

TILASTOT MATKAILUTIEDON LÄHTEENÄ AMMATTIKORKEAKOULUN OPINTOJAKSOILLA

Aulikki Laitinen-Tolonen

Tilastojen käyttämisen taidosta on hyötyä opiskelijoiden siirtyessä matkailuelinkeinon palvelukseen. Parhaimmillaan opintojaksoilla opituista taidoista ja käytännöistä tulee heille pysyviä toimintatapoja. Integroimalla tilastotiedon tuottaminen ja tulkinta osaksi oppimistehtäviä opintojaksojen tuloksena syntyy myös uutta ja ajankohtaista tietoa.

Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutin Lapin ammattikorkeakoulun opintojaksoilla *Maailma ja me*, *Talouden toimintaympäristö* ja *Tourism as a Global Phenomenon* etsittiin tietoa matkailusta ja matkailun muutoksista tutkimalla ja vertailemalla tilastotietoja. TILMA-hankkeen asiantuntijoilta Pasi Satokankaalta ja Mirva Tapaniselta saimme konkreettiset ja opiskelijoita kiinnostavat oppimistehtävät. Saimme myös käyttöömmme hankkeessa kehitetyn Youtubessa julkaistun ohjeaineiston (TILMA-työpaja, 2017) sekä ohjeet Rudolf-tilastopalvelun käyttöön (Visit Finland / Tilastopalvelu Rudolf). Tilastokäsitteiden opiskelussa käytimme oppimateriaalina lisäksi Tilastokeskuksen tilastokoulua (Tilastokeskus / Tilastokoulu / Tilastojen ABC).

Oppimistehtävien aiheita olivat muun muassa rekisteröimättömän Airbnb-majoitustarjonnan selvittäminen Lapin kunnissa, Lapin, Meri-Lapin ja Oulun alueen matkailukohteita koskevan tilastotiedon tulkinta, eri maita koskevien tilastojen tarkastelu ja työstäminen raporteiksi ja infograafeiksi sekä erilaiset tilastotietoihin pohjautuvat vertailut ja tarkastelut. Opiskelijat tuottivat tietoa esimerkiksi Lapin matkailukohteiden välisistä eroista matkailijoiden määrässä ja viipymässä sekä matkailusesonkien erilaisista ajoittumisista eri puolilla Suomea. Tilastotiedon hyödyntämistä opiskeltiin tuottamalla tilastoista tulkintoja ja havainnollisia esityksiä. Kiinnostavia tuloksia ja niihin pohjautuvia esityksiä syntyi, kun opiskelijat valitsivat tietyn kohdealueen ja pohtivat tilastojen pohjalta matkailun kehitystä alueella. Tarkastelun kohteena olivat muun muassa matkailijoiden lähtöalueet ja kävijäprofiilit. Alueita myös vertailtiin keskenään.

Opintojaksoilla tulivat esiin myös tilastotietojen puutteet. Virallisten matkailutilastojen ulkopuolelle jäävät pienet majoitusrytykset, joilla on vähemmän kuin 20 vuodepaikkaa. Kuten työ- ja elinkeinoministeriön raportissa (TEM, 2015, s. 11) todetaan: ”Joillakin alueilla ja matkailukeskuksissa matkailijoille vuokrattavien mökkien määrä on korkea, jolloin matkailijatilastot eivät anna kokonaiskuvaa matkailuvirtojen suuruudesta alueella.” Opiskelija Hanna Ylipiessa kirjoitti *Talouden toimintaympäristö* -kurssin työssään, jonka aiheena oli ”Tilastovertailu Kolarissa vuosilta 2015–2016”, seuraavasti:

Sitä tietoa, majoittuvatko kotimaiset matkailijat mökeissä (rekisteröimätön majoitus) vai ovatko kotimaiset matkailijat jättäneet kokonaan tulematta, ei voida valitettavasti päätellä näistä tilastoista. Viimeisten vuosien aikana on myös niin sanottujen kansainvälisten

FIT-asiakkaiden³ määrä kasvanut ja osa heistä majoittuu myös mökeissä tai muissa pienemmissä majoitusliikkeissä, jotka eivät kuulu tilastoinnin piiriin.

Matkailukeskusten mökkien lisäksi tilastoista puuttuu Airbnb-jakamistalousmajoitus. Yksityisten henkilöiden tarjoama majoitus Airbnb-alustalla olikin kiinnostava oppimistehtävän aihe. Ensimmäinen *Talouden toimintaympäristö* -kurssin opiskelijaryhmä selvitti TILMA-hankkeelle Lapin kunnissa Airbnb-palvelussa tarjolla olevaa majoitusta ja majoitushintoja neljän eri sesongin aikana.

Opintojaksoilla *Maailma ja me* sekä *Talouden toimintaympäristö* opiskelijat selvittivät tilastojen avulla matkailuun liittyviä taloudellisia indikaattoreita eri maissa: bruttokansantuotetta, tuloeroja kuvaavaa Gini-indeksiä, elinkeinorakennetta, ulkomaankaupan rakennetta sekä muita talouteen ja matkailuun vaikuttavia tekijöitä. Tulotason lisäksi on hyvä katsoa laajemmin elämisen laatua kuvaavia asioita esimerkiksi OECD:n ”paremman elämän indeksin” (*Better Life Index*) avulla (OECD / Better Life Index). Matkailuun vaikuttavat myös eri maiden viralliset loma-ajat, kulttuuri ja kauppatavat.

Kurssilla *Tourism as a Global Phenomenon* opiskelijat saivat tehtäväkseen pohtia matkailun mahdollisia tulevia muutoksia ja niihin vaikuttavia asioita. Lapin alueen matkailuun vaikuttavia globaaleja ilmiöitä ovat esimerkiksi talouskriisit, muutokset ja kriisit maailmanpolitiikassa, väestönkasvu, kaupungistuminen, ilmastonmuutos, kiertotalous, jakamistalous, sosiaalinen media ja verkkokauppa. Viimeksi mainitut vaikuttavat etenkin matkailun jakelukanaviin. Globaalien ilmiöiden tutkimisessa hyödynnettiin olemassa olevia tilastoja ja etsittiin täydentävää tietoa tilastoinnin ulkopuolelle jäävistä asioista. Tilastojen ja muiden tietojen pohjalta rakennettiin havainnollisia infograafeja.

Matkailun kehitystä ja nykytilaa koskevat tiedot luovat pohjan tulevaisuuden tarkastelulle ja ennakoinnille. Työ- ja elinkeinoministeriön *Suomen matkailun tulevaisuuden näkymät* -raportin esipuheessa todetaan: ”Tulevaisuus perustuu nykyhetkeen ja historiaan, minkä vuoksi matkailualan nykytilan tarkastelu on tarpeellinen lähtökohta tulevaisuuden näkymien linjaamiselle” (TEM, 2014, s. 6). Tilastoja siis tarvitaan. Niiden rinnalla on usein tarpeen hyödyntää muuta, esimerkiksi yritysten itse keräämää tietoa.

Lapin matkailustrategiassa mainittuja päämääriä ovat matkailun kasvattaminen ympärivuotiseksi ja matkailumyynnin lisääminen edistämällä myyntiä suoraan loppukuluttajille ja kokoamalla resursseja yhteen, jotta Lappi on entistä näkyvämmiin esillä digitaalisilla markkinoilla (Lapin liitto, 2015, s. 27). Markkinoiden pirstoutuminen yhä pienempiin asiakassegmentteihin edellyttää yrityksiltä entistä tarkempaa profiloitumista. Digitalisoituvat markkinat ovat esimerkki muuttuvasta toimintaympäristöstä, jossa menestyminen vaatii uudenlaista suhtautumista asiakaskokemukseen (Alavuotunki, Halme & Salminen, 2015, s. 64). Tulevaisuuden matkailutuotteita kehittäessään yritykset voivat sekä hyödyntää tilastotietoja että seurata ja kerätä asiakaskokemus- ja markkinatietoa.

³ omatoimimatkailija, *Fully Independent Traveller*

Tilastojen ja yritysten keräämän oman sekä muualta hankitun digitaalisen tiedon (big data) avulla matkailupalveluja voidaan tarkemmin kohdentaa ja markkinoida halutulle kohderyhmälle. Useimmiten hedelmällisin lähtökohta on eri lähteistä koottujen tietojen vertailu ja yhdistäminen – tätä näkökulmaa painotettiin myös edellä kuvatuilla opintojaksoilla.

Lähteet

Alavuotunki, K., Halme, K. & Salminen, V. (2015). *Muotoilun hyödyntäminen ja vaikutukset yritysten kilpailukykyyn*. (Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisu, Innovaatio 58/2015.) Helsinki.

Lapin liitto (2015). *Lapin matkailustrategia 2015–2018*. Haettu 9.11.2017 osoitteesta http://www.lappi.fi/c/document_library/get_file?folderId=2265071&name=DLFE-25498.pdf

OECD / Better life Index. Haettu 9.11.2017 osoitteesta <http://www.oecdbetterlifeindex.org/#/111111111111>

TEM (2014). *Suomen matkailun tulevaisuuden näkymät: Katse vuoteen 2030*. (TEM raportteja 4/2014.) Työ- ja elinkeinoministeriö.

TEM (2015). *Yhdessä enemmän – kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun: Suomen matkailun kasvun ja uudistumisen tiekartta 2015-2025*. (TEM raportteja 2/2015.) Työ- ja elinkeinoministeriö.

Tilastokeskus / Tilastokoulu / Tilastojen ABC. Haettu 9.11.2017 osoitteesta http://tilastokoulu.stat.fi/verkkokoulu_v2.xql?course_id=tkoulu_tlkt&lesson_id=1&page_type=sisalto

TILMA-työpaja (2017). Youtube-tallenne. Haettu 9.11.2017 osoitteesta <https://www.youtube.com/watch?v=tR-rbdE68j0&feature=youtu.be>

Visit Finland / Tilastopalvelu Rudolf. Haettu 9.11.2017 osoitteesta http://visitfinland.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/VisitFinland/VisitFinland__Majoitustilastot/010_matk_tau_311.px/?rxid=8510d3be-28be-4faf-a56c-9935f8aae98e

Ylipiessa, H. (2017). Tilastovertilu Kolarissa vuosilta 2015-2016. Julkaisematon oppimistehtävä. (Lupa tekstilainauksen käyttöön sähköpostitse 13.11.2017.)