

TIEDOLLA JOHDETTU MATKAILUALALUE

ETELÄ-POHJANMAAN MATKAILUN
TIEDOLLA JOHTAMISEN KEHITTÄMISSUUNNITELMA
2022–2028

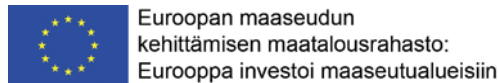
SeAMK 

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Elina Järvinen

TIEDOLLA JOHDETTU MATKAILUALUE

ETELÄ-POHJANMAAN MATKAILUN
TIEDOLLA JOHTAMISEN KEHITTÄMISSUUNNITELMA
2022–2028



Seinäjoen ammattikorkeakoulu
ISBN 978-952-7317-94-5 (verkkójulkaisu)
Seinäjoki 2022

Suunnitelma on laadittu osana Guide – Tiedolla kestäväää matkailua -hanketta (MSR 145264), jota rahoittaa Etelä-Pohjanmaan ELY-keskus Manner-Suomen maaseudun kehittämisen Maaseuturahastosta.

Sisällysluettelo

1 JOHDANTO.....	5
2 MATKAILUN TIEDOLLA JOHTAMISEN NYKYTILANNE.....	5
Nykytilanne Etelä-Pohjanmaalla.....	6
Matkailun kansallinen tiedolla johtamisen toimintamalli.....	7
3 ETELÄ-POHJANMAAN MATKAILUN TIEDOLLA JOHTAMISEN KEHITTÄMISSUUNNITELMA.....	10
Tietotarpeet.....	10
Visio ja missio.....	12
Tavoitteet ja toimenpiteet.....	12
Seurantamittarit.....	13
4 MATKAILUN KESTÄVYYDEN MITTAAMINEN.....	14
Kestävyden indikaattorit.....	14
Etelä-Pohjanmaan matkailun vastuullisuustyön suunnitelma.....	15
5 TOIMINTASUUNNITELMA LYHYEN AIKAVÄLIN TOIMENPITEILLE.....	16
Markkinoinnin ja myynnin seurannan mittaaminen.....	17
Matkailun alueellisen toimintaympäristön ja toimialan kehittämisen kuvaus.....	20
6 LOPUKSI.....	23
7 LAADINTAPROSESSI.....	24
Asiantuntijatyöryhmä.....	24
Prosessi.....	25
8 LÄHTEET.....	25

ESIPUHE

”Tieto lisää tuloa!” – näin totesi eteläpohjalainen matkailuyrittäjä pohtiessaan, kuinka tiedolla johtamisen voisi esittää arki kielellä. Tiedolla on johdettu aina, vaikka kyseinen sanayhdistelmä on nyttemmin yleistynyt. Toinen matkailuyrittäjä totesi, ettei tiennyt olevansa tiedolla johtaja, vaikka on tehnyt sitä käytännössä päivittäin. Omalle jatkuvalla liiketoiminnan seurannalle ja siitä seuranneelle toiminnalle löytyi uusi käsite. Molemmat yrittäjät ovat samaa mieltä siitä, että tiedon kerääminen vaatii aikaa ja vaivaa, mutta se palkitsee, kun kerätty tieto on nähtävillä ja se alkaa kertomaan faktapohjaista tarinaa mututuntuman sijaan.

Kehittämissuunnitelma on laadittu eteläpohjalaisen matkailun tiedolla johtamisen edistämiseksi ja siinä on huomioitu sekä elinkeinon tarpeet että matkailutoimialan kehittäminen. Suunnitelma vastaa Etelä-Pohjanmaan matkailustrategiassa esitettyyn toimintaympäristön vahvistamisen tavoitteeseen, jossa tiedolla johtaminen on yhtenä kehittämisen kohteena (Järvinen ym., 2020, s. 26).

Etelä-Pohjanmaan matkailun tiedolla johtamisen kehittämissuunnitelma on laadittu osana Guide – Tiedolla kestävä matkailua -hanketta, jota rahoittaa Etelä-Pohjanmaan ELY-keskus Manner-Suomen maaseudun kehittämisen Maaseuturahastosta. Suunnitelman laatimiseksi perustettiin asiantuntijatyöryhmä ja osittain sen työskentelyä johti FlowHouse Oy. Laadintavaiheessa suunnitelmaa ovat myös kommentoineet hankkeen ohjausryhmä ja Etelä-Pohjanmaan Matkailufoorumin työryhmä.

Toivomme tämän kehittämissuunnitelman hyödyttävän eteläpohjalaista matkailutoimialaa ja siivittävän sen kehittymistä tiedolla johtamisen keinoin.

Seinäjoella joulukuussa 2022 kehittämissuunnitelman laatinut työryhmä¹

¹ Asiantuntijatyöryhmän jäsenet on esitelty s. 24.

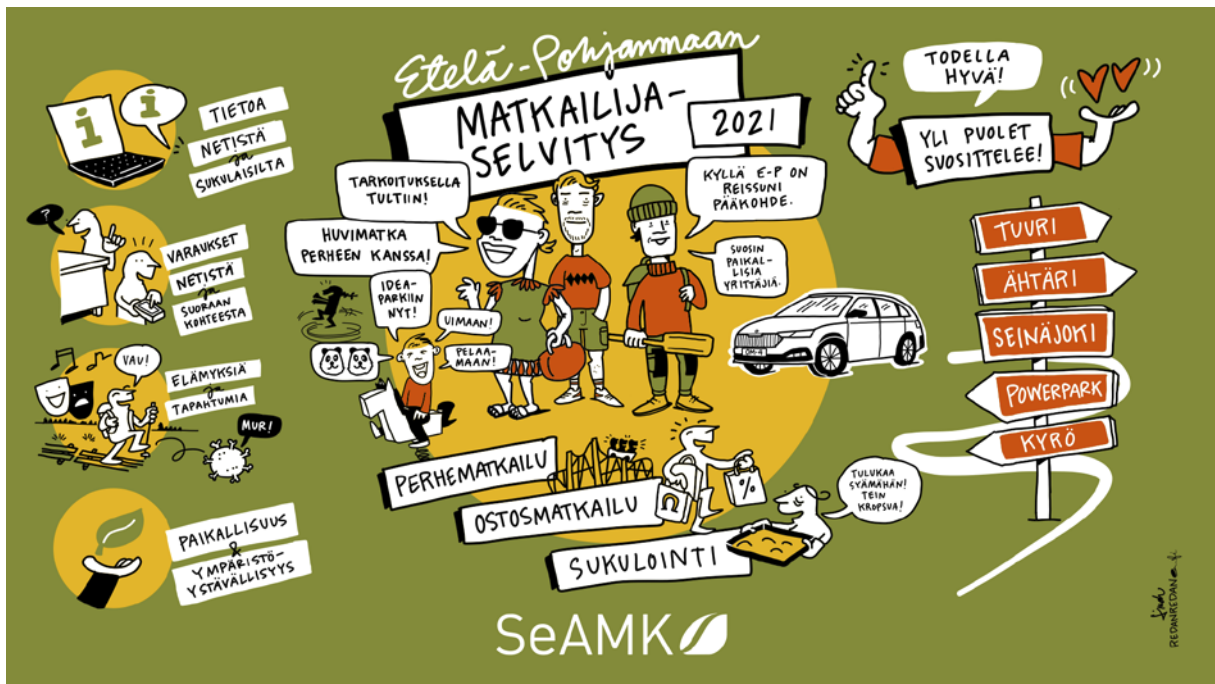
1 JOHDANTO

Tiedolla johtaminen on yksi keskeisistä matkailuliiketoimintaa ohjaavista teemoista ja yritysten kilpailukykyä parantavista kehityskohteista. Tiedolla johtaminen on datan keräämistä, analysointia ja sen levittämistä. Käytössä olevalla tiedolla voidaan kehittää koko matkailun toimialaa ja yritysten liiketoimintaa. Siitä on hyötyä esimerkiksi myynninedistämistoimien suuntaamisessa, tuotteistuksessa, hinnoittelussa, palveluprosessien kehittämisessä ja kilpailukyvyyn parantamisessa. Haasteena on tarkoituksenmukaisen ja oikean datan kerääminen, sen edelleen käsitteleminen eri sidosryhmiä hyödyttäväksi sekä millä resursseilla sitä voidaan toteuttaa. Matkailutoimialasta saatavaa tietoa kerätään usein jo toteutuneista palvelutapahtumista. Yhä useammin tavoitteena on kerätä reaaliaikaisempaa tietoa, jolloin matkailijan kulutuskäyttäytymistä voidaan ohjata tai tehdä muutoksia tarjontaan vastaamaan paremmin kysyntää. Tiedolla johtamisen kulttuuriin kuuluu myös keskeneräisyyden sietäminen. Kokonaisuutta on hyvä lähestyä pienemmissä paloissa kuitenkin järjestelmällisesti edeten.

Tiedolla johtaminen alkaa vasta kun kerättyä on tarpeeksi tarkoituksenmukaista ja relevanttia dataa. Suunnitelmallinen työ tukee kestävästä kasvusta ja menestymisestä. Tiedonhankinnan toistuvuus ja tietojen vertailtavuus antaa suurimman hyödyn pitkällä aikavälillä. Matkailualan alueellista kehittämistä varten pyritään hankkimaan ja jakamaan tietoa eri toimijoita hyödyttäen. Hankittavan tiedon lähteenä ovat niin alueen matkailupalveluita tarjoavat yritykset kuin niiden palveluita käyttävät asiakkaat. Lisäksi tietoa tuottavat esimerkiksi koulutus-, tutkimus- ja kehittämisorganisaatiot.

2 MATKAILUN TIEDOLLA JOHTAMISEN NYKYTILANNE

Suomessa suunnitelmia menetelmiseen laaditaan kansallisesti, alueellisesti, matkailukohteissa ja yksittäisissä yrityksissä. Myös maakunnassa tarve tiedolla johtamiseen on tunnustettu ja nyt laaditun Etelä-Pohjanmaan matkailun tiedolla johtamisen kehittämissuunnitelman tavoitteena on edistää eteläpohjalaisen matkailun merkittävyyden todentamista elinkeinona sekä edistää yritysten kilpailukyvyyn parantumista. Maakunnan tiedolla johtamisen suunnittelussa ja toimenpiteissä on syytä huomioida myös matkailun kansallisen tiedolla johtamisen toimintamallin tavoitteet ja etenemissuunnitelmat siltä osin kuin se on mahdollista.



Matkailijaselvityksistä saadaan muun muassa arvokasta tietoa matkailijoiden tarpeista sekä palautetta matkan onnistumisesta. Kuva: Etelä-Pohjanmaan matkailijaselvitys 2021 tiivistelmä.

Nykytilanne Etelä-Pohjanmaalla

Alueellisesti tarkasteltuna Etelä-Pohjanmaalla tiedolla johtaminen on vähäistä. Saatavilla oleva tieto perustuu pitkälti Tilastokeskukselta ja Visit Finlandin ylläpitämän Tilastopalvelu Rudolfilta saatavaan ilmaiseen dataan, jotka kerätään rekisteröidyiltä majoitusliikkeiltä. Joitain maakunnallisia selvityksiä on toteutettu säännöllisin väliajoin. Esimerkiksi matkailutoimialan tulo- ja työllisyys selvitykset on tehty vuosista 1998, 2004, 2008, 2012, 2016 ja 2019–2021. Lisäksi Etelä-Pohjanmaan matkailijaselvitykset on tehty vuosista 2010 ja 2021. Selvitykset kertovat maakunnassa vierailleista matkailijoista ja heidän näkemyksistään eteläpohjalaisista matkailupalveluista. Selvityksillä on saatu tietoa muun muassa matkustusmotiveista, tiedonhakukanavista, lomakokemuksista, kiinnostuksen kohteista ja rahankäytöstä. Matkailubarometri toteutettiin ensimmäisen kerran vuodesta 2021. Barometrilla selvitetään matkailuyritysten näkemyksiä ja suhtautumista lähitulevaisuuteen. Matkailubarometri on tarkoitus toteuttaa vuosittain.

Yksittäiset yritykset ja matkailualueet keräävät tietoa lähinnä asiakastietoihin ja -palautteisiin sekä markkinoinnin ja myynnin seuraamiseen liittyen. Olemassa olevaa tietoa ei kuitenkaan jaeta avoimesti ja siten sitä ei kyetä hyödyntämään alueellisesti. Kansallispuistojen osalta Metsähallitus toteuttaa kävijätutkimuksia, joista laaditut raportit ovat julkisia. Etelä-Pohjanmaan kansallispuistoja koskien Metsähallitus laatii tutkimukset yhteistyössä Lauhanvuori-Hämeen kangas UNESCO Global Geoparkin kanssa.

Vuonna 2019 käynnistetyn Etelä-Pohjanmaan Matkailufoorumin toiminnan yksi tavoite on edistää maakunnan matkailuimagon kehittymistä ja matkailuliiketoiminnan profiloitumista merkittäväksi elinkeinoksi. Sen tehtävänä on toimia toimintaympäristönä laajalle yhteistyölle, nostaa esiin ja käsitellä matkailuun liittyvää ajankohtaistietoa sekä suunnitella ja priorisoida tulevia toimenpiteitä alueella. Lisäksi sen tehtäväksi on määritelty organisoida alueellisen matkailutiedon kerääminen ja analysoiminen sekä viestiminen kohderyhmälle. Suunnitelma ja sen toteuttaminen tukee Matkailufoorumin toimintaa.

Matkailun kansallinen tiedolla johtamisen toimintamalli

Visit Finland käynnisti vuoden 2021 aikana koko Suomea koskevan matkailun kansallisen tiedolla johtamisen toimintamallin laatimisen. Selvitystyön loppuraportin mukaan toimintamallin taustalla on muun muassa systemaattisen yhteistyön ja kansallisen koordinoinnin tarve ja pyrkimys Suomen matkailun kilpailukyvyyn parantamiseen (Visit Finland, 2021, s. 2). Tiedolla johtamisen tavoitteeksi on asetettu: 1) selkeät ja yhdenmukaiset roolit, 2) kustannustehokkuus, 3) kansallisella tasolla koostettu laadukas ja vertailukelpoinen matkailun tieto, 4) edistyneen analytiikan ja tekoälyn edellytysten luonti ja 5) tiedolla johtamisen osaamisen edistäminen matkailualalla. Kansallinen tavoitetila toteutetaan sitouttamalla toimijoita (isot alueet / kunnat, pienet alueet / kunnat, yritykset) porrastetusti kansalliseen malliin mahdollisuuksien mukaan.



Visit Finland on laatinut kansallisen toimintamallin systemaattiselle yhteistyölle. Kuva: Visit Finland, Matkailun kansallinen tiedolla johtamisen toimintamalli - Loppuraportti, sivu 11.

Loppuraportin mukaan isojen ja pienien alueiden tulisi toimia linjassa Visit Finlandin kanssa kansallisen yhteistyön mahdollistamiseksi (Visit Finland, 2021, s. 39). Toimintamallissa on esitetty pienten alueiden/kuntien, joksi Etelä-Pohjanmaa voidaan katsoa kuuluvan, kanssa tehtäväksi yhteistyöksi seuraavaa:

Asiakkuudet:

- yhteisten ja erillisten asiakassegmenttien tunnistaminen alueille

Palvelut:

- palveluiden kohdistaminen segmentteihin, joista saadaan korkein panos-tuotos-suhde
- suurien alueiden palveluiden benchmarkkaus ja hyödyntäminen
- rajoitetumpi palveluvalikoima

Arkkitehtuuri (järjestelmät/teknologiat, standardit, hallinto):

- suurten alueiden arkkitehtuurin hyödyntäminen
- alueiden yhteinen ja yhtenäinen data governance (hallinnointi)

Ansaintamalli ja rahoitus:

- yhteinen kustannusjakomalli, joka ottaa huomioon alueiden kokoluokan ja resurssit
- maksullisten palveluiden tuotot
- kaupunki- ja hankerahoitusten hyödyntäminen yhteistyön ja tiedolla johtamisen jalkauttamiseksi

Visit Finland on laatinut lisäksi matkailun tiedolla johtamisen käsikirjan yritysten ja alueorganisaatioiden käyttöön. Käsikirjassa on esitetty muuan muassa matkailutiedon eri osa-alueet, jotka ovat: asiakasymmärrys, vaikuttavuus, palvelutuotanto ja -kehitys, kestävä kehitys, turvallisuus, riskienhallinta ja infrastruktuuri käyttöön (Visit Finland, i.a., s. 10). Näitä voidaan hyödyntää asiakasymmärryksen ja palvelutarjonnan rakentamisessa.

Käsikirjassa on kuvattu mitä tietoa osa-alueet pitävät sisällään sekä ketkä voivat hyödyntää tietoa ja miten (Visit Finland, i.a, s. 11–16). Käsikirjassa matkailutiedon osa-alueet on selitetty seuraavasti:

Asiakasymmärrys käsittää muun muassa matkailijoiden liikkumisen, majoituksen, rahankäytön sekä käyttäytymisen verkossa. Tiedon avulla voidaan määrittää erilaisia matkailijaprofiileja, joille voidaan kohdentaa markkinointia sekä kehittää parempia palveluja. Asiakasymmärrys on tärkeää ennustamiselle, suunnittelulle ja päätöksenteolle koko matkailualalla eli se auttaa operatiivisen toiminnan suunnittelussa ja myynnin kohdentamisessa.

Vaikuttavuudella mitataan toimenpiteiden panos/tuotossuhdetta. Vaikuttavuuden mittaamisen perusteella resursseja voidaan käyttää tehokkaasti ja asiakaspalveluiden tarvelähtöisyyttä parantaa. Ymmärrys matkailun kokonaisvaltaisesta taloudellisesta vaikutuksesta tukee päätöksentekoa yrityksissä.

Matkailun palvelutuotannon ja kehittämisen edistämiseksi kerätään ja hyödynnetään muun muassa tuotetietoa, asiakaspalautetta palveluista ja verkkokaupasta sekä dataa operatiivisesta toiminnasta, esimerkiksi henkilöstömäärästä ja varaustilanteesta. Jatkuva palvelutuotannon analysointi mahdollistaa palveluiden ja operatiivisen toiminnan kehittämisen. Infra-, tuote- sekä digikanavien käyttödata edesauttaa markkinointia, suunnittelua ja palveluiden optimointia.

Matkailun kestävä kehitys käsittää muun muassa hiilijalanjäljen ja päästöjen mittaamisen, biologisen ja kulttuurillisen monimuotoisuuden hallinnan sekä tasa-arvon ja tasavertaisuuden kehittämisen. Kestävän matkailun tiedon hankinnalla ja hyödyntämisellä voidaan tunnistaa ja edistää kestäviä mahdollisuuksia, tehdä vihreämpiä päätöksiä, vähentää ympäristö- ja sosiaalisia riskejä sekä seurata kestävyystavoitteiden, kuten hiilineutraalisuuden, toteutumista kansallisella sekä yritystasolla. Ympäristödata tukee kestävä liiketoiminnan edistämistä sekä riskienhallintaa.

Turvallisuustieto käsittää onnettomuustilastot, riskipaikat, liikkumisen riskialueilla ja terveysturvallisuuden. Tiedon avulla voidaan suunnitella turvallisempia ja toimivampia tapahtumia, ennaltaehkäistä onnettomuuksia sekä tiedottaa matkailijoille riskeistä matkustusalueella. Onnettomuus-, riski- ja terveysturvallisuusdata auttaa ennaltaehkäisyssä ja infrastruktuurin suunnittelussa.

Riskienhallinta ja infrastruktuuri käsittää matkailurajoitukset, matkailuun liittyvät uutiset, viisumisäädökset ja säätiedot. Tietoa hyödynnetään kokonaisvaltaisesti matkailussa riskien hallitsemiseksi ja infrastruktuurin edistämiseksi. Julkinen data määrittää riskienhallintaa ja infrastruktuurin optimointia.

3 ETELÄ-POHJANMAAN MATKAILUN TIEDOLLA JOHTAMISEN KEHITTÄMISSUUNNITELMA

Kehittämissuunnitelma luo suuntaviivat, joita seuraamalla tiedolla johtaminen matkailutoimialalla lisääntyy ja kehittyy vastaten alueen tarpeisiin mahdollisuuksien mukaan.

Suunnitelma pitää sisällään seuraavat osa-alueet:

- tietotarpeet,
- visio ja missio,
- päätavoite,
- lyhyen ja pitkän aikavälin tavoitteet toimenpiteineen ja
- seurantamittarit.

Tietotarpeet

Asiantuntijatyöryhmä määritteli tiedon tarpeellisuuden seuraavasti: ”Tietoa tarvitaan, jotta voimme tehdä faktaan perustuvia liiketoimintaa kehittäviä päätöksiä. Lisäksi tietoa tarvitaan toiminnan suunnittelun tueksi, jotta osataan suunnata panostukset oikein ja osataan kohdentaa toimia toimenpiteisiin, jotka vaativat parannusta.”

Tiedolla johtamisen keskiössä on asiakas. Tiedon hankinnan perustana on asiakaspolun asiakasymmärryksen lisääminen ja matkailijan ostopolun hallinta. Tavoitteena on saada selville missä mahdollisissa asiakaspolun vaiheissa asiakas on kohdattavissa ja millaisia tarpeita ja/tai kysymyksiä asiakkaalla on. Onko tarvittavaa tietoa käytössä ja kykyä vastata asiakkaan tarpeeseen – ylipäätään tunnetaanko alueella matkailevat asiakkaat.

Suunnitelman laatimiseksi asiantuntijatyöryhmä tarkasteli tietotarpeita yritysten, organisaatioiden ja alueen eli Etelä-Pohjanmaan näkökulmista sekä kansallisesta ja kansainvälisestä näkökulmasta.

Yritys- ja organisaatiotasolla ensisijaisesti haetaan tietoa asiakkaista (asiakasymmärrys) ja mitä kanavia he käyttävät palveluiden löytämiseksi.

Alueen eli Etelä-Pohjamaan näkökulmasta tarkasteltuna tietoa tarvitaan vetovoimiteijöistä ja matkailuimagosta, kuinka asiakas näkee ja kokee alueen matkailutarjonnan ja sen houkuttelevuuden. Lisäksi tarvitaan tietoa mm. matkailijamääristä, matkailutulosta ja viipymästä.

Suomen näkökulmasta tarkasteltuna halutaan kansallista vertailutietoa, mihin Etelä-Pohjanmaa asettuu vertaillessa muihin maakuntiin, matkailualueisiin ja/tai kärkekohteisiin. Millä eri tekijöillä matkailualueet profiloituvat ja miten Etelä-Pohjanmaa erottuu edukseen.

Kansainvälisellä tasolla tiedontarve keskittyy asiakkaan tekemiin valintoihin ja taustalla vaikuttaviin tekijöihin, kuten millainen on kv-matkailijaan vetoava matkailutuote, mitkä ovat ostopäätöksen perusteet, millainen viestintä puhuttelee haluamiamme kohderyhmiä ja minkä kanavien kautta heidät tavoitetaan.

Käytettävissä olevalla tiedolla tavoitellaan parempaa liiketoimintaa ja parempaa asiakaskokemusta. Tieto antaa mahdollisuuden hankkia sellaisia digitaalisia alustoja ja palveluita, joita asiakkaat käyttävät tai osaavat käyttää. Lisäksi tavoitetaan paremmin oikeat asiakasryhmät, jotka ovat valmiita ostamaan eteläpohjalaisia matkailupalveluita.

Matkailun tiedolla johtamisen tietotarpeet ryhmiteltynä viiteen kategoriaan:

- 1) Kysyntä ja asiakastarpeet
- 2) Asiakaspolku ja markkinointi
- 3) Asiakaskokemus
- 4) Saavutettavuus
- 5) Alue ja alueorganisaatio (DMO)

Kysyntä ja asiakastarpeet

Kysynnästä kertovaa dataa on hankittavissa liittyen mm. majoitusvarauksiin, aktiviteetteihin, hakukonekäyttäytymiseen ja asiakastarpeisiin. Asiakastarpeisiin liittyen on mahdollista hankkia esimerkiksi kansainvälisen matkailun markkinoinnissa ja myynnissä käytettäviä asiakaskohderyhmätutkimuksia. Hankitulla tiedolla voidaan seurata (mitata) esimerkiksi varaustilanteen ja myynnin kehittymistä, asiakkaiden kiinnostuksen kohteita, Google-hakuja ja markkinapotentiaalia.

Asiakaspolku ja markkinointi

Aihealueesta saatavaa dataa on kerättävissä mm. asiakkaan tavoitettavuudesta, sitoutumisesta, verkkopalveluiden käytöstä ja asiakasprofiileista. Hankittua tietoa voidaan hyödyntää esimerkiksi seuraamalla toimenpiteiden konversioita eli asiakkaan suorittamia mitattavia toimenpiteitä (esimerkiksi ostos verkkokaupasta, ajanvaraus, tarjouspyynnön jättäminen, linkklikkaukset) ja saatuja hyötyjä syntyneisiin kustannuksiin nähden.

Asiakaskokemus

Asiakaskokemuksista saatavaa dataa on kerättävissä erilaisilla kyselyillä, selvityksillä ja tutkimuksilla. Palautteita asiakaskokemuksista on saatavilla myös verkossa toimivilta matkatoimistoilta eli ns. OTA-kanavilta. Lisäksi asiakkaiden kokemuksia ja palautteita on kerättävissä ja saatavilla valmiiksi analysoituna esimerkiksi sosiaalisen median hallinta- ja seurantatyökaluilla sekä julkisista palautekanavista, kuten Google Business Profile ja Tripadvisor.

Saavutettavuus

Matkailua hyödyttävää tietoa on saatavilla lento-, raide-, maantie- ja lauttaliikenteestä esimerkiksi kävijämäärien seurannan osalta.

Alue ja alueorganisaatio (DMO)

Alueellisesti matkailuelinkeinosta ja -yrityksistä saatavaa dataa voidaan seurata esimerkiksi matkailutulon kautta, liikevaihtoa ja työllisyyttä seuraamalla, yritysten kansainvälisyys- ja digivalmiuksia seuraamalla tai kestävän matkailuun liittyvillä vastuullisuusteoilla kuten STF-merkeillä. Alueorganisaatioilla on perinteisesti keskeinen rooli Suomessa tiedon kerääjinä ja levittäjinä. Alueorganisaatiota Etelä-Pohjanmaalla edustaa Visit Lakeus Oy.

Visio ja missio

Asiantuntijatyöryhmä asetti eteläpohjalaisen matkailun tiedolla johtamiselle tavoitetilan eli vision, jonka tulisi toteutua vuoteen 2028 mennessä. Ajanjakso määriteltiin Etelä-Pohjanmaan matkailustrategiaa 2020–2028 mukaillen. Missio puolestaan kertoo sen mitä halutaan pysyvästi tehdä ja mihin halutaan pidemmällä aikavälillä päästä.

VISIO:

Eteläpohjalaista matkailua johdetaan ja kehitetään johdonmukaisesti tietoon perustuen.

MISSIO:

Alueen avaintoimijat johtavat esimerkillä ja aktivoivat sidosryhmiä jakamaan ja hyödyntämään tietoa asiakasymmärryksen kasvattamiseksi ja liiketoiminnan kehittämiseksi.

Tavoitteet ja toimenpiteet

Tiedolla johtamiselle asetettiin päätavoite sekä lyhyen ja pidemmän aikavälin tavoitteet toimenpiteineen. Lisäksi valittiin seurantamittarit, joilla tiedolla johtamisen prosessin etenemistä voidaan seurata.

PÄÄTAVOITE:

Tiedolla johdettu matkailualue, jonka seurauksena yritysten kilpailukyky on parantunut ja eteläpohjalaisen matkailun ja sen merkittävyyden osoittaminen elinkeinona voidaan todentaa.

LYHYEN AIKAVÄLIN TAVOITE:

Sitoutetaan matkailutoimijat ja keskeiset sidosryhmät alueen kehittämiseen tiedolla johtamisen avulla. Lisäksi tiedonkeruu on aloitettu ja ensimmäisiä konkreettisia tuloksia voidaan esittää.

Lyhyen aikavälin, vuoden 2024 loppuun mennessä, tehdyiksi toimenpiteiksi määriteltiin:

- valitaan konkreettisimmat aluetta hyödyttävät tietolähteet
- tehtävä työnjako
- sovittava mihin tieto kerätään
- valmentaa, osallistaa ja sitouttaa matkailutoimijat ja sidosryhmät tiedolla johtamiseen
- osoittaa tiedolla johtamisen tärkeys alueen toimijoille konkreettisin esimerkein
- aktiivinen tiedottaminen

PITKÄN AIKAVÄLIN TAVOITE:

Vakiinnutetaan tiedonkeruu, analysointi ja tiedon jakaminen normaaliksi toiminnaksi alueen yrityksissä ja kehittäjillä.

Pidemmän aikavälin, vuoden 2024 jälkeen tapahtuviksi, toimenpiteiksi määriteltiin:

- varmistaa tiedolla johtamisen jatkuvuus ja resurssit
- tarvittavan, ajantasaisen ja mitattavissa olevan datan ostaminen
- yritysten sitouttaminen datan tuottamiseen
- säännöllinen tiedon tarkempi analysointi ja jalostaminen helposti hyödynnettävään muotoon eri toimijoiden käyttöön
- osoittamaan hankitulla tiedolla vertailtavuuden esimerkiksi muihin matkailumaakuntiin tai matkailukohteisiin

Seurantamittarit

Tiedolla johtaminen on prosessi, jonka kehitystä on seurattava. Etelä-Pohjanmaan Matkailufoorumin tehtäväksi on määritelty organisoida alueellisen matkailutiedon kerääminen, analysointi ja viestiminen. Sen tehtäväksi sopii näin ollen myös seurata prosessin etenemistä.

Tiedolla johtamisen etenemistä seurataan seuraavilla mittareilla:

- kerätyllä tiedolla on säilytyspaikka
- voidaan esittää konkreettisia tuloksia, kuinka tietoa on käytetty hyväksi
- tiedon siirtyminen yrityksille päätöksenteon pohjaksi
- uusia tavoitteita on asetettu
- on olemassa vertailtavaa dataa
- sitoumukset resurssien ja toimijoiden osalta

4 MATKAILUN KESTÄVYYDEN MITTAAMINEN

Matkailutoimialalla osana tiedolla johtamista tulee huomioida myös kestävyys ja vastuulliset valinnat, jotka ohjaavat yhä enenevässä määrin julkista päätöksentekoa sekä matkailuun suunnattua rahoitusta. Kestävän matkailun kehittäminen turvaa myös matkailualan kilpailukykyä. Kansallisesti kestävä matkailun edistämiseksi Visit Finland on määritellyt kestävyden indikaattorit eli järjestelmän, jolla voidaan mitata matkailun kestävyttä. Kohti kestävä matkailua Etelä-Pohjanmaalla -hankkeessa laadittiin Etelä-Pohjanmaan matkailun vastuullisuustyön suunnitelma (Jyllilä ym., 2022). Sen tarkoituksena on toimia ohjenuorana eteläpohjalaisen matkailun vastuullisuuden kehittämisessä tulevien vuosien aikana.

Kestävyyden indikaattorit

Visit Finlandin kestävyden indikaattorijärjestelmällä mitataan matkailun kestävyttä erilaisten laadullisten mittareiden eli indikaattoreiden avulla (Visit Finland, 2020). Järjestelmän tavoitteena on tukea matkailualueiden ja yritysten kestävä matkailun kehittämissuunnitelmien rakentamista ja seuranta. Työn tuloksena saadaan vertailukelpoista, säännöllisesti kerättyä ja ajallisesti oikeaa, sopivaa sekä visuaalista tietoa kuvaamaan matkailualan kestävyden tilaa. Tällä halutaan helpottaa päätöksentekoa ja suunnittelua. Indikaattorit ovat osa Visit Finlandin tiedolla johtamisen tavoitteita ja ne toimivat myös vastuullisesti johdetun matkailuyrityksen ja -kohteen työkaluna. Indikaattorit ovat osa Visit Finlandin Sustainable Travel Finland -vastuullisuusohjelmaa ja indikaattorityökalut ovatkin ensisijaisesti STF-ohjelmassa mukana olevien käytössä. Indikaattorijärjestelmä otetaan käyttöön asteittain.

Indikaattoreissa on huomioitu kaikki kestävyden osa-alueet: kohteen hallinta, taloudellinen arvo, sosiaalinen ja kulttuurinen vaikuttavuus sekä ympäristövaikutukset. Osa indikaattoreista on kaikille soveltuvia ja osa vaihtoehtoisia toimialasta, -paikasta ja -ympäristöstä riippuen. Järjestelmä sisältää kansallisen, destinaatio- ja yritystason indikaattoreita.

Kohteen hallinnan indikaattoreilla mitataan kestävä matkailun politiikkaan, matkailun kestävä hallintaan matkailuyrityksissä ja asiakkaan tyytyväisyyteen liittyviä asioita. Taloudellisen arvon mittaamisessa kiinnitetään huomioita matkailijavirtaan, matkailuyritysten suorituskykyyn sekä työntekijöiden määrään ja laatuun. Sosiaalisen ja kulttuurisen vaikuttavuuden indikaattorit keskittyvät yhteisöllisen/sosiaalisen vaikutuksen, tasa-arvon, tasavertaisuuden/esteettömyyden sekä kulttuuriperinnön ja paikallisen identiteetin suojelemisen ja säilyttämisen arviointiin. Ympäristövaikutuksen mittaamiseen liittyvissä indikaattoreissa huomioidaan liikenne ja ilmastonmuutos, jätehuolto, veden- ja energiankulutus sekä maiseman ja biologisen monimuotoisuuden hallinnointi.



**SUSTAINABLE
TRAVEL
FINLAND™**

STF-merkillä viestitään matkailuyritysten ja -toimijoiden kestävästä toiminnasta.
Kuva: Visit Finland

Etelä-Pohjanmaan matkailun vastuullisuustyön suunnitelma

Vastuullisuustyön suunnitelma sisältää tavoitteet vuoteen 2028 sekä toimenpidesuunnitelman vuoteen 2025 (Jyllilä ym., 2022). Toimenpide-ehdotuksia on laadittu sekä matkailuyrityksille että kehittäjille. Suunnitelmaan mukaan otetut tavoitteet ja toimenpiteet tukevat matkailun tiedolla johtamista. Yhtenä toimenpiteenä on matkailun kestävyuden mittaaminen ja seurannan edistäminen maakunnan tasolla (mts. 22). Tässä voidaan hyödyntää Visit Finlandin indikaattoreita ja tutkimusorganisaatioiden toteuttamia selvityksiä. Toimenpiteessä on korostettu myös niiden yritysten vastuuta todentaa matkailun kestävyttä, jotka eivät ole mukana STF-ohjelmassa ja eivätkä näin pysty hyödyntämään sitä kautta saatavilla olevia indikaattoreita.

5 TOIMINTASUUNNITELMA LYHYEN AIKAVÄLIN TOIMENPITEILLE

Etelä-Pohjanmaan matkailun tiedolla johtamisen kehittämissuunnitelman laatinut asiantuntijatyöryhmä otti kantaa myös lyhyen aikavälin toimenpiteisiin valitsemalla konkreettisia aluetta hyödyttäviä tietolähteitä eli millaisten tietojen keräämisestä lähdetään liikkeelle kohti tiedolla johdettua matkailualuetta. Kerättävä tieto on jaettu kahteen osaan: 1) markkinoinnin ja myynnin seurannan mittaaminen sekä 2) matkailun alueellisen toimintaympäristön ja toimialan kehittämisen kuvaus.

Markkinoinnin ja myynnin seurannan mittaaminen	Toimialan kehittämisen kuvaus
1. Matkailijoiden hakukonekäyttäytyminen	1. Matkailupalveluita tarjoavat yritykset, yhdistykset tms.
2. Majoitustilastot	2. Alueella toimivat matkailuyhdistykset ja -yhtiöt
3. Matkailijaselvitykset	3. Matkailualaan suunnattu rahoitus
4. Matkailukohteiden kävijämäärät	4. Etelä-Pohjanmaan matkailubarometri
5. Tapahtumien kävijämäärät	5. STF-sertifioitujen matkailuyritysten määrä
6. Kansallispuistojen käyntimäärät	6. Matkailuyritysten digivalmius
7. DataHub	

Markkinoinnin ja myynnin seurannan mittaaminen

Myynnin ja markkinoinnin seurannalla vastataan ensisijaisesti elinkeinon eli matkailualalla toimivien yritysten ja muiden matkailupalveluita tuottavien toimijoiden tarpeeseen saada tietoa matkailijoista päätöksenteon tueksi myynnin ja markkinoinnin toimenpiteisiin.

1) Matkailijoiden hakukonekäyttäytyminen

- › Antaa tietoa matkailijoiden tiedonhaun tavoista ja käytetyistä välineistä, matkailijoiden tarpeista ja ostokäyttäytymisestä.
- › Päivitystiheys: Päivitystiheydestä sovitessa on otettava huomioon alueen eri matkailutoimijoiden tarpeet.
- › Tietolähteet: Tietoa tuottavat ennalta sovitut tahot yhteisesti sopien. Tahoja ovat esimerkiksi alueorganisaatio, järjestäytyneimmät matkailuyhtiöt ja visit-organisaatiot omien käytössä olevien tietolähteidensä kautta.

Tiedon tuottamiseen ovat sitoutuneet Visit Lakeus Oy, Ähtärin Matkailu Oy ja Lauhanvuori-Hämeen kangas UNESCO Global Geopark. Mukana olevat tahot sopivat keskenään toimintamallin siitä mitä dataa kerätään ja miten sekä kuinka tietoa jaetaan edelleen alueelle matkailutoimijoille. Mukaan voi liittyä myös kaikki kiinnostuneet yritykset ja muut toimijat halutessaan.

2) Majoitustilastot

- › Majoitustilasto kuvaa majoituspalvelujen tarjontaa ja käyttöä sekä tietoja palvelujen käyttäjistä ja yöpymisten määristä.
- › Sisältää tietoa majoitusliikkeiden, huoneiden ja vuoteiden määrästä, kapasiteetin käyttöasteesta, saapuneista vieraista asuinmaan mukaan, yöpymisistä asuinmaan ja matkan tarkoituksen mukaan, hotellihuoneiden keskihinnosta ja yöpymisen keskihinnosta erityyppisissä majoitusliikkeissä.
- › Tilastokeskuksen tilastoinnin piiriin kuuluvat majoitusliikkeet, joissa on vähintään 20 vuodepaikkaa tai sähköpistokkeella varustettua matkailuvaunupaikkaa sekä retkeilymajat. Tiedonhankinnan tavoitteena ja kehittämiskohteena on saada mukaan myös majoitusyrityksiä, jotka eivät ole tiedonantovelvollisia.
- › Päivitystiheys: Kuukausittain ja vuosittain. Tilastoinnin pohjana olevan majoitusrekisterin tiedot päivitetään vuosittain.
- › Tietolähteet: Tilastokeskus ja Visit Finlandin Tilastopalvelu Rudolf. Palvelu on ilmainen.

3) Matkailijaselvitykset

- › Antaa tietoa maakunnassa vierailleista matkailijoista ja heidän näkemyksistään alueen matkailupalveluista, matkustusmotiveista, kiinnostuksen kohteista tiedonhakukanavista, lomakokemuksista, ja rahankäytöstä.
- › Päivitystiheys: Toteutetaan säännöllisesti, esimerkiksi laajempaan selvityksenä noin 3–4 vuoden välein ja supistettuna 1–2 vuoden välein.
- › Tietolähde: Toteuttamisen vastuutahona ensisijaisesti SeAMK.

4) Matkailukohteiden kävijämäärät

- › Antaa tietoa alueen matkailuyritysten ja -kohteiden kiinnostuksesta matkailijoiden keskuudessa ja kerryttää vertailutietoa siitä, kuinka kävijämäärät kehittyvät.
- › Päivitystiheys: Toteutetaan vuosittain ja/tai sesongeittain.
- › Tietolähde: Tiedonkeruun kohteena ovat alueen matkailupalveluita tuottavat toimijat. Tiedonkeruuta varten on tärkeää määritellä kriteerit ja perusteet, millaisista matkailukohteista kävijämäärätietoja halutaan selvittää. Tiedonkeruun toteuttaa alueorganisaatio Visit Lakeus Oy.

5) Tapahtumien kävijämäärät

- › Antaa tietoa alueen tapahtumien kiinnostuksesta matkailijoiden keskuudessa ja kerryttää vertailutietoa siitä, kuinka tapahtumien kävijämäärät kehittyvät.
- › Päivitystiheys: Toteutetaan vuosittain ja/tai sesongeittain.
- › Tietolähde: Tiedonkeruun kohteena ovat alueen tapahtumia tuottavat toimijat. Tiedonkeruuta varten on tärkeää määritellä kriteerit ja perusteet, millaisista tapahtumista kävijämäärätietoja halutaan selvittää. Tiedonkeruun toteuttaa alueorganisaatio Visit Lakeus Oy.

6) Kansallispuistojen käyntimäärät

- › Antaa tietoa kansallispuistojen kävijämäärästä ja niiden kehityksestä vuosittain.
- › Tiedonkeräyksen kohteina: Kauhanevan-Pohjankankaan kansallispuisto ja Lauhanvuoren kansallispuisto.
- › Käyntimäärien lisäksi toteutetaan kävijätutkimus, jolla kerätään tietoa mm. kävijöistä, kävijöiden retkikohteista kansallispuiston sisällä, viiptyväisyydestä, vierailun motiveista, tyytyväisyydestä vierailuun ja rahankäytöstä. Kävijätutkimuksella saadaan tietoa myös paikallistaloudellisista vaikutuksista (kokonaistulovaikutus, kokonaistyöllisyysvaikutus). Lisäksi tutkimuksessa on hyvinvointiin ja terveysvaikutuksiin liittyvä kysely. Viimeisin kävijätutkimus on tehty 2020.
- › Päivitystiheys: Käyntimäärät ilmoitetaan 2 kertaa vuodessa. Kävijätutkimus toteutetaan noin viiden vuoden välein.
- › Tietolähde: Metsähallitus, mukana Lauhanvuori-Hämeen kangas UNESCO Global Geopark.

7) DataHub

- › Visit Finlandin ylläpitämä tietokanta, johon matkailuyritykset ja matkailupalveluita tuottavat toimijat voivat tallentaa milloin tahansa ilmaiseksi yritys-, tuote- ja palvelutietoja kotimaisen ja kansainvälisen matkailualan käyttöön.
- › Alueorganisaatiot voivat julkaista tuotetietoja omilla verkkosivuillaan ja kauppapaikoillaan. Myös muut kotimaiset ja kansainväliset matkailuverkkosivustot, markkinapaikat ja applikaatiot voivat hakea ja hyödyntää DataHubin tuotetietoja.
- › DataHubin avulla seurataan eteläpohjalaisen matkailuyritysten kansainvälistymistä.
- › Päivitystiheys: Puolivuosittain.
- › Tietolähteet: Visit Finland, Visit Lakeus Oy, Lauhanvuori-Hämeen kangas UNESCO Global Geopark.



Tiedonkeräyksen kohteita on erilaisia, esimerkiksi matkailuyritysten ja tapahtumien kävijämääristä kansallispuistojen käyntimääriin. Kuva: Lauhanvuori-Hämeen kangas UNESCO Global Geopark, kuvaaja: Terttu Hermansson

Matkailun alueellisen toimintaympäristön ja toimialan kehittämisen kuvaus

Alueen matkailualan toimijoiden, toimintaympäristön ja kehittämistoimien kuvauksella vastataan tarpeeseen todentaa toimialan merkittävyys elinkeinona.

1) Matkailupalveluita tarjoavat yritykset, yhdistykset tms.

- › Kertoo maakunnan alueella toimivat yritykset ja muut toimijat kuten yhdistykset, niiden lukumäärän, toimialat ja kapasiteettitiedot
- › Päivitystiheys: vuosittain
- › Tietolähde: Matkailun Yritysrekisteri Pohjanmaan Kautta (Omistus- ja käyttö-oikeus Visit Lakeus Oy ja SeAMK).

2) Alueella toimivat matkailuyhdistykset ja -yhtiöt

- › Kertoo miten Etelä-Pohjanmaan alueella toimivat matkailupalveluita tuottavat toimijat ovat järjestäytyneet.
- › Päivitystiheys: Vuosittain
- › Tietolähde: Etelä-Pohjanmaa Matkailufoorumi

3) Matkailualaan suunnattu rahoitus

- › Kertoo vuosittain matkailualan kehittämiseen suunnatut eurot ja yrityksille suunnatut investointiavustukset.
- › Päivitystiheys: Vuosittain.
- › Tietolähteet: Matkailuhankkeita ja yritysinvestointeja rahoittavat tahot; ELY-keskus, Etelä-Pohjanmaan liitto ja Leader-toimintaryhmät. Kokoaja SeAMK.

4) Etelä-Pohjanmaan matkailubarometri

- › Antaa tietoa eteläpohjalaisesta matkailutoimialasta sekä yrittäjien näkemyksistä ja suhtautumisesta lähitulevaisuuteen. Sisältää tietoa matkailualan yritysten työllistävyydestä, matkailutoiminnasta syntyvästä liikevaihdosta ja liiketoiminnan kannattavuudesta sekä investointi- ja kehittämishalukkuudesta ja tulevaisuuden näkymistä. Lisäksi barometrilla voidaan tarkastella ajankohtaisia teemoja ja ilmiöitä.
- › Päivitystiheys: Vuosittain
- › Tietolähde: Toteuttamisen vastuutahona SeAMK.

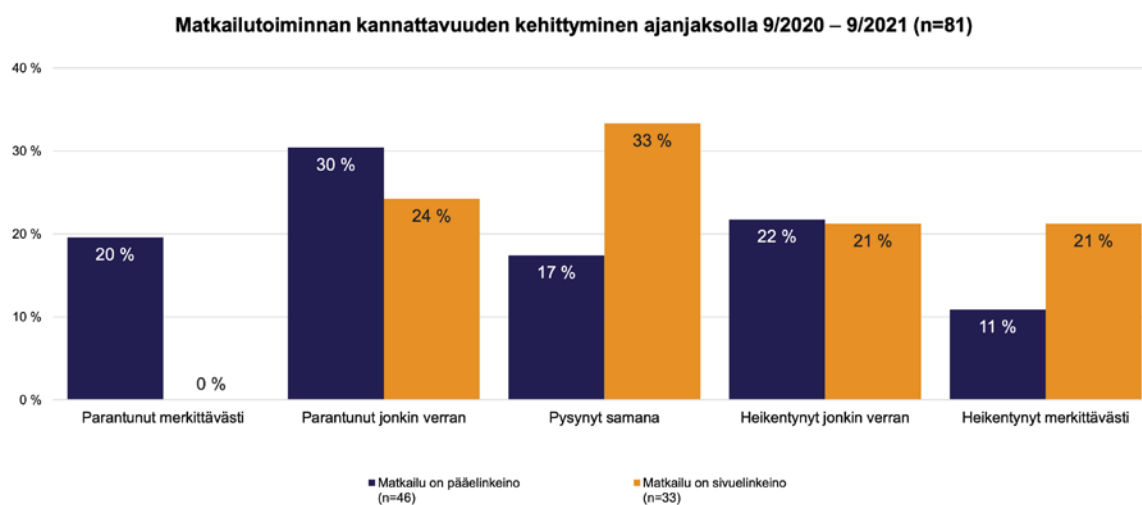
5) STF-sertifioitujen matkailuyritysten määrä

- Kertoo Visit Finlandin Sustainable Travel Finland (STF) -ohjelmaan sitoutuneiden ja STF-merkin saaneiden yritysten lukumäärän. STF-merkki kertoo yritysten sitoutumisesta kestäväan matkailuun ja vastuullisiin tekoihin liiketoiminnassaan. STF-merkin saaneilla yrityksillä on käytössään jokin ympäristösertifikaatti, joka on myös STF-merkin saamisen edellytyksenä.
- Päivitystiheys: Vuosittain.
- Tietolähteet: Visit Finland, Visit Lakeus Oy, Lauhanvuori-Hämeen kangas UNESCO Global Geopark.

6) Matkailuyritysten digivalmius

- Käytetään Visit Finlandin digivalmiuskyselyä.
- Kertoo matkailuyritysten digitaalisen osaamisen tasosta, digitaalisten kanavien käytöstä ja resursseista ja sen kehittymisestä.
- Tulosten avulla yrityksiä voidaan neuvota paremmin digivalinnoissa ja verrata alueen yritysten osaamistasoa muihin alueisiin.
- Visit Finland hyödyntää tuloksia myös kansallisen tason seurannassa.
- Päivitystiheys: Vuosittain. Visit Finlandin suositus on toteuttaa kysely vuoden kolmannella neljänneksellä.
- Tietolähde: Alueorganisaatio Visit Lakeus Oy.

Matkailutoiminnan liikevaihto



Matkailubarometrillä voidaan selvittää esimerkiksi matkailutoiminnasta saatavaa liikevaihtoa. Kuva: Etelä-Pohjanmaan matkailubarometri 2021, Kyselyn tulokset, sivu 24.

Suunnitelman toteutumisen ja tiedolla johtamisen onnistumisen edellytyksenä on tiedonsaannin avoimuus. Kerätty tieto ei voi olla vain joidenkin toimijoiden omaisuutta, vaan sen pitää olla useiden käytettävissä. Siksi on tärkeää ratkaista mihin tieto kerätään ja kuinka se on mahdollisimman monen saavutettavissa. Yleensä tätä tarkoitusta varten hankitaan jokin ohjelmisto.

Tiedon esittämisessä käytetään usein niin sanottuja dashboardeja. Dashboardilla tarkoitetaan raportointityökalua, jossa datasta on tuotettu visuaalisesti toteutettu näkymä, ja jossa on esillä tietoja ja lukuja selkeästi esitettynä. Hyvin toteutettu dashboard on tehokas työkalu, mutta vaatii resursseja, koska tietolähteitä voi olla useita.

Sen lisäksi, että kerättyä dataa on saatavilla tarvittaessa, on sitä tarpeen myös analysoida. Mitä luvut tarkoittavat ja mitkä ovat taustalla vaikuttavat syyt. Analysoitua tietoa voidaan esittää kohderyhmälle myös keskitetysti. Etelä-Pohjanmaan Matkailufoorumi on sopiva taho tiedon jakamiselle ja siitä seuraavalle keskustelulle. Matkailufoorumin työryhmää voidaan laajentaa tarvittaessa. Työryhmä käy säännöllisesti läpi kerätyn tiedon ja mahdollisesti laativat tulosten perusteella myös suosituksia ja toimenpide-ehdotuksia.



6 LOPUKSI

Etelä-Pohjanmaan matkailun tiedolla johtamisen kehittämissuunnitelma on laadittu ennen kaikkea siitä näkökulmasta, että sen tulee hyödyttää laajasti koko matkailuelinkeinoa. Suunnitelman käyttöönoton ja siihen sitoutumisen edellytyksenä on tiedolla johtamisen teeman ja itse suunnitelman tunnetuksi tekeminen kaikille matkailun kohderyhmille. Tiedolla johtamisen kulttuuriin kuuluu tavoitteellisuus ja johdonmukaisuus, ja nyt laaditun suunnitelman yksi keskeinen tavoite onkin luoda kokonaiskuva siitä, kuinka tiedolla johtamista tulisi toteuttaa Etelä-Pohjanmaalla sekä lyhyellä että pitkällä aikavälillä. Suunnitelmaan mukaan otettujen toimenpiteiden valinnassa on pyritty huomioimaan mahdollisimman realistisesti käytössä olevat resurssit, mutta kuitenkin niin, että tiedon hankinta ja tuottaminen lisääntyvät ajan myötä ja sitä varten tarvittavia resursseja kyettäisiin lisäämään.

Tietoa voidaan hankkia eri tavoin; keräämällä sitä alueelta eri toimijoilta, hyödyntämällä ilmaiseksi saatavaa avointa dataa ja ostamalla kohdennettua dataa. Tiedolla johtamisen etuja voidaan osoittaa nopeastikin, mutta säännöllisesti tapahtuvan ja vertailukelpoisen tiedon kerääminen ovat usein perusteltujen päätösten ja kehittämistoimenpiteiden taustalla. Suunnitelmassa esitettyjen tavoitteiden saavuttamiseksi ja toimenpiteiden toteutumisen edellytyksenä on, että tiedolla johtaminen kyetään esittämään matkailualalla mukana oleville eri kohderyhmille ymmärrettävästi ja mitä se käytännötoimina tarkoittaisi. Suunnitelman laatinut työryhmä korostaa sitä, että tiedonkeruun onnistumisen taustalla on matkailutoimijoiden motivaation ylläpitäminen teemaa kohtaan ja tiedonkeruun hyötynäkökulmien osoittaminen. Tämä voidaan toteuttaa muun muassa erilaisten esimerkkien kautta. Vaikka nyt tehty suunnitelma on maakunnallinen ja sen toteutumisen kautta syntyviä tuloksia voidaan tarkastella yleisesti, täytyy myös korostaa sitä, että tavoitteena on lisätä yrityksissä tapahtuvaa sisäistä tiedolla johtamista. Työryhmä toteaa myös, että onnistuessaan tiedon kerääminen ja siitä saatavat tulokset herättävät yhä enemmän kiinnostusta teemaa kohtaan ja kannustaa yhä useampia mukaan. Tiedolla johtaminen nähdään myös kasvun mahdollistajana ja sysäyksenä ammattimaisempaan matkailuyrittäjyyteen, etenkin matkailua liitännäiselinkeinona harjoittavissa yrityksissä.

Etelä-Pohjanmaan matkailun tiedolla johtamisen kehittämissuunnitelma on laadittu myös maakunnan matkailustrategian 2020–2028 missiota tukien: *”Etelä-Pohjanmaa on tunnistettava matkailualue Suomessa, jossa matkailijalla on valittavana ympärivuotisia elämyksiä aidosti, vastuullisesti ja pohjalaisella vieraanvaraisuudella tarjoiltuna”*. Tieto matkailijan toiveista ja tarpeista on tärkeä palvelujen tuotteistamisessa. Tieto siitä, mistä matkailija etsii ja löytää haluamansa palvelut, auttaa myyntiin ja markkinointiin kohdistuvissa valinnoissa ja alueen tunnetuksi tekemisessä.



Kuva: Etelä-Pohjanmaan matkailustrategian 2020–2028 tiivistelmä

7 LAADINTAPROSESSI

Asiantuntijatyöryhmä

Suunnitelman laatimiseksi koottiin asiantuntijatyöryhmä, joka edustaa maakunnan eri matkailutoimijoita. Mukana oli alueorganisaation, matkailualueiden, yrittäjien ja matkailualan sidosryhmien edustajia. Työryhmän kokoonpano oli seuraava:

- Tuula Lahti, Visit Lakeus Oy
- Marjo-Riitta Kaakinen, Visit Lakeus Oy
- Jesse Mäenpää, Visit Lakeus Oy
- Liisa Peltomaa, Ähtärin Matkailu Oy (14.6.2021–24.2.2022)
- Arja Väliaho, Ähtärin Matkailu Oy (mukana 25.2.–30.4.2022)
- Annu Raivio, Ähtärin Matkailu Oy (mukana 1.5.2022 alkaen)
- Terttu Hermansson, Lauhanvuori-Hämeenkanngas UNESCO Global Geopark ry
- Mari Seppänen, Hotelli HiljaHelena Ky
- Jaakko Koskenkorva, Koskenkorvan Trahteeri
- Tony Sivula, Kyrö Distillery Company
- Petra Piironen, Etelä-Pohjanmaan kauppakamari
- Eeva-Marja Jokinen, Soinin kunta
- Kirsi Kivisaari, Seinäjoen kaupunki (mukana 7.9.2022 alkaen)
- Elina Järvinen, Seinäjoen ammattikorkeakoulu
- Sanna Jyllilä, Seinäjoen ammattikorkeakoulu

Prosessi

Suunnitelman laatimiseksi työryhmä kokoontui yhteensä kahdeksan kertaa 14.6.2021-7.9.2022 välisenä aikana. Kolme kokoontumiskertaa (29.9., 14.10. ja 27.10.2021) toteutettiin ohjattuna työpajasarjana, josta vastasi FlowHouse Oy. Yritys on matkailun muutosjohtamisen, digitaalisen matkailumarkkinoinnin ja tiedolla johtamisen asiantuntija. Työpajasarjan jälkeen asiantuntijatyöryhmä kokoontui neljä kertaa (24.2.2022, 24.3.2022, 12.4.2022 ja 7.9.2022) ja kerran pienemmällä kokoonpanolla (26.10.2022). Suunnitelman kirjoittaminen toteutettiin hanketyönä. Suunnitelma oli kommentoitavana Etelä-Pohjanmaan Matkailufoorumin työryhmässä sekä Guide – Tiedolla kestävä matkailu -hankkeen ohjausryhmässä.

8 LÄHTEET

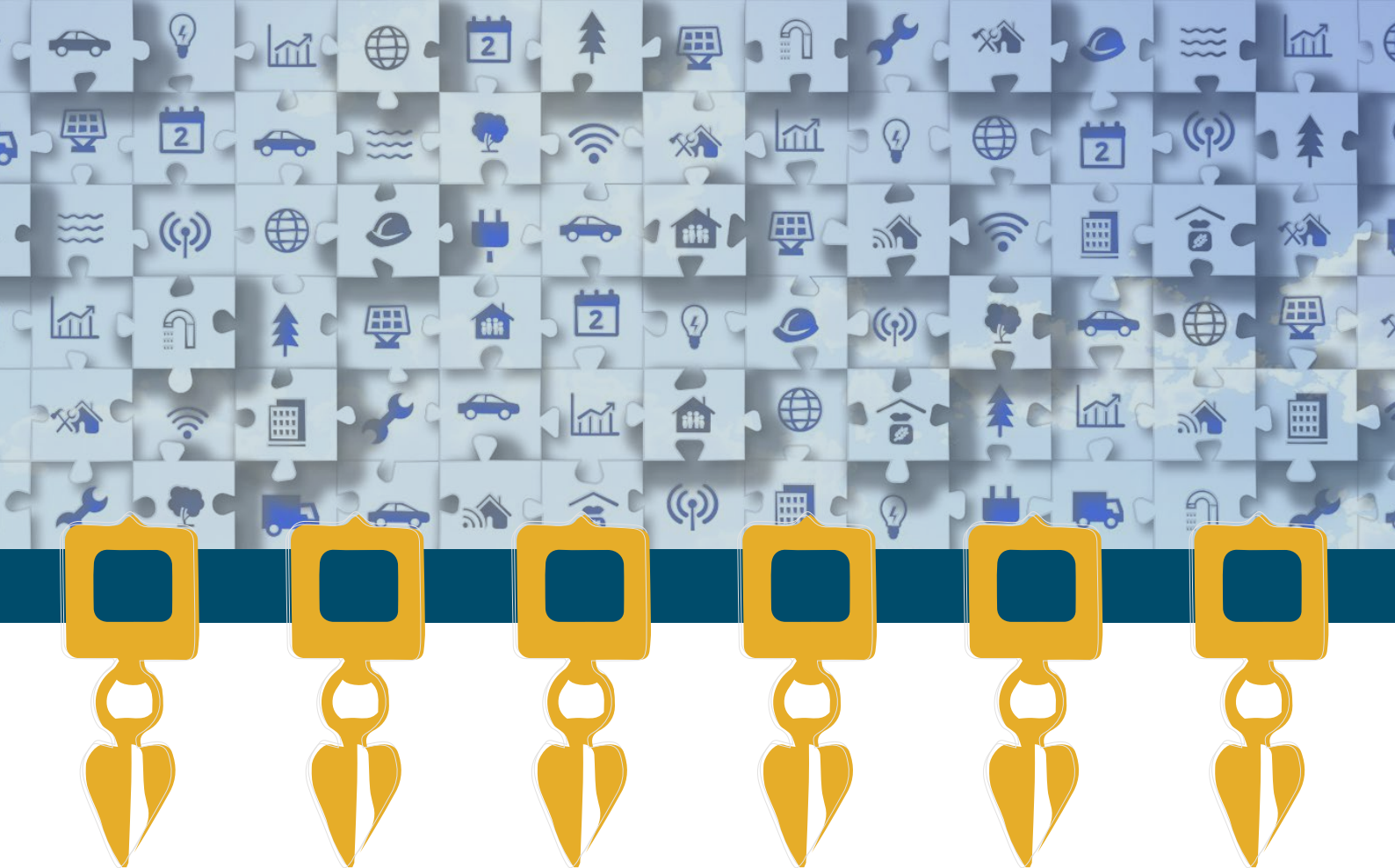
Jyllilä, S., Kettunen, S., Kielenniva, J., & Matilainen, A. (2022). *Etelä-Pohjanmaan matkailun vastuullisuustyön suunnitelma*. Seinäjoen ammattikorkeakoulu. <https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe2022051635719>

Järvinen, E., Jyllilä, S., & Janhunen J. (2020). *Vieraanvarainen Etelä-Pohjanmaa. Etelä-Pohjanmaan Matkailustrategia 2020–2028 ja toimenpide-ehdotukset 2020–2025*. Seinäjoen ammattikorkeakoulu. <https://urn.fi/URN:NBN:fi-fe20201211100376>

Visit Finland. (2021). *Matkailun kansallinen tiedolla johtamisen toimintamalli: Loppuraportti*. <https://www.businessfinland.fi/4aa55e/contentassets/6518a681474e404bbdeddd4412592876/matkailun-kansallinen-tiedolla-johtamisen-toimintamalli---loppuraportti.pdf>

Visit Finland. (6.5.2020). *Matkailun kestävyysmittaaminen*. <https://www.businessfinland.fi/ajankohtaista/uutiset/2020-visit-finland/matkailun-kestavyysmittaaminen>

Visit Finland. (i.a). *Matkailun tiedolla johtaminen: Käsikirja*. <https://www.businessfinland.fi/48d1be/contentassets/6518a681474e404bbdeddd4412592876/matkailun-tiedolla-johtaminen---kasikirja.pdf>



SeAMK

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

ISBN 978-952-7317-94-5 (verkkojulkaisu)