 Saatavilla 17.12.2024 https://www.researchgate.net/publication/313914239_Using_Learner_Experience_Design_LX_for_Program_Enhancement

12 Kainuun tarjoamat mahdollisuudet ja kansainvälisen ulottuvuuden lisääminen taloushallinnon opetukseen

Taloushallinto on yksi nopeasti kehittyvistä ja jatkuvasti muovautuvista aloista, joka on saanut lisää huomiota globalisaation, digitalisaation ja uusien teknologioiden myötä. Kajaanin ammattikorkeakoulussa (KAMK) on syksyllä 2024 alkanut *Tulevaisuuden taloushallinnon osaaja* -hanke, jonka tavoitteena on luoda ajankohtaista ja vetovoimaista osaamistarjontaa taloushallinnon alalle ja kehittää sitä yhteistyössä yritysten, organisaatioiden ja opiskelijoiden kanssa. Hanke pohjautuu joulukuussa 2023 julkaistuun esiselvitykseen tulevaisuuden taloushallinnon osaamistarpeista (Haatainen & Karjalainen, 2023). Hankkeen tuloksena KAMK:ssa käynnistyy vuonna 2026 uudistettu liiketalouden taloushallintoon suuntaava koulutus (Tradenomi, AMK). Lisäksi hankkeen yhteistyöyrityksille toteutetaan jatkuvan osaamisen kehittämisen koulutuksia sekä täydennyskoulutuspolku alanvaihtajille.

Korkeakouluasteella taloushallinnon opetus on monipuolista ja käytännönläheistä, ja se valmistaa opiskelijoita vastaamaan yhä monimutkaisempiin ja globaalistikin verkottuneisiin liiketoimintaympäristöihin. Opiskelijat saavat vahvan teoreettisen pohjan lisäksi käytännön kokemusta erilaisten harjoitustöiden ja työharjoittelujen kautta. Opetuksessa hyödynnetään moderneja oppimisympäristöjä ja teknologioita, kuten sähköisiä taloushallinnon järjestelmiä ja simulointiohjelmia, mikä mahdollistaa opiskelijoiden perehtymisen nykyaikaisiin työkaluihin, joita he tulevat käyttämään työelämässä.

Tulevaisuuden taloushallinnon osaamistarpeet

Tulevaisuuden taloushallinnon ammattilaisilta vaaditaan monipuolista osaamista, jota tulee päivittää jatkuvasti. Ammattilaisten osaamistarpeet ovat myös muokkautuneet alan substanssin taitamisesta enemmän konsultoivaan sekä tietojen tulkitsijan rooliin. Tulevaisuudessa ammattilaisten tulee osata myös tulkita taloudellisia tietoja ja saatuja tuloksia sekä perustella ne asiakkaille. Tulevaisuuden osaamistarpeissa (Haatainen & Karjalainen, 2023) ovat mm.

- Digitalisaation hallinta: Robotiikka ja tekoäly ovat muuttaneet ja vielä muuttavat taloushallinnon rutiineja. Tulevaisuuden osaajien on ymmärrettävä automaatioon perustuvia prosesseja, kuten RPA (Robotic Process Automation), ja kyettävä hyödyntämään tekoälyä tiedon analysoinnissa ja päätöksenteossa.

- Tietoanalytiikka ja datan hyödyntäminen: Taloushallinnossa tarvitaan yhä enemmän data-analytiikan osaamista. Ammattilaiset analysoivat suuria datamassoja, joilla he voivat tehdä ennusteita ja antaa strategista neuvontaa liiketoiminnan johtamiseen sekä tulkita saatuja tuloksia.

- Vastuullisuus ja kestävä kehitys: Vastuullisuus on sana, joka on parhaillaan monen yrityksen huomion kohteena. ESG (Environmental, Social, Governance) – ja kestävyysraportointi on noussut keskiöön, kun yritykset pyrkivät toimimaan kestävämmällä tavalla. Tulevaisuuden osaajien on ymmärrettävä, miten vastuullisuusnäkökulmat integroidaan liiketoimintastrategioihin ja miten näitä toimia mitataan ja raportoidaan.

- Kansainvälisen liiketoiminnan tuntemus: Globalisaation myötä osaajilta vaaditaan tietoa kansainvälisistä toimintaympäristöistä, erilaisista sääntelyistä sekä kansainvälisistä ja rajat ylittävistä verotuskäytännöistä. Kansainväliset raportointistandardit (kuten IFRS) ja monimutkaiset verotuskysymykset ovat keskeisiä osaamisen alueita.

- Eettinen päätöksenteko: Taloushallinnon ammattilaisilla on yhä suurempi vastuu toimia eettisesti ja läpinäkyvästi. Opetuksessa on tärkeää korostaa eettisten periaatteiden merkitystä, erityisesti globaalissa talousympäristössä, jossa sääntely, tietoturva, tietosuoja ja rahanpesulainsäädäntö sekä kulttuurierot voivat aiheuttaa haasteita.

Kainuun tarjoamat mahdollisuudet ja kansainvälisen ulottuvuuden lisääminen taloushallinnon opetukseen

Taloushallinnon opetus ei voi enää rajoittua vain kansallisiin tai Euroopan Unionin näkökulmiin, vaan globalisaation vuoksi kansainvälinen ulottuvuus on oleellinen osa opetusta. Tulevaisuuden taloushallinnon ammattilaisilta vaaditaan vahvaa osaamista myös kansainvälisistä markkinoista ja sääntelyistä. Tässä muutamia ideoita, kuinka voidaan lisätä kansainvälistä ulottuvuutta taloushallinnon opetukseen:

- Paikalliset vahvuudet, kansainväliset mahdollisuudet: Kainuun keskeisiä päätoimialoja, kuten kaivosteollisuutta ja matkailua, voidaan käyttää myös konkreettisina esimerkkeinä opetuksessa. Esimerkiksi monet kaivosyhtiöt toimivat globaaleilla markkinoilla ja voivat tarjota opiskelijoille mahdollisuuden perehtyä kansainvälisiin verotus- ja raportointikäytäntöihin. (Kainuun Liitto, 2024.)

- Alueellinen kehitys ja yrittäjyys: Kainuun alueella on potentiaalia kehittää yrittäjyyteen ja start-up-toimintaan liittyvää koulutusta, myös taloushallinnossa. Monet kansainväliset opiskelijat ovat kiinnostuneita oman yritystoiminnan perustamisesta, mutta tiedot ja taidot suomalaisen byrokratian saloista haastaa. Yrittäjyyden tukeminen ja start-up-yritysten taloushallinnon erityispiirteiden opettaminen voi houkutella nuoria osaajia jäämään alueelle ja synnyttää uutta liiketoimintaa. Tämä on erityisen tärkeää alueilla, joilla väestönkasvu on haaste. (Kainuun Yrittäjät, 2024.)

- Vaihto-ohjelmat ja kansainvälinen yhteistyö: Korkeakouluilla on mahdollisuus hyödyntää kansainvälisiä vaihto-ohjelmia, kuten Erasmus+ ohjelmaa, jotta opiskelijat saavat kansainvälisiä kokemuksia. Lisäksi korkeakoulujen yhteistyö kansainvälisten korkeakoulujen kanssa voi mahdollistaa yhteisohjelmia, joissa opiskelijat oppivat eri maiden taloushallinnon käytännöistä.

- Kansainvälinen työharjoittelu: Yksi konkreettinen keino taloushallinnon opiskelijoille on kansainvälisen työharjoittelun tarjoaminen. Kainuussa toimivat yritykset voivat tarjota opiskelijoille mahdollisuuksia työskennellä kansainvälisillä markkinoilla toimivissa organisaatioissa, mikä kehittää opiskelijoiden valmiuksia ymmärtää monikulttuurista ja globaalia liiketoimintaympäristöä.

- Kielitaito ja kulttuuriosaaminen: Kansainvälisessä taloushallinnossa korostuvat kielitaito ja kulttuurinen herkkyys. Taloushallinnon opetukseen voi sisällyttää kielikoulutusta ja eri kulttuurien liiketoimintakäytännöistä oppimista, mikä antaa opiskelijoille valmiuksia toimia globaalissa ympäristössä.

Yhteenveto

Taloushallinnon opettaminen on keskeisessä roolissa, kun valmistaudutaan tulevaisuuden työelämän vaatimuksiin. Digitalisaatio, kestävän kehityksen periaatteet ja kansainvälisen liiketoiminnan osaaminen ovat tulevaisuuden taloushallinnon keskiössä, ja Kainuun alue voi tarjota merkittäviä oppimisympäristöjä näiden taitojen kehittämiseen.

KAMK jatkaa työtään alueen kehittämiseksi tarjoamalla korkealaatuista koulutusta ja luomalla mahdollisuuksia sekä paikallisille että kansainvälisille osaajille. Kansainvälisen näkökulman integrointi opetukseen avaa opiskelijoille ovia globaalille kentälle ja tuo Kainuulle uusia mahdollisuuk-

sia osaamisen kehittämiseen ja taloudelliseen kasvuun. Näiden vahvuuksien avulla Kainuun maakunta voi jatkaa kehittymistään vahvana ja elinvoimaisena alueena niin kansallisesti kuin kansainvälisestikin.

Johanna Takanen

Kirjoittaja toimii projektipäällikkönä *Tulevaisuuden taloushallinnon osaaja*- hankkeessa. Hanke on Euroopan unionin osarahoittama (ESR+) ja rahoituksessa mukana ovat myös Kajaanin kaupunki, Kainuun jätehuollon kuntayhtymä /Ekokymppi, Kajaanin Tilitaito Oy, Monetra Oulu Oy, Monetor Oy, Puuking Oy, Tilipalvelu Jouni Korhonen ja Tilkas Oy.

Euroopan unionin osarahoittama

Lähteet

Haatainen, S. & Karjalainen, P. (2023). Tulevaisuuden taloushallinnon osaaja – esiselvitys. Kajaanin ammattikorkeakoulu.

Kainuun liitto. (2024). Talousarvio vuodelle 2024, talous- ja toimintasuunnitelma vuosille 2024–2026). Kainuun maakuntaliitto. Saatavilla 7.11.2024 https://kainuunliitto.fi/assets/uploads/2024/01/C22_Talousarvio_vuodelle_2024_-ja_talous-_-ja-toimintasuunnitelma_vuosille_2024-2026.pdf

Kainuun Yrittäjät. (2024). Suomen Yrittäjien Pk-barometri 2/2024 tuloksista. [tiedote]. Saatavilla 7.11.2024 https://www.sttinfo.fi/tiedote/70102032/pk-yritysbarometri-kainuun-yritysten-epavarmuus-jatkuu-arviot-tulevaisuudesta-ovat-synkkia-ja-kasvuhalukkuus-ennatysalhaista?publisherId=69817878&lang=fi

13 Oivalluksia simuloimalla

Ammattikorkeakouluopetuksessa älykkään taloushallinnon osaaminen on yksi keskeinen osaamiskokonaisuus vastattaessa tulevaisuuden osaamistarpeisiin (Haatainen – Karjalainen 2024). Taloushallinnon opiskeluun voidaan sukeltaa pelien ja liiketoimintasimulaatioiden avulla. Kansainvälisessä ja monimuotoisessa koulutusympäristössä erilaisten opetusmenetelmien käyttö tukee oppimista sosiaalisesti turvallisessa ympäristössä. Simulaatiopedagogiikka ja digitalisaatio mahdollistavat kielitietoisen opetuksen ja älykkään taloushallinnon soveltamisen uusilla tavoilla (Noguera ym., 2024, 86; Tampereen yliopisto – Tampereen ammattikorkeakoulu, 2003; Umar & Olowo, 2024, 473).

Sisäinen motivaatio, minäpystyvyys ja työelämävalmiuksien oppiminen ovat keskeisiä tekijöitä opiskelijan ammatillisen asiantuntijuuden kehittymisessä (Sidorova ym., 2024, 642). Opiskelijan asiantuntijuus ja ammatillisuus kehittyvät talouden perusteiden hallinnasta kohti tietojen ja osaamisen soveltamista. Liiketoimintasimulaatiossa opitaan liike-elämän ja taloushallinnon taitoja pelillistämällä ja jäljittelemällä aitoja liiketapahtumia.

Pelisimulaatiossa on mahdollista harjoitella epävarmuuden sietokykyä. Pelin alkuvaiheessa opiskelijoilla on perustiedot pelaamisesta, mutta heillä ei ole tiedossa kaikkia simulaatioon vaikuttavia tekijöitä. Simulaatiossa on reagoitava ennakoimattomiin tapahtumiin. Pelissä voivat esimerkiksi asiakkaiden tilausmäärät vaihdella, tavaratoimitukset viivästyä tai työntekijä irtisanoutua. Tällöin on pohdittava, miten muuttuviin tilanteisiin reagoidaan ja, miten muutokset vaikuttavat päätöksentekoon. Epävarmuus antaa mahdollisuuden ajatella vapaammin ja hakea ratkaisuja uudella tavalla. Liiketoimintasimulaatiossa ei ole yhtä ainutta oikeaa tapaa toimia tai tehdä päätöksiä. Sen sijaan opiskelijat pääsevät kokeilemaan erilaisia pelistrategioita ja näkevät omien toimenpiteidensä ja päätöksiensä vaikutuksen yrityksen toimintaan.

Pelisimulaatiossa yritykset toimivat kansainvälisessä liiketoimintaympäristössä. Opiskelijat oppivat erilaisten markkinoiden ja asiakasryhmien toimintaa analysoimalla, mitkä asiat tulee ottaa huomioon erilaisilla markkinoilla. Taloudellisia tietoja analysoimalla opiskelijat näkevät esimerkiksi toimitusvarmuuden, laadun ja hinnoittelun vaikutuksen yrityksen tuloksen ja taloudellisen tilanteen kehittymiseen.

Kansainvälisessä opiskelijaryhmässä opiskelijoilla on kokemusta erilaisista yrityskulttuureista. He tuovat simulaatioon omat kokemuksensa ja sovittavat niitä yhteen toisenlaisten yrityskulttuurien

ja toimintatapojen kanssa. Vuorovaikutuksessa toisten opiskelijoiden kanssa he luovat yhdessä oman yrityksensä toimintakulttuuria liiketoimintasimulaatiossa.

Pelisimulaatiossa opiskelijat oppivat taloudellisen tiedon lisäksi vuorovaikutus- ja viestintätaitoja (Sidorova ym., 2024, 641). Pelatessa konkretisoituu toiminnan suunnittelun, päätöksenteon ja yhteistyön merkitys. Ryhmän sisäinen vuorovaikutus ja kommunikointi vaikuttavat suoraan oman yrityksen toimintaan. Opiskelijat havaitsevat, kuinka tärkeää on viestiä oikea-aikaisesti ja ennakoivasti.

Liiketoimintasimulaatiota pelattaessa opiskelu on sosiaalista ja yhteisöllistä. Pelillistäminen tukee muulla kuin äidinkielellänsä opiskelevien opiskelijoiden oppimista mahdollistamalla opiskelun perinteisestä luokkahuoneopetuksesta poikkeavilla menetelmillä (Wood, 2024, 767, 787). Pelissä opiskelija pääsee soveltamaan oppimiansa talouden peruskäsitteitä ja ”jongleeraamaan luvuilla” (Umar & Olowo, 2024, 492). Käsitteiden ja lukujen pallottelu tuo uusia näkökulmia talouden tarkasteluun. Taloudellisia raportteja analysoitaessa opiskelija pääsee soveltamaan oppimaansa käytäntöön.

Taloudellisen tiedon analysoinnissa ja datan tulkitsemisessa on olennaista päästä lukujen taakse. Datan hyödyntämisessä päästään syvemmälle, kun opiskelijat tietävät, mistä numerot ovat syntyneet. He havainnoivat tehtyjen päätöksien vaikutuksia ja voivat pureutua syvemmälle syihin ja seurauksiin. Oman ja toisten yritysten taloudellisia raportteja tarkasteltaessa osaaminen liiketoimintaprosesseista ja tunnusluvuista syvenee. Opiskelijat hahmottavat yrityksen toiminnot, kuten ostot, myynnit, varaston hallinnan ja logistiikan. Aiemmin teoriassa opitut käsitteet saavat konkreettisen merkityksen. Kerran erään pelisession tuloksia tarkasteltaessa eräs opiskelija kertoi, että ”kassan ja tuloksen ero – sen me kaikki opimme pelatessamme RealGamea.” Tämä oivallus kuvaa hyvin opitun tiedon muuttumista osaamiseksi. Tässä kuvastuu Bloomin, Andersonin ja Kratwohlin esittämä tiedollisen osaamisen syventäminen. Muistamisesta ja ymmärtämisestä opiskelija etenee soveltamisen ja analysoinnin kautta arviointiin. Syvimmällä asiantuntijuuden tasolla oppija kykenee luomaan oppimansa tiedon pohjalta uutta tietoa. (Bloom, 1956; Anderson ym., 2001; Krathwohl, 2002, 212–218.)

Pelillistämisessä opiskelijat ovat aktiivisia toimijoita ja rakentavat omaa oppimistansa. Opettaja toimii ohjaajana mahdollistaen oppimisen. (Knapp, 2000, 10; Lehtinen, ym. 2016, 246.) Sosiokulttuurisessa teoriassa Vygotsky korostaa opiskelijan ja opettajan välistä vuorovaikutusta. Lähikehityksen vyöhykkeellä opettaja kokoaa rakennustelineen (turvallinen ohjaus, scaffolding; suora

käännös rakennusteline) eli ohjaa opiskelijan osaamistason ja kykyjen mukaan turvallisesti opiskelijaa ”kiipeämään rakennustelineen” seuraavalle tasolle. Havainnoivassa vuorovaikutuksessa opettaja muokkaa opetettavia asioita ja päivittää oppimistehtäviä nostaen vaikeustasoa tilanteen mukaan. (Pulkkinen ym., 2023, 126.) Jokaisella opiskelijalla on omanlaisensa valmiudet ja kyvyt rakentavat omaa ”rakennustansa”. Knapp (2000, 11) tiivistää erilaisista ja eri lähikehityksen vyöhykkeen tasoilla olevista opiskelijoista osuvasti:” While they need not be all the same, there are more and less effective ways of building them, resulting in more or less viable ”buildings” that will be better or worse for different purposes”.

Simulaatiopedagogiikka mahdollistaa toimimisen Vygotskyn lähikehityksen vyöhykkeellä. Alun epävarmuus muuttuu osaamisen syventämiseksi ja oman toiminnan arvioinniksi. Pelillistämisen avulla opiskelijat ovat valmiimpia vastaamaan työelämän vaatimuksiin. Tulevaisuudessa pelillisyyden lisääntyessä on hyvä panostaa monipuolisten opetusmenetelmien lisäksi opetuksen laadun ja oppimisen arviointiin (Noguera ym., 2024, 86; Sidorova ym., 2024, 642).

Työelämän odotukset tulevaisuuden taloushallinnon osaajille kasvavat tekoälyn ja älykkään taloushallinnon myötä (Leppä, 2024). Ammattikorkeakoulu vastaa näihin odotuksiin liiketoiminta-simulaatioiden ja pelien monipuolistaessa opetusta. Osaaminen syntyy oivalluksista. All you need is a real game in real life.

Saara Manninen

Kirjoittaja on taloushallinnon opettaja sekä asiantuntijaopettaja *Tulevaisuuden taloushallinnon osaaja*- hankkeessa. Hanke on Euroopan unionin osarahoittama (ESR+) ja rahoituksessa mukana ovat myös Kajaanin kaupunki, Kainuun jätehuollon kuntayhtymä /Ekokymppi, Kajaanin Tilitaito Oy, Monetra Oulu Oy, Monetor Oy, Puuking Oy, Tilipalvelu Jouni Korhonen ja Tilkas Oy.

Euroopan unionin osarahoittama

Lähteet

Anderson, L. W. & Krathwohl, D. R. (2001). A taxonomy for learning, teaching, and assessing: A revision of Bloom's taxonomy of educational objectives: complete edition. Addison Wesley Longman, Inc. http://eduq.info/xmlui/handle/11515/18824

Bloom, B. (1956). Taxonomy of Educational Objectives: The Classification of Educational Goals. Handbook I: Cognitive Domain. Longman's.

Haatainen, S. & Karjalainen, P. (2024). Tulevaisuuden taloushallinnon osaamistarpeet Amk-opinnäytetyö, Kajaanin ammattikorkeakoulu. https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2024073024038

Knapp, N. F. (2000). Constructivist assessment: Trying to practice what I teach in educational psychology. Action in Teacher Education, 21(4), 9-26. https://doi.org/10.1080/01626620.2000.10462977

Krathwohl, D. R. (2002). A Revision of Bloom's Taxonomy: An Overview. Theory Into Practice, *41*(4), 212–218. https://doi.org/10.1207/s15430421tip4104_2

Lehtinen, E., Vauras, M. & Lerkkanen, M-K. (2016). Kasvatuspsykologia. PS-kustannus.

Leppä, J. (2024). Työelämäyhteistyöverkoston tapaaminen 8.10.2024. Taloushallintoliitto.

Noguera, I., Quesada-Pallarès, C. & Sepúlveda-Parrini, P. (2024). Analysing student satisfaction with teaching strategies in vocational education. Education+ training, 66(10), 75–90. https://doi.org/10.1108/ET-02-2023-0062

Sidorova, M., Kopus, T., & Yurasova, I. (2024). Digital transformation for teaching management accounting: training with a simulation in an authentic professional environment. Accounting Education, 33(5), 621–648. https://doi.org/10.1080/09639284.2023.2255980

Tampereen yliopisto – Tampereen ammattikorkeakoulu. (2023). Pedagoginen suunnittelu. Saatavilla 18.11.2024 https://www.tuni.fi/tlc/suunnittelu/pedagoginen-suunnittelu/#suuntauksia.

Umar, M. A., & Olowo, R. (2024). Issues in teaching and learning accounting among students who use English as a second language. Accounting Education, 33(4), 473-496. https://doi.org/10.1080/09639284.2023.2219655

Wood, K. (2024). Creating a gamified learning experience for the threshold concept, the time value of money. Accounting Education, 33(5), 767–790. https://doi.org/10.1080/09639284.2023.2255994

14 Kajaanin peliala maailmankartalla

Suomen peliala on viime vuosikymmeninä noussut maailmanlaajuisesti merkittäväksi toimijaksi, mikä ilmenee Neogamesin vuoden 2022 raportista. Raportin mukaan Suomi sijoittuu Euroopan viidennen suurimman pelialan joukkoon liikevaihdolla mitattuna ja on erityisesti mobiilipelien kehityksessä Euroopan johtava maa (Neogames Finland, 2022). Tämä kansainvälinen menestys perustuu vahvaan osaamiseen ja kykyyn mukautua jatkuvasti muuttuvan alan mukana.

Kajaanin kaupungin pitkäjänteinen panostus pelialan tukemiseen ja Kajaanin ammattikorkeakoulun laadukas pelialan koulutus ovat olleet keskeisiä tekijöitä kaupungin pelialan rakentamisessa. Näiden yhteistyön tuloksena on myös saavutettu kansainvälisesti merkittäviä tuloksia. Esimerkiksi vuonna 2023 kajaanilaisten peliyhtiöiden yhteenlaskettu liikevaihto suhteessa kaupungin väkilukuun oli maailman kärkeä (Haikola & Kähkönen, 2024). Tunnetuimpia Kajaanilaisia pelihittejä ovat esimerkiksi Critical Force Oy:n kehittämä Critical Ops ja Kitka Games Oy:n alun perin kehittämä Stumble Guys. Molemmat pelit ovat mobiilipelejä, jotka ovat saavuttaneet miljoonia pelaajia maailmanlaajuisesti (Leskinen, 2018; Loukasmäki, 2022). Muun muassa näiden menestystarinoiden sekä yhteisöllisyyden kautta Kajaani on vakiinnuttanut asemansa merkittävänä pelialan keskuksena.

Pelialan kansainvälisyys tulee Kajaanissa näkyväksi vuosittain järjestettävässä Northern Games Summit (NGS) -tapahtumassa. NGS tuo Kajaaniin kansainvälistä osaamista useammasta maasta (Sorsa, 2024). Se ei ole pelkästään paikka, josta löydetään inspiraatioita tai jossa jaetaan uusinta tietoa, vaan se toimii myös alustana pelialan kansainväliselle yhteistyölle.

NGS:n kaltaiset tapahtumat korostavat pelialan kansainvälistä luonnetta, mutta myös alan monimuotoisuus ansaitsee huomiota. Pelinkehittäjät tulevat eri taustoista, ja heidän osaamisensa sekä kulttuuri usein rikastuttavat myös heidän kehittämiä pelejä. Esimerkiksi kesällä 2024 Kajaanin ammattikorkeakoulu järjesti pelialan kesäopinnot toteutuksen, johon osallistujia tuli Singaporesta asti. Pelit myös kehitetään ensisijaisesti englannin kielellä, koska pelien markkinapaikat ovat lähtökohtaisesti globaaleja digitaalisia alustoja, kuten esimerkiksi PC:n Steam ja Epic Games Store sekä mobiililaitteiden Google Play ja Apple Store.

Englanninkielisyys näkyy myös pelinkehittäjien työskentelyssä, sillä he käyttävät työssään ensisijaisesti englanninkielisiä työkaluja. Syynä tähän on pelialan kansainvälinen luonne ja se, että englannin kielen termit ovat vakiintuneita verrattuna paikallisiin lokalisaatioihin (Laine, 2019, 3–4).

Esimerkiksi ohjelmointiympäristöjen ja pelimoottoreiden kuten Unityn tai Unreal Enginen dokumentaatio ovat pääasiassa englanniksi (Unity Documentation ja Unreal Engine 5.5 Documentation), mikä tekee englannin kielestä luonnollisen valinnan. Yhteisten termien avulla tiimit voivat työskennellä nopeammin, kun tarvetta käännöksille ei ole. Tämä vähentää myös virheitä ja väärinymmärryksiä sekä yhdenmukaistaa viestintää ja yhteistyötä kansainvälisissä tiimeissä.

Lyhyesti sanottuna Kajaanin kaupunki toimii hyvänä esimerkkinä, kuinka innovatiivinen koulutus, yhteisöllisyys ja kohdennetut satsaukset tarjoavat mahdollisuuden luoda merkittäviä tuloksia. Myös englannin kielen rooli pelialalla toimii yhdistävänä tekijänä, joka puolestaan korostaa pelialan kansainvälistä luonnetta sekä osoittaa, kuinka pelit ja niiden kehittäminen eivät tunne maiden rajoja.

Olli Isoranta

Kirjoittaja on projekti-insinööri *GameCity Kajaani* -hankkeessa. Hanke on Kajaanin kaupungin rahoittama.

Kajaanin
kaupunki

Lähteet

Haikola, Maaria & Kähkönen, Sanna, 2024. Kainuun hurjalle talouskasvulle ei ole näkyvissä uhkakuvia – listasimme, mistä talouskasvu johtuu. Yle 3.6.2024. [viitattu 25.11.2024]. Saatavilla: https://yle.fi/a/74-20091429

Laine, Laura 2019, s. 3–4. Pelisuunnittelun englanti–suomi-sanasto. [AMK-opinnäytetyö]. Kajaanin ammattikorkeakoulu; 2019. Saatavilla: https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201902182474

Leskinen, Markus, 2018. Kajaanilaiselle peliyritykselle yli viiden miljoonan rahoitus – Business Finland tukee yritystä kasvavilla mobiilipelimarkkinoilla. Yle 20.6.2018. [viitattu 25.11.2024]. Saatavilla: https://yle.fi/a/3-10265034

Loukasmäki, Arto, 2022. Kajaanilainen peliyhtiö tahkoo miljoonia – lataustilastojen kärjessä oleva peli myytiin Yhdysvaltoihin. Yle 6.10.2022. [viitattu 25.11.2024]. Saatavilla: https://yle.fi/a/3-12650885

Neogames Finland. The Game Industry of Finland – Report 2022. [viitattu 25.11.2024]. Saatavilla: https://neogames.fi/wp-content/uploads/2023/05/FGIR2022report.pdf

Sorsa, Vilja, 2024. Northern Game Summit kokoaa pelimaailman kansainväliset tähdet Kajaaniin – katso kuvat ja videot ainutlaatuisesta tapahtumasta. Kainuun Sanomat 20.9.2024. [viitattu 25.11.2024]. Saatavilla: https://www.kainuunsanomat.fi/artikkeli/northern-game-summit-kokosi-pelimaailman-kansainvaliset-tahdet-kajaaniin-katso-kuvat-ja-videot-ain

Unity Documentation. Unity. [viitattu 25.11.2024]. Saatavilla: https://docs.unity.com/

Unreal Engine 5.5 Documentation. Epic Games. [viitattu 25.11.2024]. Saatavilla: https://dev.epicgames.com/documentation/en-us/unreal-engine/unreal-engine-5-5-documentation

15 Yhteistyön merkitys kansainvälisen matkailun kehittämisessä – Case Viisi matkailumaakuntaa, yksi järvielämys - Pro Lakeland II -ryhmähanke

Business Finlandin alainen matkailun kehittämisyksikkö Visit Finland on jakanut Suomen neljään eri matkailulliseen suuralueeseen. Suuraluejaon tavoitteena on kehittää toimijoiden välisellä yhteistyöllä suuralueesta kansainvälisesti vetovoimainen matkailualue ja kasvattaa alueen tunnettuutta ja kysyntää ympärivuotisesti. Jako luo perustaa vahvalle matkailupalveluiden ja -tuotteiden tarjonnalle sekä vetovoimaisten alabrändien rakentumiselle. (Visit Finland, 2024) Kainuu, Pohjois-Savo, Pohjois-Karjala, Etelä-Savo sekä Etelä-Karjala kuuluvat Järvi-Suomen suuralueeseen ja muodostavat sen itäisen osan. Alueen yhteisellä ryhmähankkeella on tarkoitus vahvistaa alueen matkailua parantamalla yhteistyön kautta pienten ja keskikokoisten yritysten kansainvälistä kasvua ja kilpailukykyä.

Hankkeen lähtökohtana on, että yhteistyöllä on tunnistettu saavutettavan parempia tuloksia kansainvälisillä matkailumarkkinoilla verrattuna keskinäiseen kilpailuun. Toimijoiden keskinäinen vuorovaikutus synnyttää yhteistoimintaa, joka on edellytyksenä hyvien tulosten syntymiselle (Kupola, 2016). Nurmi toteaa, että menestys on jonkun halutun asian tai tavoitteen saavuttamista, joka voidaan saavuttaa useimmiten paremmin yhteistyöllä kuin kilpailulla. (Nurmi, 2005, 85). Yhteisen toiminnan kehittäminen edellyttää laajaa ja avointa tiedonvaihtoa sekä uusia toimintamalleja, jonka vaikutus laajenee koko järvialueelle. Tavoitteena on, että matkailutoimijat hyötyvät ylimaakunnallisesti yhteistyöstä ja yhteisen brändin tunnettuuden kasvusta sekä kokevat olevansa tärkeä osa arvoketjua tuottamalla matkailijalle sen autenttisen elämyksen, johon markkinointiviestinnällä tähdätään. Itäisen Järvi-Suomen kehittäminen tulee nähdä kaikkien yhteisenä etuna, ei kilpailevana toimintana.

Kansainvälisestä näkökulmasta yksittäisten matkailualueiden merkitys matkailijoiden houkuttelemisessa on pienempi kuin lähimarkkinoilta asiakkaita haettaessa. Etenkin kaukomarkkinoilta saapuvien asiakkaiden mielikuvissa on Suomi maana usein osa Skandinaviaa. Tällöin on tärkeää pystyä luomaan vahva brändi, jonka avulla asiakas saadaan kiinnostumaan alueesta ja valitsemaan sen jälkeen alueen sisältä itselleen sopivin matkailukohde tai -alue. Useimmiten asiakas saapuu alueelle sen tarjoamien elämysten ja tarjonnan takia, ei paikkakunnan vuoksi. Kansainvälisessä matkailumarkkinoinnissa ylimaakunnallisen yhteistyön merkitys korostuukin. Visit Finlandin tavoitteena on lisätä alueiden kansainvälistä tunnettavuutta ja auttaa alueita pääsemään entistä näkyvämmin kansainvälisille markkinoille (Business Finland, 2019).

Koordinoidulla suuraluejaottelulla pyritään saamaan mahdollisimman monia alueilla toimivia matkailuyrityksiä sitoutumaan yhteistyön tavoitteisiin. Yhteistyön tavoitteina on tunnistaa jokaisen alueen omat vetovoimatekijät ja kehittää niiden pohjalta vahvuuksiin perustuvia matkailutuotteita ja palveluita. Tavoitteena on myös lisätä alueiden kansainvälistä tunnettavuutta, ja auttaa alueita pääsemään entistä näkyvämmin kansainvälisille markkinoille. Päätavoitteena on lisätä merkittävästi suuralueiden kansainvälisten matkailijoiden määrää. (Mikkola, 2020, 10).

Myös Työ- ja elinkeinoministeriö on linjannut, että matkailun elinkeinon kannalta matkailuyritysten ja matkailualueiden on toimittava yhteistyössä vahvistaakseen alueiden välisiä suhteita ja saavuttaakseen yhteisiä päämääriä. Tämän ”joukkueajattelun” avulla eri toimijat voidaan tuoda yhteen, tarkoituksena luoda yhteistyötä ja verkostoitumista. TEM:n mukaan yhteisen linjan pitäminen yhteismarkkinoinnissa on tärkeää, sillä sen avulla vahvistetaan yhtenäistä brändiä. (Mikkola 2020, 22.) Itä-Suomen matkailumaakuntien tai Itäisen Suomen kansainvälisen matkailun kehittäminen ja kysynnän kasvattaminen edistää myös koko Järvi-Suomen alueen yhteistyötä ja houkuttelevuutta sekä kilpailukykyä.

Kuva 1 Järvialuetta tunnettavammaksi kansainvälisille markkinoille. (©Tuomas Juntunen)

Yhteistyö mahdollistaa laajemman näkyvyyden saavuttamisen kansainvälisillä matkailumarkkinoilla, laajempien resurssien hyödyntämisen kehittämisessä ja markkinoinnissa, toimijoiden

osaamisen jakamisen ja uusien innovaatioiden synnyn, sekä kapasiteetin jakamisen ylikysyntätilanteessa tai alueellisen kapasiteetin puuttuessa. Lisäksi kaikki toimet johtavat yhteisen viestin vahvistamiseen. Yhteistyö mahdollistaa yhteisten tavoitteiden saavuttamisen ja siten kasvattaa alueelle saapuvien matkailijoiden määrää ja matkailutuloa.

Pro Lakeland II -hankkeessa vastataan tunnistettuihin kehittämishaasteisiin alueella, lisätään alueen ja sen matkailupalveluiden tunnettuutta, lisätään ja parannetaan sekä digitaalista että fyysistä saavutettavuutta, lisätään yritysten kansainvälistymisosaamista ja jakelukanavia sekä pyritään kasvattamaan osaajaresurssien saamista alueelle.

Hankkeen tavoitteiksi on asetettu ylimaakunnallisten palvelupakettien laadun ja määrän kasvattaminen ja jakelukanavien lisääntyminen digitaalisessa palveluympäristössä, ympärivuotisen yhteismarkkinoinnin mahdollistuminen yhteisen materiaalipankin avulla. Tuloksena ovat mm. kv-kasvun edellytykset ovat parantuneet, matkailukysyntä ja asiakasvolyymi kansainvälisiltä markkinoilta ovat kasvaneet ja kokonaisuudessaan alueen kilpailukyky on kasvanut. Kaikella yhteistyöllä työllä tähdätään Visit Finlandin asettamaan visioon, jossa vuonna 2030 Lakeland Finland on maailman kiinnostavin järvialue.

Krista Kuosmanen**, **Hanna Linjala & Saara Uusiheimala

Kirjoittajat työskentelevät *Viisi matkailumaakunta, yksi järvielämys, Pro Lakeland II* -ryhmähankkeessa. Kuosmanen toimii projektipäällikkönä, Linjala matkailun asiantuntijana, ja Uusiheimala toimii projektiasiantuntijana. Hanke on Euroopan aluekehitysrahaston (EAKR/Pohjois-Karjalan maakuntaliitto) ja Euroopan Unionin osarahoittama. Ryhmähankkeen toteuttajina ovat Kehitysyhtiö Savogrow Oy, goSaimaa Oy, Business Joensuu Oy, Mikkelin Seudun Matkailupalvelu ry ja Kajaanin Ammattikorkeakoulu Oy.

Lähteet

Business Finland. (2019). Suuralue- ja partneriyhteistyö. Saatavilla 18.12.2024 https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/toiminta-suomessa/suuralue-ja-partneriyhteistyo/

Kupola. (2016). EU euroissa ja päätöksenteko Saatavilla 4.11.2024. https://kupolahumak.wordpress.com/globaali-kulttuuripolitiikka/eu-rahoitus/

Mikkola, J. (2020). Yhteismarkkinoinnin nykytila ja kehittämistarpeet Saimaan alueen matkailuyrityksissä. Amk-opinnäytetyö, Karelia-ammattikorkeakoulu. https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2020121728915

Nurmi, R. (2005). Kilpailu, yhteistyö, työnjako. Hallinnon Tutkimus, 24(1), 4.

Visit Finland (2024). Matkailulliset suuralueet. Saatavilla 4.11.2024 https://www.visitfinland.fi/suuralueiden_esittelyt

16 Matkailun investointiympäristön kehittäminen kansainvälisesti houkuttelevaksi

Johdanto

Suomi tunnetaan kansainvälisesti monipuolisesta pohjoisesta luonnostaan, turvallisuudestaan ja korkeasta elämänlaadusta. Maailman onnellisin kansa pystyy tarjoamaan kansainvälisille matkailijoille monipuolisen kattauksen luontoa ja kulttuuria. Nämä tekijät tekevät maastamme houkuttelevan kohteen matkailu- ja vieraanvaraisuustoimialan investoinneille. Vaikka Suomen matkailumarkkinat eivät ole Euroopan mittapuulla suuret, maalla on paljon tarjottavaa, erityisesti luontoon ja elämykselliseen matkailuun keskittyvillä sektoreilla.

Kilpailu kansainvälisistä investoinneista on kuitenkin kovaa, ja Suomen on pystyttävä vastaamaan investoijien odotuksiin kehittämällä matkailukohteitaan houkutteleviksi ja kannattaviksi sijoituskohteiksi. Tässä artikkelissa tarkastellaan, mitkä tekijät tekevät Suomesta houkuttelevan kohteen, mitä heikkouksia maallamme on sekä millaisia toimenpiteitä matkailukohteiden ja -alueiden tulisi tehdä houkutellakseen ulkomaisia investointeja. Artikkelin tavoite on tuoda keskusteluun esille investointiympäristön kehittämisen kannalta keskeisiä elementtejä. Tavoite ei siis ole esitellä valmista konseptia tai tutkimukseen pohjautuvaa mallia, vaan ennen kaikkea herättää ajatuksia.

Vahvuudet ja heikkoudet kansainvälisten investoijien näkökulmasta

Suomen vahvuudet kansainvälisten investointien näkökulmasta liittyvät vahvasti maan ainutlaatuiseen luontoon, vakaaseen liiketoimintaympäristöön ja kehittyneeseen infrastruktuuriin. Suomella on erityinen maine kestävän matkailun kohteena, jossa panostetaan luonnonvarojen suojeluun ja vastuulliseen matkailuun. Tämä on monille investoijille tärkeä arvo, erityisesti kun matkailijat etsivät autenttisia ja kestäviä kokemuksia.

Toinen keskeinen vahvuus on Suomen osaaminen teknologian ja digitalisaation saralla, mikä mahdollistaa innovatiivisten ratkaisujen kehittämisen matkailutoimialalle. Esimerkiksi digitalisoidut matkailupalvelut ja alueen datasta jalostettu tieto voivat tuoda lisäarvoa sijoittajille, jotka etsivät kilpailuetua hyödyntäviä kohteita.

Suomen houkuttelevuutta heikentäviä tekijöitä ovat maantieteellinen sijainti ja pitkät etäisyydet tärkeimmistä matkailumarkkinoista. Talvikauden pimeys ja kylmyys saattavat olla myös esteitä,

jotka vaikuttavat osaan potentiaalisista matkailijoista ja siten myös investoijista. Toisaalta nämä voidaan kääntää myös vahvuuksiksi.

Suomen suhteellisen pienet kotimaan markkinat ja hintataso saattavat myös rajoittaa investointihaluja. Lisäksi kausivaihtelu on edelleen monissa kohteissa suuri haaste. Matkailusesonki on Suomessa lyhyempi kuin monissa muissa suosituissa matkailumaissa. Tämä lisää tarvetta kehittää ympärivuotisia matkailutuotteita ja -palveluita, jotta investointien tuotto pysyisi vakaana.

Jossain määrin haasteita tuo myös pitkäkestoiset lupaprosessit. Näiden kehittäminen ja joustavoittaminen parantaisi kilpailukykyä ja houkuttelevuutta. Lopulta suurimpia haasteita kansainvälisten investointien saamisen osalta on maamme heikko tunnettavuus niin matkailumaana kuin sijoituskohteenakin.

Kiinnostavan kohteen keskeisiä aineksia

Matkailukohteen kehittäminen ja osoittaminen kiinnostavaksi investointiympäristöksi voidaan tiivistää neljän keskeisen tekijän ympärille. Nämä voidaan asettaa tärkeysjärjestykseen: turvallinen toimintaympäristö, asiakaslähtöinen palvelukulttuuri, ainutlaatuisuus ja hyvä infrastruktuuri.

Investointikiinnostavuuden perusta on turvallinen toimintaympäristö. Vakaa poliittinen ja taloudellinen ilmapiiri sekä alhainen korruptioaste luovat turvallisen ja luotettavan ympäristön liiketoiminnalle. Sijoituksen näkökulmasta toteutusvaiheessa tapahtuvaa kustannusylitystäkin pahempana riskinä nähdään usein käyttöönoton viivästyminen. Kestävä ja vakaa toimintaympäristö pienentää tätä riskiä.

Matkailualueiden ja -keskusten tulisi ottaa kestävä kehitys keskeiseksi arvokseen. Sijoittajat etsivät yhä useammin kohteita, jotka täyttävät vastuullisuuden ja ympäristönsuojelun kriteerit, sillä matkailijoiden kiinnostus ekologisia ja kestäviä kohteita kohtaan kasvaa jatkuvasti. Paikallisen luonnon ja kulttuuriperinnön suojelu ja korostaminen ovat tärkeitä tekijöitä, jotka voivat tehdä alueesta houkuttelevan sijoituskohteen. Mielenkiintoinen kohde tuottaa lisäarvoa matkailijoille. Nämä arvot ovat myös vakaan ja turvallisen toimintaympäristön perustaa. Vastuullisuuteen panostaminen tuo lopulta paremman tuoton ja turvaa kiinteistöomaisuuden arvoa.

Toisena investointiympäristön kehittämisen tekijänä innostava, luova ja asiakaslähtöinen palvelukulttuuri houkuttelee sijoittajia ja operaattoreita alueelle. Asiakaskokemuksen laatu lähtee huolellisesti rakennetusta palvelukulttuurista ja johdonmukaisesti toteutetuista toimintatavoista.

Asiakkaan tarpeet ja tunteet etusijalle nostava asiakaskeskeinen palvelukulttuuri, selkeästi määritellyt asiakaspalvelun laatustandardit sekä asiakaskokemuksen yksityiskohtainen suunnittelu luovat samalla myös houkuttelevan investointiympäristön. Innostuneeseen, luovaan ja aikaansaavaan toimintaympäristöön on helpompi lähteä mukaan.

Kolmantena tekijänä on kohteen tarjoama ainutlaatuinen ympäristö ja kulttuuri. Ei toisteta sitä, mitä muualla on, vaan luodaan ainutlaatuista ja kiinnostavaa palveluympäristöä. Elämyksellisen ympäristön täytyy viihdyttää, opettaa ja liikuttaa. Aitojen, monipuolisten ja ainutlaatuisten matkailutuotteiden kehittäminen on keskeistä alueen houkuttelevuudelle.

Investoijat arvostavat kohteita, jotka tarjoavat ainutlaatuisia elämyksiä ja lisäarvoa asiakkaille. Esimerkiksi luontoon liittyvät aktiviteetit, kuten revontulien katselu, vaellus, hiihtäminen ja saunakulttuurin kokeminen ovat Suomen matkailukohteille merkittävä kilpailuetu kansainvälisillä markkinoilla. Yhteistyö paikallisten yritysten ja yhteisöjen kanssa voi vahvistaa alueen brändiä ja tarjota lisäarvoa matkailijoille. Tärkeää on myös kehittää ympärivuotisia palveluita, jotta matkailu ja investointien tuotto eivät olisi riippuvaisia pelkästään sesongeista.

Neljäntenä tekijänä nähdään hyvä ja toimiva infrastruktuuri, joka näkyy esimerkiksi tehokkuudessa ja toimintavarmuudessa. Investoijat arvostavat hyvää infrastruktuuria ja helppoa saavutettavuutta. Matkailualueiden tulee panostaa toimiviin liikenneyhteyksiin, majoituskapasiteetin monipuolistamiseen ja laadukkaisiin palveluihin. Toimiva infrastruktuuri antaa myös hyvän ja luotettavan pohjan toteutusvaiheen tehokkuuteen. Perusinfrastruktuurin osalta turvallisuus ja vakaa toimivuus ovat meillä peruslähtökohtia, joita emme osaa kuitenkaan riittävästi korostaa.

Ensimmäisiä toimenpiteitä

Ennen ulkomaalaisten tai kotimaisten sijoittajien houkuttelua, matkailukohteen tulee analysoida omia vahvuuksiaan ja heikkouksiaan investointikohteena. Ensimmäiseksi on tärkeää jäsentää kunnolla kohteen vetovoimaisuus ja siihen vaikuttavat tekijät. Tämä tarkoittaa esimerkiksi kohteen kilpailuetujen ja ainutlaatuisten piirteiden kartoittamista. Vahvan brändin luominen on tärkeää, sillä se auttaa sijoittajia ymmärtämään, mitä lisäarvoa juuri kyseinen kohde voi tarjota.

Tärkeää on myös positioida kohteen asema markkinoilla, sekä asettaa tälle tavoite tulevaisuuteen. Millaisena kohteena halutaan kasvaa ja millainen on tuleva tavoiteltu asiakaskunta? Tavoitellaanko luksuskohteen asemaa, vai onko tähtäimessä lifestyle/boutique-tasoinen kohde? Tai

keskitasoinen tai edullinen kohde? Ovatko kohteena pääasiassa kotimaiset vai kansainväliset asiakkaat? Näiden valintojen pitäisi ohjata niin kaavoituksessa kuin vaikkapa palvelurakenteen kehittämisessä.

Samalla on syytä tarkastella asiakasvirtoja ja kohteen saavutettavuutta. Voidaanko alueella tehdä joitakin toimenpiteitä saavutettavuuden parantamiseksi? Kansainvälisiä investoijia haettaessa, myös kohteen pääasiakasryhmät ovat usein kansainvälisiä. Kohteissa, joissa ei ole vielä turvattua asiakasvirtaa, potentiaaliset asiakasvirrat on avattava kunnolla. Samalla on arvioitava, onko kohteella mahdollisuus kasvaa esimerkiksi erilaisten matkailutrendien myötä.

Investoijia kiinnostavat erityisesti kohteet, jotka voivat tarjota vakaata tuottoa ja joissa on valmiiksi kartoitettu ja minimoitu mahdolliset riskit. Taloudellisen kannattavuuden osoittaminen on ratkaisevaa sijoittajien vakuuttamiseksi. Tämä voi tarkoittaa esimerkiksi huolellisesti laadittuja liiketoimintasuunnitelmia ja realistisia ennusteita investointien tuotosta.

Markkinointia ja selkeitä prosesseja

Kansainvälisten investointien houkuttelemiseksi matkailukohteella tulisi olla tehokas markkinointistrategia. Markkinoinnilla olisi syytä tavoittaa sekä ulkomaisia kuluttajia että sijoittajia. Messut ja konferenssit sekä erilaiset myynninedistämismatkat ja -tapahtumat ovat hyviä keinoja tuoda esille kohteen mahdollisuuksia ja vahvuuksia. Lisäksi on järkevä rakentaa verkostoja muiden maiden matkailualan yritysten ja sijoittajien kanssa, jotta kiinnostus herää pitkäjänteisesti.

Hotelliteollisuudessa pitkäaikainen globaali trendi on ollut, että operointi ja omistus eriytyvät. Kiinteistöjen omistus on pitkäaikaista sijoitustoimintaa, ja operointi puolestaan liiketoimintaa. Näin ollen niiden tuottovaatimusten ja riskien näkökulmat ovat erilaiset, samoin rahoituksen. Käytännössä osassa kohteista on käytössä ns. omistaja-operaattori-malli, jolloin toimija on sama. Osassa solmitaan pitkäaikainen vuokrasopimus omistajan ja operaattorin välille. Omistaja voi myös palkata management sopimuksella operaattorin.

Investointien näkökulmasta myös valmiiksi rakennetut operaattorimallit tarjoavat helpomman pohjan keskusteluille. Olisi hyvä osoittaa, että myös operaattorit ovat kiinnostuneita toimimaan alueella.

Matkailukohteiden kannattaa varmistaa, että ulkomaisille sijoittajille suunnatut investointiprosessit ovat mahdollisimman selkeitä ja sujuvia. Tämä tarkoittaa esimerkiksi selkeää tietoa lu-

paprosesseista, verotuksesta ja sijoituksiin liittyvistä ehdoista, jotta investoijilla on mahdollisimman vähäisiä hallinnollisia esteitä. Selkeä ja sujuva hallinto antavat kuvan nopeista lupaprosesseista ja tämä houkuttelee sijoittajia, sillä se mahdollistaa nopeamman toiminnan aloittamisen ja vähentää hallinnollisia esteitä. Samalla olisi oltava valmius esitellä erilaiset tukitoimienmallit. Kunnalliset ja valtiolliset tukitoimet, kuten aluetukirahoitus ja verohuojennukset, voivat helpottaa alkuinvestointien tekemistä.

Kohteen tulisi olla niin investoijan kuin asiakkaan silmissä kiinnostava, uskottava ja ostettava. Taitavalla maankäytön suunnittelulla voidaan jo varhaisessa vaiheessa rakentaa pohja toimivalle ympäristölle. Matkailukeskuksen kaavoituksessa eri toiminnoille varattavat alueet tulee nähdä yhtenä toiminnallisena kokonaisuutena, jossa kaupalliset palvelut, majoitus, ravinolat ja ohjelmapalvelut, alueen sisäinen liikkuminen sekä esimerkiksi erilaisten aktiviteettien tarvitsemat reitistöt rakentuvat vastuullisesti eheäksi ja käytännölliseksi palveluympäristöksi. Matkailun asiakasymmärrystä tarvitaan siten jo kaavoituksen yhteydessä, jotta ympäristö saadaan toimiva ja viihtyisä. Usein kaavoitusta ennen on järkevä hahmottaa kokonaisuutta laajemman masterplan-suunnitelman kautta.

Maan jalostaminen

Maan jalostaminen kiinteistösijoittamisen näkökulmasta tarkoittaa prosessia, jossa raakamaa tai kehityskelpoinen maa-alue muutetaan käytännölliseksi ja arvokkaammaksi sijoituskohteeksi. Matkailuliiketoimintaympäristössä tämä tarkoittaa erityisesti matkailualueiden infrastruktuurin, rakennusten ja palvelujen kehittämistä ja optimointia siten, että ne houkuttelevat sekä matkailijoita että sijoittajia ja operaattoreita.

Prosessiin voidaan usein sisällyttää muun muassa:

1. Kaavoitus ja maankäytön suunnittelu: Alueelle laaditaan suunnitelma (masterplan), jossa eri toiminnot (majoitus, ravintolat, aktiviteetit, kaupalliset palvelut) sijoitetaan tehokkaasti ja käyttäjäystävällisesti. Kaavoituksella varmistetaan, että alueesta tulee houkutteleva ja helposti saavutettava kokonaisuus matkailijoille.

2. Infrastruktuurin rakentaminen: Perusinfrastruktuurin, kuten teiden, liikenneyhteyksien, vesihuollon, sähkön ja viemäröinnin, rakentaminen on oleellista alueen toimivuuden kannalta. Toimiva infrastruktuuri on usein ratkaiseva tekijä, joka lisää alueen arvoa ja kiinnostavuutta sijoittajien silmissä.

3. Rakentaminen ja palvelukokonaisuudet: Maan jalostamiseen kuuluu myös matkailupalveluiden, kuten hotellien, lomakeskusten, ravintoloiden ja muiden matkailua tukevien palvelujen rakentaminen. Myös aktiviteettialueet, kuten hiihtokeskukset, luontopolut ja tapahtuma-areenat, voivat olla osa jalostamista.

4. Brändäys ja vetovoimaisuuden lisääminen: Alueelle luodaan oma identiteetti ja vetovoimaisuus, esimerkiksi paikallisen kulttuurin, ainutlaatuisten luontoelämysten tai teemojen kautta. Brändi tukee alueen markkinointia ja erottuvuutta kilpailijoista.

Maan jalostamisen tavoitteena matkailuliiketoiminnassa on siis lisätä maan arvoa ja tehdä alueesta houkutteleva sekä kannattava kohde matkailijoille ja sijoittajille. Karkeasti ottaen voidaan sanoa, että mitä pidemmälle viety kohde, sitä kiinnostavampi se on sijoittajan näkökulmasta. Tuolloin ei tarvitse ratkaista niin montaa haastetta, ja samalla riskit sijoituksen suhteen pienenevät.

Usein olemassa olevissa matkailukeskuksissa avataan kaavoituksen kautta uusia kohteita. Mikäli alue kaavoitetaan ja sinne rakennetaan valmiiksi perusinfrastruktuuri, rakentaminen voi alkaa hyvinkin nopeasti. Jos näitä ei ole vielä tehty, voi kaavoitusprosessi ja infran rakentaminen viedä investoijan näkökulmasta liiaksi aikaa. Maan omistajan näkökulmasta investointi kaavoitukseen ja perusinfrastruktuuriin sitoo pääomaa ja samalla hän ottaa riskin. Mutta nämä vaiheet yleensä takaavat maalle paremman tuoton. Ympärillä oleva matkailukeskus on jo luonut rakentuneen palvelukokonaisuuden ja brändin, ja nämä pienentävät tuota riskiä. Toisaalta matkailukeskuksessa myös uudelle kaavoitettavalle alueelle voidaan luoda oma brändi ja sinne voidaan jo luoda osa palvelurakenteesta, esimerkiksi ulkoilureitit ja vastaavat.

Perusinfrastruktuurin ja kaavoituksen investoinnit nostavat alueen arvoa sekä kiinteistöjen että maa-alueiden osalta. Tämä tarkoittaa, että ajan myötä alueen maaomaisuuden arvo kasvaa, mikä hyödyttää sekä julkisia että yksityisiä omistajia. Alueen kaavoitus ja perusinfrastruktuurin rakentaminen helpottavat matkailukeskuksen tulevaa kehitystä ja kasvua. Varhainen panostus maan jalostukseen luo joustavan ja skaalautuvan pohjan, joka mahdollistaa matkailukohteen laajentamisen ja palveluiden lisäämisen kysynnän kasvaessa. Tällä tavalla kaavoitus tukee pitkäjänteistä kehitystä ja alueen muutoskykyä tulevaisuuden tarpeisiin. Näiden hyötyjen myötä maan jalostaminen matkailukeskuksissa on monilla mittareilla kannattavaa ja tukee kestävää alueellista kehitystä, matkailun kasvua sekä pitkäjänteistä arvonlisäystä.

Kuva 1. Vuokatin Itärinteiden alueella on maanomistajien toimesta investoitu perusinfraan, jotta alue olisi houkuttelevampi investointikohteena. Kuva Hydda, Vauhtia Itärinteiden investointeihin –hanke.

Yhteenveto

Matkailukeskuksen houkuttelevuus investointikohteena koostuu sen infrastruktuurin toimivuudesta, monipuolisesta palvelutarjonnasta, vakaudesta, kestävistä arvoista, selkeistä investointiprosesseista ja vahvasta brändistä. Alueet, jotka pystyvät vastaamaan näihin kriteereihin, ovat erinomaisia investointikohteita niin kotimaisille kuin kansainvälisille sijoittajille, ja näin ollen myös matkailukeskuksen kehitysnäkymät ovat pitkällä tähtäimellä vahvempia ja kestävämpiä.

Suomen matkailualan kehittäminen houkuttelevaksi kansainväliseksi investointikohteeksi edellyttää vahvuuksien hyödyntämistä ja kehitystarpeisiin vastaamista. Suomi tarjoaa ainutlaatuisen yhdistelmän pohjoista luontoa, kulttuuria ja vakautta, joka herättää kiinnostusta matkailijoiden ja sijoittajien keskuudessa. Kilpailussa kansainvälisistä investoinneista korostuvat erityisesti ympärivuotinen matkailutarjonta, vastuullisuus ja toimiva infrastruktuuri, joilla alueet voivat erottua edukseen.

Alueiden houkuttelevuus sijoituskohteina vaatii infrastruktuurin, maankäytön ja palveluiden huolellista suunnittelua, joka tukee sekä matkailijoiden tarpeita että sijoittajien odotuksia. Maan jalostaminen matkailukeskuksissa – kuten alueiden kaavoitus, perusinfrastruktuurin rakentaminen sekä palvelujen sijoittelu – nostaa alueiden arvoa ja helpottaa uusien toimintojen ja palveluiden lisäämistä tulevaisuudessa. Samalla voidaan parantaa matkailukeskusten saavutettavuutta ja kilpailukykyä.

Kehittynyt infrastruktuuri, hyvä saavutettavuus ja ympärivuotinen matkailutarjonta luovat pohjan matkailukeskusten kestävälle kasvulle ja mahdollistavat kansainvälisten sijoittajien houkuttelemisen. Näin matkailukeskukset voivat kasvattaa kysyntää ja tarjota vastuullisia ja autenttisia matkailukokemuksia, jotka tukevat pitkäjänteistä alueellista kehitystä ja kannattavuutta.

Pasi Korhonen

Kirjoittaja on matkailun yliopettaja ja projektipäällikkö *Vauhtia Itärinteiden investointeihin* -hankkeessa. Hanke on Euroopan aluekehitysrahoituksen (EAKR/Kainuun Liitto) osarahoittama ja rahoituksessa mukana ovat lisäksi Sotkamon kunta, alueen yritykset ja KAMK.

Euroopan unionin
osarahoittama

17 Pienen kunnan kiikarissa kansainväliset matkailijat

Pieni, luonnon ja hiljaisuuden ympäröimä kunta voi tarjota autenttisia elämyksiä niin kotimaisille kuin kansainvälisille matkailijoille. Monesti näitä kokemuksia voi olla jopa helpompi lähteä tuotteistamaan ensin kansainvälisille asiakkaille. Kun palaset saadaan loksahtamaan kohdalleen, pienestäkin kunnasta voi ponnahtaa kansainvälisesti kiinnostava yritys tai yrityksiä. Alussa kuitenkin tarvitaan tiivistä yhteistyötä ja tukea kunnan suunnalta, ja tämä vaatii kunnassa selkeää tahtotilaa ja matkailuliiketoiminnan ymmärrystä.

Kansainvälinen matkailu voidaan ottaa mukaan jo varhaisessa vaiheessa strategiaan ja toiminnan suunnitteluun, sillä se voi olla merkittävä kasvun ja menestyksen moottori. Kehittämisen askeleet vaativat huolellista suunnittelua ja kokonaisvaltaista yhteistyötä, jotta alueen matkailupotentiaali saadaan esille ja hyödynnettyä. Tässä artikkelissa aihetta käsitellään muutamasta keskeisestä perspektiivistä erityisesti pienen pohjoissuomalaisen kunnan näkökulmasta. Tavoite on siis nostaa esille muutamia askelia, joiden kautta niin kotimaista kuin kansainvälistäkin matkailua voi lähteä viemään eteenpäin.

Nosta tietoisuutta alueen mahdollisuuksista ja mielenkiintoisista kohteista.

Kehittämistoimissa on syytä lähteä liikkeelle huolellisesta nykytilan analyysistä. Samalla kartoitetaan alueen tarjoamaa potentiaalia, eli etsitään vahvuuksia ja mahdollisuuksia. Kartoittamalla matkailijoita mahdollisesti kiinnostavia kohteita ja tekemistä alueelta päästään alkuun. Samalla tarkastellaan olemassa olevat yritykset, niiden tila ja tulevaisuuden suunnitelmat. Olemassa olevat reitit ja reitistöt maastossa ja vesillä voivat luoda kiinnostavan kokonaisuuden. Entä millaisia luonnon ja kulttuurin nähtävyyksiä alueella on? Samalla on syytä selvitettävä niiden saavutettavuus ja mahdolliset kehittämistarpeet.

Näitä mielenkiintoisia reitistöjä, kohteita ja mahdollisuuksia täytyy nostaa paremmin esille. Moni kohde voi olla kiinnostava päiväkäyntikohde, mutta heikosti tunnettu. Sillä voi myös olla potentiaalia enempään. Niin kohteet kuin reitit täytyy saada digitaalisesti löydettäviksi. Esimerkiksi reitit voidaan viedä eri karttapalveluihin, joka auttaa löydettävyydessä. Ja kaikesta tulisi tehdä mielenkiintoa herättävät kuvaukset kunnan matkailusivuille. Ja jollei ole kunnollisia matkailusivuja, niin sellaiset on luotava. Myös muita markkinoinnillisia keinoja kannattaa käyttää potentiaalin esiin

nostamisessa. Niin matkailijoiden kuin yritystoiminnasta kiinnostuneiden tietoisuutta alueen tarjoamista mahdollisuuksista on siis lisättävä. Tavoitteena on edistää kiinnostavuutta ja näkyvyyttä matkailukohteena, sekä nostaa kunta ainakin alueellisesti matkailukartalle.

Alussa on myös järkevä laatia matkailun kehittämisen strategia, jossa määritellään tulevaisuuden tahtotila, visio ja tavoitteet sekä tarvittavat toimenpiteet. Erityisesti pienten kuntien kohdalla, matkailustrategia kulkee tiiviisti kuntastrategian kanssa rinnakkain. Molempien tavoitteena lopulta on vahvistaa paikallista identiteettiä ja kuntakuvaa sekä kehittää kunnan elinvoimaisuutta. Matkailustrategiahan tukee kuntastrategisia tavoitteita vahvistamalla kunnan elinvoimaa, taloudellista kestävyyttä ja houkuttelevuutta. Se pohjimmiltaan auttaa luomaan uusia työpaikkoja, lisäämään paikallisten yritysten liiketoimintamahdollisuuksia ja edistämään näin kuntalaisten hyvinvointia.

Panosta matkailun perusinfrastruktuuriin

Vaikka kunnan tehtävänä ei ole tehdä matkailuliiketoimintaa, vaan tukea sitä, voi alussa kuitenkin tarve, että kunta on mukana panostamassa matkailun perusinfrastruktuuriin. Tämän toivotaan houkuttelevan sekä matkailijoita että matkailutoimijoita, yrityksiä. Matkailun ydintoimintoihin sisältyy majoitus- ja ravitsemistoiminta, ohjelmapalvelut sekä liikenne- ja kuljetuspalvelut. Toki perusinfrastruktuuriin liittyvät niin liikenne- ja viestintäyhteydet kuin muutkin perusrakenteet. Kunta voi olla tukemassa näiden kehittämistä ja ylläpitoa omalta osaltaan. Sekä tehdä aktiivista kaavoituspolitiikkaa, jotta alueella voidaan realistisesti toteuttaa erilaisia elinkeinoja.

Jotta alueen kehittäminen olisi kokonaisvaltaisesti toimiva, usein tarvitaan master plan tasoinen suunnitelma. Tämä strateginen työkalu auttaa kuntaa suunnittelemaan pitkän aikavälin tavoitteita ja investointitarpeita. Kehittämissuunnitelma sisältää maankäytön suuntaviivoja, joissa kartoitetaan nykyistä ja tulevaa rakentamista, liikenne- ja reittiyhteyksiä sekä alueiden toiminnallisia vyöhykkeitä. Kehittämissuunnitelma voi myös tuoda uusia näkökulmia ja ratkaisuja kehittämiseen. Alkuvaiheessa majoituspalvelut voivat olla esimerkiksi mökkejä tai lomahuoneistoja, mutta perusmajoituksesta poikkeavat ratkaisut, kuten iglut, linnunpöntöt tai puumajoitukset, voivat toimia myös hyvinä vetovoimatekijöinä. Näitä mahdollisuuksia saattaa nousta esille master planissa ja jo kaavoitusvaiheessa on hyvä huomioida tällaiset mahdollisuudet matkailuelinkeinon tarvitsemien perusinfrastruktuurin ja -toimintojen tarpeiden ohella.

Tukemassa tuotekehitystä

Kun aivan pohjimmaiset perusrakenteet ovat kunnossa, seuraava askel on palveluiden ja tuotteiden kehitys. Pohjoissuomalaisen kohteen kannalta on tärkeää löytää oman alueen ainutlaatuiset vetovoimatekijät, joiden varaan matkailutarjonta rakennetaan. Kansainvälistä ryhmämatkailutoimintaa aloittaessa tärkeintä on luoda houkuttelevia ja erottuvia matkailutuotteita, löytää oikeat kohderyhmät sekä rakentaa strategiset yhteistyösuhteet. Kansainvälisessä ryhmämatkailussa yritys voi tarjota elämyksellisiä, paikallisuutta korostavia ja ainutlaatuisia tuotteita, jotka kiinnostavat matkailijoita ja täyttävät ryhmämatkailuun liittyviä erityistarpeita.

Kunta voi hyvinkin olla yritysten tukena kohderyhmän määrittämisessä ja markkinatutkimuksissa. Toki jokainen yritys itse määrittelee tarkemmin kohderyhmänsä, mutta kunta voi olla mukana tässä työssä esimerkiksi organisoimalla hankkeita tukemaan tätä. Samalla hankkeisiin voidaan jo kirjoittaa sisään joitakin markkinointitoimenpiteitä.

Kuva 1. Saukkovaara on yksi Ristijärven matkailun kehittämisen ja kasvun potentiaalisista kohteista. Kuva Hydda, Ristijärven matkailun tulevaisuuden tiekartta –hanke.

Verkostojen rakentamisen apuna

Matkailu perustuu hyvin pitkälle erilaisiin verkostoihin. Matkailuklusteri käsittää koko matkailun ekosysteemin. Matkailualan eri toimijat ja palvelut sekä niitä tukevat palvelut muodostavat toisiaan täydentävän ja kilpailukykyisen kokonaisuuden. Kokonaisuudessa on mukana ydintoimintojen lisäksi esimerkiksi logistiikka ja puhtaanapito. Matkailuklusterin periaatteiden ymmärtäminen auttaa hahmottamaan matkailun monimuotoisuutta ja sen vaikutuksia alueiden taloudelle, työllisyydelle ja ympäristölle, sekä kehittämään matkailustrategioita, jotka hyödyttävät kaikkia osapuolia. Jo matkailun tuotekehityksen näkökulmasta tarvitaan erilaisia toimijoita ja verkostoja, jotta tuotteen rakentaminen ylipäätänsä on mahdollista.

Kunnan kannalta yhteistyötä ja verkostoja on lähdettävä rakentamaan niin alueen sisällä kuin ulkopuolella. Yksi keskeinen toimenpide on matkailusta vastaavan toimihenkilön ja tehtävien määrittäminen. Hänen yhtenä keskeisenä tehtävänänsä on toimia mukana laajemmissa, esim. maakunnallisissa, matkailun verkostoissa, mutta samalla toimia alueen yritysten tukena ja yhteistyötä rakentavana henkilönä.

Samalla kun perusteita ja tuotteistusta viedään eteenpäin voi myös aloittaa jo yhteistyön rakentamisen matkanjärjestäjien ja agenttien suuntaan. Pienen matkailuyrityksen ja kuntien resurssit voivat olla rajalliset, joten kumppanuudet kansainvälisten matkanjärjestäjien tai matkatoimistojen kanssa ovat keskeisiä. Nämä toimijat tuntevat kohdemarkkinansa ja voivat auttaa saavuttamaan laajemman asiakaskunnan. Mutta näiden yhteistyökumppanien löytäminen ei aina ole helppoa. Matkailumessut ja matkailualan verkostoitumistapahtumat tarjoavat hyvät mahdollisuudet kohdata matkanjärjestäjiä. Yrityksen kannattaa osallistua esimerkiksi matkailumessuille tai muihin kansainvälisiin tapahtumiin yhdessä naapurialueiden ja Visit Finlandin kanssa.

Rakentamassa yrittäjämyönteistä toimintakulttuuria

Yrittäjämyönteinen kunta tarjoaa yrityksille suotuisat toimintaedellytykset ja aktiivisesti tukee niiden kasvua, kannattavuutta ja kilpailukykyä. Tällaisessa kunnassa yritystoimintaa arvostetaan ja pyritään rakentamaan toimintaympäristö, joka houkuttelee uusia yrittäjiä ja tukee jo olemassa olevien yritysten toimintaa.

Yrittäjämyönteisen kunnan keskeisiä piirteitä ovat esimerkiksi selkeät ja joustavat lupaprosessit, yritystoiminnan tukeminen ja neuvonta, hyvä yhteys yritysten ja kunnan välillä sekä infrastruktuuriin ja palveluihin panostaminen. Kunnalla voi myös olla joitakin verokannustimia tai se voi tarjota edulliset toimitilat yrityksille.

Kunta voi toimia myös investoijan roolissa, jolloin yritys tai yritykset pääsevät keskittymään operaattorin rooliin. Toki monesti korostetaan, ettei kunnan rooli ole omistaa, vaan tukea yritystoimintaa. Mutta jotta matkailun kehittäminen saadaan kunnolla vauhtiin, usein se kuitenkin edellyttää kunnan omistaman matkailuinfrastruktuurin kehittämistä tai jopa investointia uuteen.

Strategisena tavoitteena kannattaa kuitenkin pitää veturiyrityksen tai -yritysten löytämistä. Kärkiyritys luo alueelle vankemman pohjan ja toimii matkailun veturina, joka toivottavasti vetää muitakin mukaan.

Yrittäjämyönteinen kunta on siis joustava, tukeva ja aktiivinen kumppani, joka pyrkii parantamaan yritysten toimintaympäristöä ja tekemään kunnasta houkuttelevan sijoituspaikan. Tällainen kunta tukee yrityksiä monin tavoin ja ymmärtää, että yrittäjyyden menestys on myös kunnan elinvoimaisuuden ja hyvinvoinnin perusta.

Myös kansainvälisten matkailijoiden houkuttelemiseksi on keskeistä, että kunta tukee yrittäjämyönteistä toimintakulttuuria ja tarjoaa yrityksille selkeät toimintaedellytykset. Kun matkailutoimijoiden periaatteet ovat kunnossa ja toiminta ekosysteemissä on saumatonta, kunta voi kehittyä houkuttelevaksi matkakohteeksi ja parantaa samalla alueen elinvoimaa ja hyvinvointia.

Pasi Korhonen

Kirjoittaja on matkailun yliopettaja ja projektipäällikkö *Ristijärven matkailun tulevaisuuden tiekartta* -hankkeessa. Hanke on Euroopan maaseuturahaston (Kainuun ELY-keskus) osarahoittama. Mukana rahoituksessa ovat lisäksi Ristijärven kunta ja KAMK.

Euroopan unionin
osarahoittama

18 Saavutettavuuden kehittäminen matkailuviennin ajurina – case Arctic Lakeland Finland

Globalisaation myötä matkustaminen on helpottunut ja kansainvälinen liikkuvuus lisääntynyt merkittävästi. Lentoliikenne on yksi keskeisistä tekijöistä, jotka mahdollistavat yhteydet eri maiden välillä sekä luovat perustan liiketoiminnan, matkailun ja kulttuurivaihdon kehittymiselle. Matkailun näkökulmasta saavutettavuus tarkoittaa tietyn alueen fyysistä saavutettavuutta, eli matkailuun liittyvää infraa, alueen logistisia järjestelyitä sekä liikkumisen ympäristöjä, sisältäen esteettömän liikkumisen. (Partanen & Riekkinen, 2022, 23). Traficom määrittelee kansainvälisen saavutettavuuden olevan sitä, kuinka moniin ulkomaan kohteisiin henkilö pääsee tietyltä lentokentältä, tai toisinpäin, kuinka monelta ulkomaan lentokentältä henkilö pääsee Suomeen tai jollekin Suomen lentokentälle (Traficom, 2023, 4).

Lentoliikenteellä on tässä tärkeä rooli, ja sen kehittyminen tuo monenlaisia hyötyjä alueiden taloudelle ja elinvoimalle. Selvityksen mukaan pelkästään Kajaanin lentoasemasta riippuvaisia työpaikkoja on 1250 kappaletta. Oulun, Kuusamon ja Kajaanin lentoasemien vaikutusalueelle syntyvästä liikevaihdosta noin 51 % on riippuvaista lentoliikenteestä ja siitä syntyy yhteensä noin 11 000 työpaikkaa. Lentoliikenne on avaintekijä minkä tahansa alueen yritysten ja elinkeinoelämän kilpailukyvyn ja osaavan työvoiman turvaamisessa, sillä yritysten investointihalukkuus ja alueen vetovoima ulkopuolelta tuleville investoinneille riippuvat ratkaisevasti kansainvälisestä saavutettavuudesta eli lentoliikenteestä. Merkittävin vaikutus lentoliikenteellä on vientiyrityksille ja kansainvälisille matkailijoille. Saman selvityksen mukaan 1 000 lentomatkustajan määrän kasvu synnyttää neljä uutta työpaikkaa, syrjäisillä ja matkailuvaltaisilla alueilla vaikutus voi olla jopa suurempi. (Ojala, 2023). Monipuolinen ja kattava lentoasemaverkosto on myös huoltovarmuuden kannalta välttämätön.

Suorien lentojen vaikutus matkailualueen houkuttelevuuteen on asiakkaiden näkökulmasta suuri, sillä ne vähentävät matkustusaikaa alueelle. Suorien lentojen matkustajakohtainen hiilijalanjälki on myös pienempi kuin välilaskullisten lentojen (Luiro 2022, 43). Lisäksi lyhyempi matkustusaika pidentää viipymää alueella ja palvelee myös näin alueen elinvoimaisuuden lisääntymistä. Matkailun ja matkailupalveluiden kasvu heijastuu myös paikallisten asukkaiden arkeen laajempien kulttuuripalveluiden ja erilaisten tapahtumien kautta. Lisäksi kansainvälisten matkailijoiden tarvitsemat palvelut, kuten esimerkiksi ravintola-, hyvinvointi ja ohjelmapalvelut palvelevat myös paikallisia ja lisäävät siten osaltaan alueen vetovoimaisuutta. (Kauppila, 2016, 9)

Kainuun, eli Arctic Lakeland Finland -alueen näkökulmasta toimivat lentoyhteydet ovat merkittävässä roolissa erityisesti matkailuviennin näkökulmasta. Arctic Lakeland Finland alueen erityispiirteenä on pitkä etäisyys Keski-Euroopasta, jolloin matkustusajat maaliikenneyhteyksien kautta ovat moninkertaiset. Traficom on jopa määritellyt, että ”Suomi (ja Kainuu) on kuin saari” kansainvälisten matkailijoiden näkökulmasta ja ettei lentoliikenteen korvaaminen tehokkaasti muilla liikennemuodoilla ole mahdollista. (Aalto et al., 2012, 20).

Suoria kansainvälisiä lentoyhteyksiä on viime vuosina pyritty avaamaan Kajaaniin kehittämishankkeen avulla ja työ tulee jatkumaan hankemuotoisena vuoteen 2026 saakka. Lentoliikenteen kehittäminen (ja myöhemmässä vaiheessa niiden ylläpitäminen) vaatii tehokasta yhteistyötä niin julkisen kuin yksityisenkin sektorin toimijoilta. (Pohjois-Suomen kehittyvä lentoliikenne 2020 –hanke) Eri maiden ja alueiden välisten suorien lentoyhteyksien avaaminen edellyttää laajoja kehittämistoimia ja pitkäjänteistä sitoutumista, jotta yhteydet saadaan toimiviksi ja kannattaviksi. Etenkin uuden lentoreitin avaamisen yhteydessä on tärkeää pystyä kasvattamaan alueen tunnettuutta kohdemaissa helposti saavutettavana ja kiinnostavana matkakohteena. (Suorat kansainväliset lentoyhteydet Kajaaniin –hanke).

Yhteistyö lentojen avaamiseksi vaatii avointa keskustelua ja viestintää alueella sekä tavoitteellista ja strategianmukaista keskustelua ja neuvottelua eri lentoyhtiöiden ja matkanjärjestäjien kanssa. On tärkeää pystyä tarjoamaan alueelta laadukas ja vetovoimainen valikoima matkailutuotteita, jotka palvelevat varsinaista lentotuotetta kaikkia osapuolia tyydyttävästi. Arctic Lakeland Finland alueella on kehitetty yhteistyömallia lentoliikenteen kehittämiseksi, jotta pystytään toimimaan tehokkaasti ja johdonmukaisesti. On olennaista, että yhteistyöhön sitoutetaan alueellisten matkailutoimijoiden, -yritysten ja kuntien lisäksi myös lentoasemaverkoston ylläpitäjä Finavia sekä Suomen matkailun edistäjä Visit Finland. (Visit Finland, n.d.) Lisäksi, riippuen lentoyhteyden muodosta, on tärkeää sitouttaa mukaan myös matkanjärjestäjiä kohdemarkkinoilta, jotta lentojen täyttöaste Kajaaniin saapuessa, eli inbound- liikenteessä, saadaan korkeaksi. Jos tavoitellaan reittilentoja, on olennaista selvittää myös outbound -liikenteen potentiaali, eli Kajaanista poispäin suuntautuvan liikenteen määrä. Tämä liikenne palvelee erityisesti myös liikematkustajia.

Lentoliikenteen merkitys on siis kansainväliselle saavutettavuudelle kiistaton, sillä sen avulla mahdollistetaan matkailua vahvasti tukeva sujuva yhteys eri maiden välillä sekä liiketoiminnan ja kansainvälisten investointien kasvu. Hyvät lentoyhteydet ovat tärkeä kilpailuetu matkailukohteille, ja niiden kehittäminen vahvistaa paikallistaloutta, luo uusia työpaikkoja ja edistää alueen elinvoimaisuutta. (Lentoliikenteen tulevaisuus Pohjois-Suomessa –hanke 2023, 16) Lentoliikenteen kehittämisessä on tärkeää panostaa yhteistyöhön ja kestävään kehitykseen, jotta saavutettavuus

säilyy vahvana myös tulevaisuudessa ja tukee kestävää matkailua ja liiketoimintaa globaalissa ympäristössä.

Saara Uusiheimala

Kirjoittaja on *Suorat kansainväliset lentoyhteydet Kajaaniin* –hankkeen projektipäällikkö. Hanke on Kainuun Liiton (AKKE-rahoitus), Kajaanin kaupungin sekä Sotkamon kunnan osarahoittama. Hankkeen hakijana ja toteuttajana toimii Kajaanin Ammattikorkeakoulu Oy.

Lähteet

Aalto, E., Pöllänen, M., Mäntynen, J., Mäkelä, T. & Rauhamäki, H. (2012). Suomen lentoliikenne vuoteen 2025 – neljä skenaariota. Trafin julkaisuja 12/2012. Helsinki.

Kauppila, P. (2016). Matkailun aluetaloudelliset vaikutukset: Hyrynsalmi ja Puolanka. Kajaanin ammattikorkeakoulun julkaisusarja B: Raportteja ja selvityksiä 63. Kajaani. https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-9853-99-1

Lentoliikenteen tulevaisuus Pohjois-Suomessa -hanke. (2023). Lentoliikenteen taloudelliset vaikutukset Kajaanin, Kuusamon ja Oulun lentoasemien vaikutusalueella. Oulu.

Luiro, S. (2022). Metsien hiilinielut lentomatkailun aiheuttaminen päästöjen kompensaatiossa - Case Lappi. YAMK-opinnäytetyö, Lapin ammattikorkeakoulu. https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2022120426166

Ojala, K. (2023). Lentoliikenteen merkitys Oulun, Kajaanin ja Kuusamon lentoasemien vaikutusalueella sijaitseville yrityksille. Saatavilla 6.11.2024. https://www.pohjois-pohjanmaa.fi/wp-content/uploads/2023/09/Katja_Ojala.pdf

Partanen, M. & Riekkinen, S. (2022). Matkailun saavutettavuutta vastuullisesti: Näkökulmia fyysiseen, digitaaliseen ja inklusiiviseen saavutettavuuteen Keski-Suomessa 2021–2022. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. https://urn.fi/URN:ISBN:978-951-830-643-9

Pohjois-Suomen kehittyvä lentoliikenne 2020-hanke. (2020). Kajaanin lentoliikenteen kehittämisen toimintasuunnitelma. Kajaani.

Suorat kansainväliset lentoyhteydet Kajaaniin –hanke. (2024). Hankeraportti.

Tarvainen, A. (2023). Traficom. Suomen kansainvälisen saavutettavuuden tilannekuva Selvitys saavutettavuutta mittaavista indikaattoreista. Traficomin julkaisuja 17/2023. Helsinki.

Visit Finland. (N.d.) 7 askelta suoriin reittilentoihin. Helsinki.

19 Esteettömyys houkuttelee myös kansainvälisiä asiakkaita

Kainuussa tilastoitiin vuonna 2023 reilut 920 000 yöpymistä Tilastokeskuksen majoitustilastossa. Näistä kansainvälisten asiakkaiden yöpymisten osuus oli hieman vajaat viisi prosenttia. Kansainvälisissä yöpymisissä mitattuna Kainuu onkin jäänyt jälkeen verrokkimaakunnista, kuten Pohjois-Pohjanmaa, jossa kansainvälisten asiakkaiden yöpymiset edustivat reilua 14 prosenttia kaikista yöpymisistä. (Tilastokeskus 2024a.)

Maailman terveysjärjestön WHO:n (2023) mukaan esteettömiä palveluja tarvitsee noin 16 prosenttia maailman väestöstä, kun mukaan lasketaan seniorimatkailijat sekä eri tavoin toimintarajoitteiset henkilöt. Luku nousee lähes 40 prosenttiin, kun mukaan luetaan ihmiset, joilla on väliaikainen esteettömien palvelujen tarve. Heihin kuuluvat muun muassa tapaturmasta toipuvat henkilöt ja perheet, joilla on pieniä lapsia.

European Network for Accessible Tourism (ENAT) järjestön raportin mukaan joka viidennellä matkailijalla on erityisiä tarpeita matkansa aikana esteettömyyteen liittyen. Perustuen 2023 vuoden matkailulukuihin voidaan arvioida, että tämä tarkoittaa yli 250 matkailijaa. (Papamichail, K 2024.) Euroopan matkailukomission (GFK) vuonna 2014 laatiman raportin tietojen esteettömiä palveluita tarvitsevat Euroopan unionin alueella asuvat matkailijat suorittavat vuonna 2012 noin 170 miljoonaa yli yön kestävää matkaa, joka tarkoitti keskimäärin 6,7 yli yön kestävää matkaa per matkailija. Pelkästään Isosta-Britanniasta tehtiin hieman vajaa seitsemän miljoonaa yön yli matkaa vuoden 2012 aikana. Huomattakoon, että vuonna 2012 Iso-Britannia oli vielä osa Euroopan unionia. (CBI 2022.)

Lisäksi niin Euroopassa kuin Suomessa ikääntyneiden henkilöiden osuus väestöstä tulee kasvamaan tulevien vuosien aikana. Tämä tulee kasvattamaan esteettömien palvelujen tarvetta kaikilla yhteiskunnan alueilla. Suomessa 65 vuotta täyttäneiden ja tätä vanhempien henkilöiden osuus väestöstä tulisi kasvamaan nykyisestä 1,3 miljoonasta yli 1,5 miljoonaan vuoteen 2040 mennessä. 65 vuotta täyttäneiden ja tätä vanhempien osuuden väestöstä ennustetaan nousevan nykyisestä 23 %:sta 31 %:iin vuoteen 2070 mennessä. (Tilastokeskus 2024b.)

Edellä kuvattujen tietojen valossa matkailupalveluita tuotettaessa olisi hyvä huomioida myös esteettömiä palveluita tarvitsevat. Potentiaalia on niin kansainvälisten, erityisesti eurooppalaiset, kuin kotimaistenkin asiakkaiden osalta. Kajaanin ammattikorkeakoulun toteuttamassa Esteetön ja saavutettava vieraanvaraisuus -hankkeessa pureuduttiin ongelmiin esteettömän matkaketjun

toteutumisessa Kainuussa. Keskeisenä ongelmana on, että majoitus-, ravitsemis-, kuljetus- ja matkailupalveluiden esteettömiä palveluita on rajallisesti saatavilla eri Kainuun kohteissa ja niistä ei juurikaan ole ennakkotietoa saatavilla. Tiedon tai palvelujen esteettömyyden puute hankaloittaa näiden ryhmien matkustamista – tai jopa estää sen kokonaan (Halonen, K., Parviainen, J., Rissanen, P., Räsänen, P. & Röksä, I.2021).

Hankkeessa ensisijaisena tavoitteena oli lisätä matkailutoimijoiden tietoisuutta ja osaamista esteettömistä palveluista sekä edistää esteettömien ja yhdenvertaisten matkailupalvelujen toteutumista mukana olevien yritysten ja matkailualueiden kohteissa. Hankkeen toissijaisena tavoitteena oli edistää alueiden matkailupalveluiden fyysistä, sosiaalista ja viestinnällistä esteettömyyttä (saavutettavuus). Tavoitteeseen pääsy toteutettiin nykytilanteen kartoittamisen ja uusien mahdollisuuksien selvittämisen sekä matkailutoimijoiden tietoisuuden lisäämisen avulla.

Esteetön matkailu

Esteetön matkailu tarkoittaa matkailua, joka on saavutettavaa kaikille ja ottaa huomioon erilaisten asiakkaiden tarpeet, mukaan lukien erityistarpeet. Se mahdollistaa, että henkilöt, joilla on liikunta-, näkö-, kuulo- tai kognitiivisia haasteita, voivat matkustaa itsenäisesti ja tasavertaisesti. Tämä edellyttää yhdenvertaisesti suunniteltuja matkailutuotteita, -palveluja ja -ympäristöjä, jotka tukevat kaikkien käyttäjien osallistumista. (Michopoulou, E., Darcy, S., Ambrose, I. & Buhalis, D. 2015.) Esteetön matkaketju alkaa kohteeseen liittyvän tiedon etsimisestä, jatkuu matkan aikana tarjottavilla toiminnoilla ja palveluiden käytöllä, ja päättyy matkalta paluuseen. (Neumann, P. & Reuber, P. 2004.)

Esteettömyydessä ei ole kyse vain liikkumisen esteettömyydestä. Siinä otetaan huomioon myös esimerkiksi näkemiseen, kuulemiseen, ymmärtämiseen ja kommunikaatioon liittyvät asiat. Esteettömyys merkitsee turvallisuutta ja laatua. Se kertoo ajattelutavasta, oikeista asenteista ja erilaisuuden huomioon ottamisesta. Esteetön ympäristö ei erottele ihmisiä heidän toimintakykynsä perusteella. Esteettömyydessä on yksinkertaisesti kyse ihmisten moninaisuuden huomioonottamisesta erityisesti rakennetun ympäristön suunnittelussa ja toteuttamisessa. (Invalidiliitto n.d.) Hyvin suunniteltu esteetön ympäristö soveltuu kaikkiin elämäntilanteisiin eikä toimiminen silloin riipu ihmisen toimintakyvystä. Esteettömässä ympäristössä kaikilla on yhdenvertaiset mahdollisuudet asua, tehdä töitä, opiskella, harrastaa ja hoitaa asioitaan. (Kilpelä, N. 2019.)

Hankkeen tuloksia

Hankkeessa on selvitetty matkailualan yritysten ja toimijoiden tilojen esteettömyyttä ja palvelujen saavutettavuutta Kainuun alueella. Hankkeessa tehdyt havainnot perustuvat paikan päällä tehtyihin haastatteluihin ja mittauksiin sekä niiden perusteella tehtyihin esteettömyyden arviointeihin. Hankkeen aikana on tehty käynnit 28 eri matkailualan yrityksessä ja toimijassa, näistä yrityksiä oli 16 kappaletta.

Pääsääntöisesti matkailualan yrityksissä on pyritty ottamaan huomioon tilojen esteettömyys ja palvelujen saavutettavuus. Kuitenkin toteuttamistavoissa olisi paljon kehittämisen varaa ja tietämys esteettömyyden nykyvaatimuksista on vähäinen. Osa rakennuksista on peräisin 1980-luvulta ja vaatimukset esteettömyyden osalta ovat muuttuneet vuosien varrella.

Suurimmat erot nykyisiin esteettömyysvaatimuksiin ovat rakennusten luiskien kaltevuuksissa. Luiskan enimmäiskaltevuus on 5 tai 8 prosenttia tilanteen mukaan ja tämä toteutuu alle 10 prosentin osuudella tarkastelluissa kohteissa. Mittauksissa luiskien keskimääräinen kaltevuus oli 15 prosenttia, joka ylittää huomattavasti sallitut enimmäiskaltevuudet. Talviolosuhteitten takia rakennusten ulko-ovilla on usein korkeita kynnyksiä, jotka ylittävät sallitun enimmäiskorkeuden 20 mm. Ulko-ovien edessä oleville tasanteille on myös korkeita tasoeroja, joita olisi mahdollisuus luiskata pysyvästi tai väliaikaisesti.

Osa yrittäjistä on kokenut, että esteettömille palveluille ei ole riittävästi kysyntää. Tilanne on kuitenkin ristiriitainen, sillä esteettömyydestä ei ole tietoja yritysten nettisivuilla, jolloin ky-seisiä palveluja tarvitsevat henkilöt valitsevat toisen palveluntuottajan, jonka sivuilta tiedot löytyvät. Hankkeessa toteutetun otannan perusteella vain kuudella prosentilla mukana olleista matkailutoimijoista oli tuotu esille esteettömyys omilla verkkosivuillaan ja sivuilta löytyi tietoa tilojen esteettömyydestä. Luku on verrattain pieni ja kertoo osin siitä, että yhtäältä yritykset ovat vielä tietämättömiä esteettömän matkailun mahdollisuuksista ja toisaalta heillä ei ole osaamista tuottaa riittävän informatiivista esteettömyystietoa omista palveluistaan. Osin tiedon puute johtui myös virheellisen tiedon pelosta, jolloin yritykset eivät viestineet es-teettömyydestä sen vuoksi, etteivät asiakkaat saa väärä mielikuvaa tilojen esteettömyydestä ja johda pettyneisiin asiakkaisiin.

Hankkeessa pyrittiin edistämään yritysten osaamista erityisesti matkailutoimijoille suunnattujen lyhyiden tietoiskujen kautta, joissa esteettömän matkailun ammattilaiset jakoivat es-teettömyysosaamista eri teemojen alla yhteensä neljässä tietoiskussa. Tietoiskujen teemaat koostuivat yleisestä esteettömyystiedosta, esteettömyysviestinnästä, esteettömyyskartoituksista matkailuyrityksissä sekä siitä miten esteettömyys tulisi huomioida osana palveluprosessia. Tietoiskuihin

osallistui keskimäärin yli 60 osallistujaa ympäri Suomen, joka kertoi aiheen kiinnostavan matkailutoimijoita ja tarvitsee nyt esimerkkiyrityksiä näyttämään muille suuntaa.

Esteettömyysviestinnän osalta hankkeessa testattiin myös uusia digitaalisia ratkaisuja es-teettömyydestä viestimiseen. Pilotoinnin kohteena oli mm. loma-asunnon 3D-mallennus, jos-sa käyttäjä voi liikkua vapaasti loma-asunnossa ja saada käsityksen tilojen soveltuvuudesta suhteessa omaan toimintakykyyn. Malliin lisättiin myös esteettömyyskatselmuksen kautta saadut mittaustulokset mm. luiskan kaltevuudesta, ovien leveydestä, kylpyhuonetilojen kaiteista ym. Toisena esiin nostettavana teknologiana voidaan tuoda esille tapahtumien ympäristökuvaus. Hankkeessa tämä toteutettiin teknologialla, jossa käyttäjä voi katsoa tapahtuman toteutusympäristöä etukäteen. Esille tuotiin ilmakuvissa miltä tapahtuma-alue näyttää tyhjänä ja täynnä yleisöä. Lisäksi käyttäjä pystyi katsomaan kriittisten paikkojen, kuten lava, katselutasanne ym., esteettömyyttä 360-asteisten kuvien avulla. Kaikki tämä oli toteutettu yhteen visuaaliseen kokonaisuuteen.

Tekemistä esteettömän matkailun edistämisessä riittää vielä hankkeen päättymisen jälkeenkin, mutta hankkeessa toteutetut kokemusasiantuntijoiden testikäynnit osoittivat, että vaikka esteettömyysviestinnässä ja ennakkotiedoissa oli haasteita, sujuivat vierailut yrityksissä hyvin tai erittäin hyvin. Usein vierailun onnistumisen mahdollisti erittäin ystävällinen ja asiantunteva asiakaspalvelu, joka onkin yksi matkailualan keskeisimmistä kilpailuetutekijöistä myös esteettömän matkailun saralla. Vanhaa sanontaa lainaten ”hyvä kello kauas kuuluu”.

Arto Heikkinen ja Jarmo Jokinen

Heikkinen on projektipäällikkö *Esteetön ja saavutettava vieraanvaraisuus matkailualalla* -hankkeessa. Hanke on Euroopan Unionin osarahoittama (EAKR-TYT). Jokinen toimii hankkeessa projektiasiantuntijana.

Euroopan unionin
osarahoittama

Lähteet

CBI (2022). The European market potential for accessible tourism. https://www.cbi.eu/sites/default/files/pdf/research/2016.pdf (Viitattu 17.12.2024)

Halonen, K., Parviainen, J., Rissanen, P., Räsänen, P. & Röksä, I. (2021). Inklusiivisen matkailun opas. Visit Finland. https://www.businessfinland.fi/48df8f/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2021/inklusiivisen_matkailun_opas-2021.pdf (Viitattu 17.12.2024)

Kilpelä, N. (2019). Esteetön rakennus ja ympäristö. Rakennustieto. https://ym.fi/documents/1410903/38439968/Esteeton-rakennus-ja-ymparisto-EA70FE2A_FF14_4FC8_96B6_AE6B32F89BB7-144306.pdf (Viitattu 17.12.2024)

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-082015-0043

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

Papamichail, K (2024). The Economic Impact of Accessible Tourism and the Importance of Training. Saatavilla osoitteesta: https://www.accessibletourism.org/resources/papamichail_enat-bergamo-accessible-tourism--final_-2024-02-17.pdf (Viitattu 17.12.2024)

Tilastokeskus (2024a). Tilastokeskuksen majoitustilastotietokanta. Saatavilla osoitteesta: https://pxdata.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin__matk/?tablelist=true (Viitattu 17.12.2024)

Tilastokeskus (2024b). Tilastokeskus väestöennuste. Saatavilla osoitteesta: https://stat.fi/julkaisu/cln1i9lg94af80bw1rxn0njfg (Viitattu 17.12.2024)

World Health Organization (2023). Disability. Saatavilla osoitteesta: https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/disability-and-health (Viitattu 17.12.2024)

20 Moottorikelkkailun kansainväliset markkinat

Kainuu on profiloitunut vahvasti kansainvälisessä ja kotimaan matkailussa luonto- ja elämysmatkailun maakuntana. Erityisesti Kainuun matkailustrategia 2024–2028 korostaa ympärivuotista matkailua, kansainvälistymistä ja vastuullisuutta. Strategian tavoitteena on kasvattaa matkailun liikevaihtoa 4 prosentilla ja kansainvälisen matkailun osuutta 3 prosenttiin vuoteen 2028 mennessä. Tärkeimpiä vetovoimatekijöitä ovat Kainuun maisemat, kuten Vuokatin ja Oulujärven alueet sekä Hossan kansallispuisto, jotka houkuttelevat matkailijoita luonnonrauhan ja aktiviteettien pariin.

Talvimatkailussa Kainuu tunnetaan monipuolisista moottorikelkkareiteistään, freeride-alueistaan ja matkailijoiden tarpeisiin vastaavista ohjelmapalveluista. Näiden avulla maakunta tarjoaa monipuolisia mahdollisuuksia aktiiviseen lomailuun, mikä tukee sen asemaa vetovoimaisena talvikohteena. Matkailustrategiassa painotetaan myös digitaalisen löydettävyyden ja vastuullisten matkailukäytäntöjen merkitystä kilpailukyvyn ja näkyvyyden lisäämisessä sekä kansainvälisillä että kotimaan markkinoilla. Lisätietoa Kainuun matkailustrategiasta ja Kainuu-ohjelmasta on saatavilla Kainuun liiton verkkosivuilla: https://kainuunliitto.fi/ https://kainuunliitto.fi/uunituore-kainuun-matkailustrategia-2024-2028-julkaistu

Moottorikelkkailun suosio kasvaa jatkuvasti etenkin Pohjois-Amerikassa ja Skandinaviassa, mutta kiinnostusta lajia kohtaan löytyy myös Keski-Euroopasta ja Aasiasta (International Snowmobile Manufacturers Association, n.d.). Kansainvälisesti katsottuna moottorikelkkailu nähdään usein uniikkina ja jännittävänä talvilajina, jota ei joka paikassa pysty kokemaan. Tämä tarjoaa Kainuulle loistavan mahdollisuuden houkutella matkailijoita, jotka hakevat aitoja, eksoottisia talvielämyksiä. Monissa Aasian maissa, kuten Japanissa ja Etelä-Koreassa, ei ole tarjolla vastaavia mahdollisuuksia, mikä lisää ulkomaalaisten matkailijoiden mielenkiintoa Pohjoismaita ja erityisesti Suomea kohtaan.

Talvimatkailun vetovoima ja taloudellinen vaikutus

Moottorikelkkailu on jo pitkään ollut merkittävä osa suomalaista talvimatkailua, erityisesti Lapissa, missä se on lumivarmojen olojen ja monipuolisten reittien vuoksi suosittua (Visit Finland, n.d.). Ulkomaisten turistien kiinnostus moottorikelkkailua kohtaan on kasvussa, ja useat matkanjärjestäjät tarjoavatkin valmiiksi räätälöityjä paketteja, jotka sisältävät mm. kelkkasafareita ja

opaspalveluita. Talvimatkailun kasvu luo myös painetta reitistöjen ylläpitoon sekä turvallisuuden varmistamiseen, erityisesti kansainvälisten vieraiden saapuessa runsain määrin.

Moottorikelkkailuturismi tuo merkittävää taloudellista hyötyä myös Kainuuseen. Ulkomaiset matkailijat käyttävät paikallisia palveluja, kuten majoitusta, ruokapalveluita ja moottorikelkkavuokrausta, mikä kasvattaa paikallistalouden tuloja. Paikalliset yrittäjät hyötyvät monin tavoin kansainvälisistä matkailijoista.

Moottorikelkkailijat ovat usein maksukykyisiä asiakkaita, jotka arvostavat laadukkaita palveluja ja mukavuutta. Majoitus, ruokailu, moottorikelkkavuokraus ja ohjatut safarit ovat suosittuja palveluja, joiden kysyntä kasvaa moottorikelkkamatkailun myötä. Lisäksi moottorikelkkailun tuomat matkailutulot lisäävät painetta kehittää uusia palveluja, kuten esimerkiksi tapahtumia, mikä edelleen kasvattaa alueen houkuttelevuutta.

Kuva 1. Moottorikelkkailua Kainuun lumisilla reiteillä Paljakassa. (©Sami Laitinen)

Kansainvälistymisen tuomat haasteet, vastuullisuus ja lainsäädäntö

Moottorikelkkailu on monin paikoin kiistelty aihe erityisesti ympäristövaikutustensa vuoksi. Moottorikelkkojen käyttö tuottaa melua, kuluttaa polttoainetta ja aiheuttaa eroosiota reiteillä

(Suomen ympäristökeskus, n.d.). Kainuussa reitistöt sekä freeride alueet ovat ympäristön kannalta suunniteltu siten, että ne häiritsevät mahdollisimman vähän luonnon monimuotoisuutta. Kestävä kehitys ja ympäristövastuu ovat kansainvälisesti tärkeitä teemoja, ja ne nousevat yhä enemmän myös matkailijoiden valintakriteereiksi matkakohdetta valittaessa.

Lisäksi turvallisuusvaatimukset korostuvat, kun kyseessä on monelle ulkomaalaiselle matkailijalle täysin uusi laji ja ympäristö. Tällöin tarvitaan selkeitä ohjeistuksia, turvallisuusvarusteita sekä asiantuntevia oppaita, jotka voivat varmistaa turvallisen kokemuksen sekä uusille että kokeneille moottorikelkkailijoille (Liikenne- ja viestintävirasto Traficom, n.d).

Moottorikelkkailu tuo kansainvälistyessään mukanaan lainsäädännöllisiä kysymyksiä. Kansainvälisten kävijöiden kanssa on varmistettava, että he tuntevat Suomen säännökset ja luvat, joita tarvitaan moottorikelkkailuun (Liikenne- ja viestintävirasto Traficom, n.d.). Moottorikelkkailussa on monissa maissa eri sääntöjä ja lainsäädäntöä, joten tiedotuksen merkitys kasvaa kansainvälistyvässä moottorikelkkailussa.

Moottorikelkkailun tulevaisuus ja sen mahdollisuudet

Matkailijat, jotka ovat kokeneet perinteiset laskettelukeskukset, hakevat jatkuvasti uusia ja elämyksellisiä aktiviteetteja, joita moottorikelkkailu voi tarjota. Tämä trendi tukee myös Kainuun mahdollisuuksia kasvattaa moottorikelkkailumatkailua.

Tulevaisuudessa Kainuu, kansainvälisillä markkinoilla Arctic Lakeland Finland, pyrkii kasvattamaan kansainvälisten talvimatkailijoiden määrää kysyntää ja tunnettavuutta kehittämällä (Kainuun liitto, 2024). Tämä edellyttää myös paikallisten palveluntarjoajien valmiutta tarjota matkailijoille monipuolisia ja elämyksellisiä palveluja. Kainuun moottorikelkkamatkailun kansainvälistyminen on tärkeä kehityssuunta, joka tuo alueelle uusia mahdollisuuksia sekä taloudellista kasvua.

Kansainvälistymisen myötä yhteistyön merkitys korostuu niin yksityisen sektorin kuin julkisten toimijoiden välillä. Kainuun matkailun ekosysteemi voi tehokkaasti ja houkutella kansainvälisiä matkailijoita. Yhteistyön ja kehityksen kautta moottorikelkkailusta voi tulla kansainvälisesti merkittävä matkailuelämys, jossa Kainuu tunnetaan laadukkaista palveluista ja vieraanvaraisuudestaan, upeista luonnonreiteistä ja turvallisesta ympäristöstä – tarjoten elämyksiä, joita ei voi kokea muualla maailmassa.

Markkinointi on keskeisessä roolissa Kainuun kansainvälisessä matkailussa. Kainuun alueen matkailutoimijat voivat tehokkaasti hyödyntää sosiaalista mediaa, digitaalista markkinointia, eri jakelukanavia sekä vaikuttajien tarjoamia mahdollisuuksia tavoittaakseen potentiaalisia matkailijoita ympäri maailmaa. Erityisesti sosiaalinen media on osoittautunut tehokkaaksi välineeksi, jonka kautta matkailijat jakavat omia kokemuksiaan, kuviaan ja videoitaan Kainuusta. Kansainvälisesti suositut kanavat, kuten Instagram ja Facebook, tuovat Kainuun lumiset maisemat ja moottorikelkkailuelämykset yhä suuremman yleisön tietoisuuteen.

Marjo Karttunen

Kirjoittaja on projektipäällikkö *Moottorikelkkailumatkailusta lisää liiketoimintaa Kainuun yrityksille, Kelkka Kainuu* -hankkeessa. Hanke on Euroopan Unionin osarahoittama (EAKR/Kainuun liitto) ja rahoituksessa on mukana KAMK.

Euroopan unionin osarahoittama

Lähteet:

Finnish Lapland Tourist Board. (N.d.). Lapin matkailu ja moottorikelkkailun vetovoima. Lapland.fi. Saatavilla 7.11.2024 https://www.lapland.fi

International Snowmobile Manufacturers Association. (N.d.). The Economic Impact of Snowmobiling in North America. Saatavilla 7.11.2024 https://www.snowmobile.org

Kainuun liitto. (2024). Kainuun matkailustrategia. Kainuun liitto. Saatavilla 9.12.2024 https://kainuunliitto.fi/assets/uploads/2024/08/Kainuun-matkailustrategia-web-rc3-240820_web_Final.pdf

Liikenne- ja viestintävirasto Traficom. (N.d.). Moottorikelkkailun turvallisuus ja säädökset. Traficom. Saatavilla 7.11.2024 https://www.traficom.fi

Suomen ympäristökeskus (SYKE). (N.d.). Ympäristövaikutukset moottorikelkkailussa. Suomen ympäristökeskus. Saatavilla 7.11.2024 https://www.ymparisto.fi

Visit Finland. (N.d.). Suomen matkailu ja moottorikelkkailu Lapissa. Visit Finland. Saatavilla 7.11.2024 https://www.visitfinland.com

21 Kalastusmatkailu

Kainuussa kansainvälisten matkailijoiden vetovoimatekijöitä ovat laajat puhtaat vesistöt sekä upea, hiljainen ja monimuotoinen luonto. Kainuussa vesistöt ovat saalisvarmoja ja mahdollisuudet isoihin kaloihin ovat suuret.

Asiakkaiden tarpeet ovat kalastusmatkailijoilla erilaisia. Oleellinen tieto asiakkaalle on se, missä pääsee kalastamaan ja millä tavoilla. Lisäksi on tärkeää, että asiakas löytää tiedon siitä millaista saalista hän voi mistäkin vesistöstä saada sekä tieto siitä mistä hän saa kalastustarpeiston vuokrattua tai ostettua, jos niitä ei omasta takaa ole. Joillekin asiakkaille taas on tärkeää, että he saavat mukaan asiantuntevan kalastusoppaan, joka osaa opastaa vesistöön, sen saalismahdollisuuksiin ja jolta saa tarvittavat varusteet käyttöönsä.

Iso kehittämiskohde on matkailuyrittäjien tietous. On tärkeää, että yrittäjät osaavat kertoa asiakkaille kalastusmahdollisuuksista ainakin sen oman lähivesistön osalta. Hyrynsalmen ja Ristijärven kalastusmatkailun kehittämishankkeessa on tehty yhteistyötä matkailuyrittäjien kanssa ja kuntia sekä yrittäjiä varten on kerätty tietoa vesistöistä.

Lisäksi tietoa tarvitaan siitä millaisia vesiliikennerajoituksia, kalastusrajoituksia sekä rauhoituksia on voimassa milläkin alueella, jotta yrittäjät pystyvät kertomaan asiakkaille kaikki huomioitavat asiat kalastusluvista alkaen.

Kansainväliset kalastusmatkailijat tarvitsevat usein majoituksen ja lisäksi ravintolapalveluita. Majoituspalveluita tarjoavilla olisi hyvä olla erilaisia ohjelmapalveluita, joissa olisi kalastusta ympärivuotisesti eri muodoissaan eritasoiset kalastajat huomioiden. Talvisin pilkkiessä asiakas voi kokea isona elämyksenä jäälle pääsemisen sekä pilkkireiän kairaamisen. Toisaalta jotkut asiakkaat haluavat saada ennätyssuuria kaloja talvellakin ja tämä olisi tärkeää huomioida. Kaikkinensa avainasemassa on asiakkaan kokonaisvaltainen huomiointi. Valtteina voisi olla esimerkiksi laavut tai saaliin perkuupaikka joko majoituspalveluita tarjoavien yrityksien tiloissa/ympäristössä tai vaihtoehtoisesti veneenlaskupaikan lähettyvillä.

Kuva 1 Kalastusta Kainuussa laskevan ilta-auringon alla. (©Toni Haapala)

Toni Haapala

Kirjoittaja toimii projektipäällikkönä *Hyrynsalmen ja Ristijärven kalastusmatkailun edistäminen* -hankkeessa. Hanke on Maaseuturahaston rahoittama ja rahoitukseen osallistuvat myös Hyrynsalmen ja Ristijärven kunnat.

Lähteenä käytetty hankkeessa toteutetun kyselyn (Kalastusmatkailun kysyntäselvitys, 230 vastausta) tuloksia.

22 Developing Ecotourism Education in International Partnership

Ecotourism is a specialized sector of the tourism industry that focuses on promoting environmentally responsible travel to natural areas. It aims at environmental conservation, community benefit, and cultivating knowledge and respect for local cultures. As an alternative to mass tourism, ecotourism has rapidly gained popularity, driven by a growing public awareness of environmental and cultural sustainability. The sector has expanded significantly over the past few decades and is often recognized as one of the fastest-growing segments within the tourism industry.

Principles and Definition of Ecotourism

The foundational principles of ecotourism are attributed to early definitions by pioneers such as Claus-Dieter Hetzer. These principles stress minimizing environmental impact, respecting and engaging with local cultures, creating economic opportunities for local communities, and improving visitor satisfaction. These principles are benchmarks for assessing whether tourism can be considered "eco-friendly."

The Global Ecotourism Network (n.d.) has introduced a widely accepted definition of ecotourism: "responsible travel to natural areas that conserves the environment, sustains the well-being of the local people, and creates knowledge and understanding through interpretation and education of all involved: visitors, staff, and the visited." This definition highlights ecotourism's focus on sustainable practices, ensuring that tourism's environmental, social, and economic impacts are positive rather than detrimental.

The Role of Ecotourism in Sustainable Development

As a part of sustainable tourism, ecotourism is aligned with broader global goals aimed at sustainable development, as set out by frameworks such as the United Nations Sustainable Development Goals (2015). Ecotourism fosters sustainable practices by integrating environmental conservation, community empowerment, and educational value. By focusing on natural areas, ecotourism supports efforts to preserve biodiversity and ecosystems, often threatened by industrial or mass-tourism activities. Furthermore, it creates economic opportunities for local communities, especially those in rural or remote areas, by encouraging locally managed tourism activities that support cultural preservation and provide alternative livelihoods.

Ecotourism and Sustainable Tourism in Finland

In Finland, the term ecotourism is not commonly used; instead, the terms nature tourism or, more recently, sustainable tourism are preferred. However, the term ecotourism and its relevance occasionally surface in industry discussions, particularly in international contexts where it is widely recognized. The challenges associated with the term stem, in part, from a Finnish tendency toward literal interpretations of terminology. Many tourism products labeled as ecotourism abroad might not withstand Finnish scrutiny in terms of sustainability. Although Finland's national tourism strategy (Ministry of Economic Affairs and Employment of Finland, 2022) highlights the importance of placing sustainability at the core of all tourism services, it does not mention ecotourism explicitly. However, Visit Finland's Sustainable Travel Finland (STF) program (Visit Finland, n.d.) has significantly built up the sustainability expertise of tourism companies and other stakeholders and has supported the implementation of responsible practices.

Nature and Digital-based Education on Ecotourism Project (Nordplus Adult 2022)

The project had two main objectives: first, to encourage adults to expand their knowledge of natural environments and to practice responsible travel through ecotourism-based education. Second, the project aimed to equip adults working in the tourism sector with advanced knowledge of ecotourism, enabling them to develop and deliver ecotourism products - both on-site and in virtual formats - to potential visitors. This training also aimed to provide an additional income source for those residing in rural and remote areas.

One of the project's key concepts was that understanding nature and fostering sustainable behavior in natural environments, especially within sensitive landscapes, requires specialized, evidence-based knowledge. This includes insights into biodiversity (flora and fauna), geology, geomorphology, hydrology, and local lifestyles in ecologically fragile areas. Informal education methods tailored to adult learners were employed to provide tourism professionals with this essential expertise.

The project was divided into three main stages:

Stage 1: Research the ecotourism situation in partner countries. From the perspective of tourists and tourism specialists, assess demand and the offers available.

Stage 2: Creation of digital tools: handbook, story maps, and guidelines for tourism specialists for representing and disseminating unique thematic concepts of eco tours based on sharing eco-

knowledge in the perception of Baltic and Nordic nature and its values with the application of informal adult education methods.

Stage 3: Training adult learners in partner countries, using created materials and applying informal education methods.

The partner organizations implementing the project activities were Klaipeda State University of Applied Sciences (Lithuania), Kurzeme Tourism Association (Latvia), Mobilizing Expertise (Sweden), Karuskose (Estonia), and Kajaani University of Applied Sciences (Finland). Project participants explored topics such as developing ecotourism across diverse natural and cultural landscapes, engaging local communities, and promoting economic growth through thematic ecotourism routes. The implementation period of the project was 1.9.2022 – 30.9.2024.

The project was structured into three distinct phases. The initial phase involved conducting a comprehensive study of the ecotourism landscape within each partner country, which included collecting baseline data, examining tourism statistics, and assessing the popularity of ecotourism. The second phase concentrated on developing digital resources—such as a handbook and guidelines for tourism professionals—derived from shared eco-knowledge, practical case studies, and informal adult education techniques. These materials focused on ecotourism resources, infrastructure, and best practices in the Baltic and Nordic regions. The third phase entailed adult education training in the partner countries, utilizing these developed materials to support the creation of thematic ecotourism routes, mainly using story maps. The training organized by Kajaani University of Applied Sciences saw students combining forces with local tourism entrepreneurs in planning and organizing a new ecotourism tour that the project partners tested during the last meeting in Kajaani.

In discussions held at the conclusion of the project, it was acknowledged that working together was both rewarding and challenging, primarily due to the project's limited duration. At the outset, there were significant difficulties in getting the project off the ground, which eased after the first six months but ultimately led to a backlog of tasks toward the project's conclusion. Personnel changes also contributed to difficulties in maintaining the project schedule. The diversity of the partner organizations and the varying levels of experience among the representatives required extensive discussions in the meetings and online. However, this was also considered one of the greatest strengths of the project. The working meetings held at each project partner's location were highly productive, and the opportunity to explore the tourism offerings in different regions was particularly enlightening.

Nina Jyrkäs

The author is a lecturer and was the project manager for the KAMK part of the Nature and Digital-based Education on Ecotourism project, funded by Nordplus Adult 2022.

Sources

Definition and Key Concepts. (N.d.). Global Ecotourism Network [GEN]. Retrieved 18.12.2024, from https://www.globalecotourismnetwork.org/definition-and-key-concepts/

Ecotourism and Protected Areas. (2019). United Nations World Tourism Organization [UNWTO]. Retrieved 18.12.2024, from https://www.unwto.org/sustainable-development/ecotourism-and-protected-areas

Everyman's Right. (N.d.) Metsähallitus. Retrieved 18.12.2024, from https://www.national-parks.fi/everymansright

Finland's tourism strategy for 2022-2028. (2022). Ministry of Economic Affairs and Employment of Finland. Retrieved 18.12.2024, from https://tem.fi/en/finland-tourism-strategy

Sustainable Travel Finland. (N.d.) Visit Finland. Retrieved 18.12.2024, from https://www.visitfinland.fi/en/liiketoiminnan-kehittaminen/vastuullinen-matkailu/sustainable-travel-finland

The Sustainable Development Goals. (2015). United Nations [UN]. Retrieved 18.12.2024, from https://sdgs.un.org/goals

Kirjoittajat

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

Avala Natalia, projektipäällikkö

Haapala Toni, projektipäällikkö

Heikkinen Arto, projektipäällikkö

Huusko Tiina, projektipäällikkö

Isoranta Olli, projekti-insinööri

Jokinen Jarmo, projektiasiantuntija

Jääskeläinen Elina, lehtori

Jääskeläinen Olli, lehtori

Jyrkäs Nina, lehtori ja projektipäällikkö

Karttunen Marjo, projektipäällikkö

Kiviaho Elina, projektipäällikkö

Komulainen Ruey, lehtori

Korhonen Pasi, FL, yliopettaja

Kuittinen Pia, lehtori

Kuosmanen Krista, projektipäällikkö

Kähkönen Jari, osaamisaluejohtaja

Leinonen Kaisa, projektiasiantuntija

Linjala Hanna, tki-koordinaattori ja matkailun asiantuntija

Manninen Saara, tuntiopettaja

Petrova Tatiana, projektipäällikkö

Stricker Rea, lehtori, S2- ja erityisopettaja ja jatkuvan oppimisen asiantuntija

Takanen Johanna, tki-koordinaattori ja projektipäällikkö

Uusiheimala Saara, projektipäällikkö ja projektiasiantuntija

Vaarala Pekka, lehtori

Vuorinen Maarit, lehtori