



Haastattelu: Pekka Lehtonen

Mika Leivo:

Paikkatietojen kysyntä kasvaa 10 % vuodessa

KARTTAKESKUS täytti syksyllä 90 vuotta ja julkaisi historiikin. Kirjan sivuilta näyttävät tuttu, vanha Maanmittaushallituksen Kivipaino, Karttapaino, Karttakeskus ja myös yrityksen uudemmat vaiheet Genimapina ja sitten osana Affecto Oy:tä, nyt taas nasevalla nimellä, Karttakeskus.

”Vanha Karttakeskus oli karttojen painaja, karttatuotteiden kustantaja ja jakelija; 1990-luvun alusta alkoi murros”, sanoo **Mika Leivo**, Karttakeskusliiketoimintayksikön johtaja. Graafisten karttatuotteiden perinteinen siivu on enää viidenneksen Karttakeskuksen liikevaihdosta. Muu on paikkatietoihin liittyvää palvelua.

”Aikaisemmin sanottiin, että vuosituhaten vaihteessa kukaan ei enää osta paperikarttoja. No, eiväthän ne hävinneet. Kustantamisessa ja paperimuotoisissa tuotteissa on kuitenkin tapahtunut muutos: tarkkaan harkitut ja kohdennetut tuotteet voivat pärjätä, massiiviset, isot yleisteokset eivät, tietosanakirjat ovat kuoilleet eivätkä isot karttaepokset enää

myy. Ulkoilukartat matkaoppaiden kera käyvät kaupaksi. Ulkoilukarttojen myynti kasvoi viime vuonna.”

Leivo on tehnyt aikaisemmin hyvän työrupeaman Siemensillä telekommunikaatioverkkojen myynnissä sekä sitten Xeroxilla. Affectolla Leivo on ollut eri tehtävissä nelisen vuotta, joista viimeiset kaksi Karttakeskuksessa. Taustaltaan hän on tietoliikenneinsinööri ja EMBA. Pitkä ura tietotekniikan, tietoliikennetekniikan ja -palveluiden maailmassa on auttanut paikkatietoasioihin syventymisessä.

Tutkimus avaa paikkatiedon näköaloja

”Juhlavuotenumme olemme pohtineet liiketoiminnan painopisteitä, siis mistä kasvua on saatavissa”, Leivo kertoo.

Teetimme selvityksen Suomen ja pohjoismaiden paikkatietomarkkinoista.

Tutkimuksen mukaan paikkatietomarkkinoiden arvo Suomessa on noin 70–80 miljoonaa euroa. Alan vuosittaisen, noin 10 % kasvun odotetaan jatkuvan. Lisenssien myynnin suhteellinen

osuus säilyy entisellään, noin viidenneksenä.”

Kasvu pohjautuu Leivon mukaan palveluiden kysynnän, siis räätälöitävien asiakaskohtaisten ratkaisujen kasvuun.

”Asiakaskohtainen toteutus voi tarkoittaa esimerkiksi toiminnanohjausjärjestelmän yhteyteen kytkettyä karttapalvelua, jolla yrityksen liiketoimintaa esitetään kartalla.”

”Osoittautui, että paikkatietoinvestointien määrä suhteessa bruttokansantuotteeseen on meillä jäljessä Ruotsista, Norjasta ja useista Keski-Euroopan maista. Voimme siis odottaa lisäinvestointeja paikkatietoon. Kolmas piirre on nähty jo parin vuoden ajan: yritykset ja julkishallinto ulkoistavat paikkatiedon käsittelyä ja hallintaa”, Leivo arvioi.

Vanha Karttakeskus oli karttojen painaja, nykyinen haluaa olla johtava paikkatietopalveluiden tarjoaja.

Ulkoistaminen – paikkatietohallinnan tuleva kuva

Moni yritys on halunnut ulkoistaa paikkatietohallinnon ammattilaisten tehtäväksi. Paikkatietopalveluiden kehittämisen ei ole esimerkiksi maarakennus- tai kiinteistöalan yritysten ydinliiketoimintaa. Siitä kasvaa kysyntää. Keihäänkärkinä ovat Leivon mukaan siis ulkoistaminen ja palveluiden kehittäminen.

”Ennen myytiin lisenssi ja aineisto ja uskottiin, että asiakas pystyy hyödyntämään kokonaisuutta. Pystyykin – mutta ei ole ydinbisnestä tehdä esimerkiksi paikkatietoanalyysejä. Kauppapaikkojen suunnittelu tai liikennevirtojen ohjelmointi ovat edullisempia ja tehokkaampia jättää paikkatietoosaajan tehtäväksi”, Leivo painottaa.

Paikkatiedot ovat arkipäivää

Markkinoilla on nähtävissä myös kasvava kustannus-hyötytietoisuus. Paikkatietoinvestointien hyödyt on pystyttävä mittamaan ja investointikustannukset perustelemaan.

”On hienoa, että Nokia toi kännyköihin kartat ja navigaattorit ja että autonavigaattorit ovat yleistyneet. Paikkatiedot ovat näin arkipäiväistyneet. Siitä on suuri apu, kun asiakkaalle kerrotaan, kuinka liiketoiminnassa käytetään paikkatietoa: kuinka säästyy kustannuksia ja kuinka päätöksentekokin terävöityy.”

Ilmaiset karttapalvelut, kuten Google Maps, muodostavat Leivon mielestä alan toimijoille haasteen. Ihmisten mielikuva siitä, että kaikkea saa verkosta ilmaiseksi, ei pidä kuitenkaan paikkaansa. Mikäli yritys haluaa perustaa operatiivista liiketoimintaansa karttapalvelun päälle tai tukea sitä karttaratkaisuilla, ei ilmaiseksi, siis katteettomaan laatulupaukseen, voi luottaa. Googlen ja Microsoftin BING-kartoista on olemassa yritystason palveluvaatimuksia vastaavat maksulliset versiot. Näiden kartta-aineistojen päälle pitää kuitenkin tehdä ohjelmointi- ja sovitustyötä. Siinä piilee alan toimijoiden mahdollisuus tarjota palvelujaan globaalien yritysten rinnalla. Karttakeskuksella on silti tarjolla edelleen yliverlainen kartta-aineisto Suomesta, jota voidaan käyttää palveluratkaisuna samaan tapaan kuin Google- tai BING-kartta-aineistoa.

Ilmaisista kartoista huolimatta paikkatietojen soveltaminen tulee voimakkaasti kasvamaan. Ilmaisipalvelujen yleistyminen on tehnyt paikkatiedosta arkipäivää: paikkatiedon tulo yritykseen ja julkissektorille kasvattaa myös Karttakeskuksen liiketoimintaa. ”Paikkatieto ei ole enää salatietoa, jota piti asiakkaille selittää, kuten vuosikymmen sitten.”

Aineistojen hinnoittelu- muutokset hallitusti

Keskustelu käy hallinnon datan avaamisesta vapaaseen käyttöön. Näin meneteltiin esimerkiksi Britanniassa, jossa OS (Ordinary Survey) avasi huhtikuun alussa osan aineistojaan täysin vapaasti ja maksutta käytettäväksi. Parhaillaan hallinnossa on useampikin työryhmä pohtimassa, miten dataa tulisi vapauttaa Suomessa. Miltä tämä kehitys näyttää paikkatietoyrityksen kannalta?

”Muutoksen pitää tapahtua hallitusti. Se on oleellista. Yrityksillä on työntekijöitä, iso määrä hankkeita sekä aineistoja, joita jalostetaan. Jos muutos tehdään ennakoitusti ja hallitusti, jalostustyö ei häviä. Jos kerralla rysäytetään, voi monelle syntyä illuusio, että kaikki osaisivat itse käsitellä ja jalostaa aineistoja. Sillä olisi lyhyellä välillä dramaattisia vaikutuksia paikkatietoyrityksille.”

”Toisaalta, kun 10 vuotta sitten alettiin tehdä Digiroadia, arveltiin, ettei Karttakeskuksen omaa tieaineistoa enää tarvittaisi ja aineistobisnes loppuisi. Näin ei käynyt. Käsittelytarve ja osaamisen tarve eivät katoa: ei kaikista tule yhdessä yössä osaajia vaikka aineisto olisikin ilmaista.”

”On myös kysyttävä, miten rahoitetaan aineistojen säilyminen laadukkaana, jos budjettirahoitus vähenee. Nythän Maanmittauslaitos saa suurimman osan tuloista, kun myymme dataa ja niitä rahoja käytetään aineistojen ylläpitoon. Saadaanko vastaava korvaava raha jostakin? Ilmaiseksi muuttaminen ei saa merkitä huonompilaatuista aineistoa.”

Leivo kritisoi sitä, ettei yrityksiltä ole kertaakaan virallisesti kysytty muutoksen merkityksestä ja mitä tulisi ottaa huomioon yritysten kannalta. ”Vaikutukset yrityssectorille pitää ottaa huomioon.”

Mitä aineistojen maksuttomuus merkitsisi lyhyellä ja pitkällä aikavälillä?

”Riippuu siitä, millä tavalla muutos tehdään. Jos se tapahtuu kerralla, suuri määrä liikevaihtoa katoaa aineistojen jälleennyntitulojen hävitessä. Siinä sivussa on vaara kadota työpaikkoja, koska aineistoja ilmaiseksi saavat saattavat ajatella, etteivät muutakaan palvelua tarvitse.”

”Jos tehdään maltillisesti, pystytään tilanne varmaan hallitsemaan.”

Oikea malli olisi Leivon mukaan kertoa aikataulu ja kuunnella yrityksiä, miten muutos pitäisi toteuttaa. ”Tehdään se yhdessä hallitusti. En usko pilotointeihin, joissa aineistoa jaettaisiin jokin aika maksutta. Sehän on kuin kokeeksi jaettaisiin Alkosta viinaa ilmaiseksi.”

Aineistot ilmaiseksi vaiko maksusta?

”Suhtaudun neutraalin varovaisesti.

Kaikessa tässä muutoksessa on muistettava, että julkinen sektori ei saa ruveta kilpailemaan yksityissektorin kanssa ja tuottamaan ilmaiseksi valmiita kartta- ja aineistotuotteita.”

Paikkatiedon jalostaminen pitäisi jättää yrityksille

Mikä pitäisi jatkossa olla viranomaisten ja yksityisten työnjako paikkatietomarkkinoissa?

”Julkissektorin tehtävä on huolehtia peruspaikkatietokannoista, pelkistettynä se tarkoittaa maastotietokantaa. Yksityinen sektori voi jalostaa erilaisia tuotteita.”

Leivo kysyy, onko laitoksen tarpeen tehdä itse maastotietokannasta jalosteita ja eikö painetunkin maastokartan tekemisen voisi ulkoistaa.

”Laitos voisi keskittyä tietovarastojen ylläpitoon ja jättää kaiken jalostamisen, sekä digitaaliset että painetut tuotteet, yksityiselle sektorille.”

Miten Affecto yhdistää paikkatiedot muihin liiketoimintoihinsa?

”Jatkossa hyödyt lisääntyvät paikkatietojen arkipäiväistyessä: esimerkiksi kun Affecto tekee isolle suomalaiselle kaupapaketijalle liiketoiminta-analysointia, Karttakeskus yhdistää liiketoimintatiedot kartalle.”

Mitä paikkatietopohjaisia palveluja lähivuosina tulee mobiililaitteisiin?

”Muutos on ollut iso, kun ilmaiset kartat tulivat Nokialle. Uskon kohderyhmätuotteisiin. Olemme tuoneet ensimmäiset tuotteet kuluttajien saataville myös iPhone-puhelimiin. Apple Storesta on saatavilla pari retkeilyopasta. Tutkimme jatkuvasti markkinaa ja mietimme, mitä meidän kannattaa eri mobiililaitteisiin tehdä.

Karttakeskus on historiansa aikana ollut välillä oma yritys ja välillä osa isompaa organisaatiota.

Miten jatkossa, onko Karttakeskus osa Affectoa?

”Tätä on muuttuvassa maailmassa mahdoton sanoa. Affecton paikkatietopalvelut on keskitetty Karttakeskukseen.”

Onko Karttakeskus profiloitumassa kilpailutilanteessa jollekin alueelle?

”Kaikki näkevät, ettemme enää ole leimallisesti kustantaja. Meillä on tietokantoja, joista teemme kustannustehokkaasti myös painettuja karttoja.

Affecto muodostaa Paikkatietoliiketoiminnastaan Karttakeskus Oy:n vuoden vaihteessa. Se jatkaa konsernin täysin omistamana tytäryhtiönä paikkatietoliiketoimintojen kehittämistä Affecton liiketoiminta-alueella.”