



■ **MATKAILU- JA RAVITSEMISALA**

MATKAILUTUOTTEIDEN KEHITTÄMISEN EDELTYKSET POHJOIS-SAVOSSA -SELVITYSHANKE

RAPORTTI

SAVONIA-AMMATTIKORKEAKOULU

Julkaisutoiminta

PL 6 (Microkatu 1), 70201 KUOPIO

p. (017) 255 6000, www.savonia.fi

1. PAINOS

2014

ISBN: 978-952-203-196-9

ISSN: 1795-0848

JULKAISUSARJA D4/8/2014

TAITTO SIRPA HIETALA

TOIMITTANUT TIINA KUOSMANEN

MATKAILUTUOTTEIDEN KEHITTÄMISEN EDELLYTYKSET POHJOIS-SAVOSSA -SELVITYSHANKE 1.3. – 31.12.2014

EU on osallistunut hankkeen rahoitukseen.



Alkusanat

Matkailun edistämiskeskuksen (MEK) mukaan ulkomaalaisten matkailijoiden Suomeen suuntautuneet määrät ovat kasvaneet keskimäärin 3-4 % vuodessa. Pohjois-Savon matkailijatilatot ovat viimevuosina osoittaneet päinvastaisia tietoja laskevista matkailijamääristä.

Matkailun tulevaisuuden megatrendit suosivat Suomea ja Pohjois-Savolla on kaikki edellytykset vastata tähän kysyntään. Matkailuelinkeinolla on mahdollisuus kehittyä alueemme yhdeksi kärjeksi ja saada viimevuosien laskeneet matkailijamäärät kasvuun. Matkailun kehittyminen edellyttää vetovoimaisia ja kilpailukykyisiä matkailupalvelukokonaisuuksia. Matkailuyrittäjien onkin seurattava toimialan muutoksia ja reagoitava niihin kehittämällä tuotteitaan ja palvelujaan kysynnän mukaan.

Tässä Matkailutuotteiden kehittämisen edellytykset Pohjois-Savossa -selvityshankkeessa (jatkossa MaKe-hanke) selvitettiin pohjoissavolaisten matkailuyrittäjien tahtotila ja mahdollisuudet kehittää matkailupalvelujaan huomioiden matkailukysyntään vaikuttavat trendit ja kuluttajakäyttäytymisen muutokset. Samalla selvitettiin yrittäjien mahdollisuuksia ja resursseja kehittää ympärivuotisia matkailutuotteita kotimaisille ja kansainvälisille matkailijoille.

Hankkeen rahoittivat Pohjois-Savon liitto Manner-Suomen ESR-ohjelmasta (Toimintalinja 3: Työmarkkinoiden toimintaa edistävien osaamis- ja innovaatio- ja palvelujärjestelmien kehittäminen) ja Savonia-ammattikorkeakoulu. Selvityksen tuloksia voivat hyödyntää tulevaisuudessa Pohjois-Savon matkailun kehittäjät.

Kuopiossa 30.12.2014

Tiina Kuosmanen

Projektipäällikkö

Matkailutuotteiden kehittämisen edellytykset Pohjois-Savossa -selvityshanke

Savonia-ammattikorkeakoulu

SISÄLTÖ

1	TAUSTAA	5
2	HAASTATTELUT JA TYÖPAJAT	8
2.1	Yrittäjähaastattelut	8
2.2	Kannattavuuden kehittyminen seuraavan viiden vuoden aikana	9
2.3	Matkailuyritystoiminnan kehityssuunta seuraavien 10 vuoden aikana	10
2.4	Matkailuyritysten vahvuudet ja heikkoudet	11
2.5	Työpajat	15
3	POHJOIS-SAVON MATKAILUTUOTTEIDEN KEHITTÄMISTEEMAT	17
4	YRITTÄJIEN KEHITTÄMISSUUNNITELMAT	22
5	YHTEENVETO	24

LIITTEET

- Liite 1 Haastateltavat
- Liite 2 Matkailuyrittäjien haastattelulomake
- Liite 3 Ei-matkailuyrittäjien haastattelulomake
- Liite 4 Ohjausryhmä

KUVIOT

- Kuvio 1 Haastateltujen toimialat
- Kuvio 2 Haastateltujen arvio matkailuyritystoiminnan kehittymisestä seuraavien viiden vuoden aikana
- Kuvio 3 Matkailuyritystoiminnan kehitys seuraavien 10 vuoden aikana
- Kuvio 4 Pohjois-Savon matkailuyritysten vahvuudet ja heikkoudet

TAULUKOT

- Taulukko 1 Matkailuyritysten vahvuudet ja niiden kehittäminen
- Taulukko 2 Matkailuyritysten heikkoudet ja niiden kehittäminen

1 TAUSTAA

Pohjois-Savon matkailustrategian visiossa vuonna 2015 Pohjois-Savon alue tunnetaan kansallisesti ja kansainvälisesti Tahkon ja Kuopion kautta. Maakunnan matkailullinen vetovoima rakentuu laadukkaista palvelukokonaisuuksista, ympäri vuoden toteutettavista erilaisista tapahtumista ja luontoelämyksistä. Viime vuosien matkailutilastot ja kehitystoimenpiteet eivät tue vision aikataulun mukaista toteutumista. Tähän perustuen selvitettiin alueen matkailuyrittäjien näkemyksiä Pohjois-Savon matkailun tulevaisuudesta.

Selvityshankkeen tuloksena julkaistiin tämä selvitystyöhön perustuva raportti Pohjois-Savon matkailuyrittäjien edustajien tahtotilasta ja mahdollisuuksista kehittää matkailupalveluja. Raportissa esitetään tuotekokonaisuudet ja kehityslinjat, joihin yritysälähtöisesti on realistiset mahdollisuudet. Selvityksen tulokset esiteltiin loppuseminaarissa, joka pidettiin Kuopion kaupungintalolla 11.12.2014.

Selvityksessä kuvataan yrittäjien tuotekehitykseen liittyvät resurssit ja mielipiteet matkailuyrityksen toiminta-alueen vahvuuksista, olemassa olevasta infrastruktuurista ja toimijaverkostoista.

Raportissa on huomioitu haastatteluissa esiin nousseet matkailun kehittämisteemat ja hankesuunnitelmassa selvitettäväksi esitetyt matkailun teemat, joista oli sovittu päärahoittajan kanssa.

Haastatteluissa esiin nousseet teemat:

- luontomatkailu
- hyvinvointimatkailu
- kulttuurimatkailu
- tapahtumamatkailu
- Tahkon kehittäminen
- Pohjois-Savon matkailutuotteiden markkinointi
- Pohjois-Savon matkailutuotteiden myynti

Hankesuunnitelmassa esitetyt teemat:

- luontomatkailun erilaiset mahdollisuudet (vesistöt, kesä/talvi, reitistöt yms)
- luontoon ja vesistöihin pohjautuvien aktiviteettien tarjonta ja kehittämismahdollisuudet
- kulttuurimatkailun kehittäminen, esimerkiksi ortodoksisuus
- luksusmatkailutuotteiden mahdollistaminen
- Etelä-Konneveden kansallispuiston palvelujen kehittäminen

Selvitystyön toteuttaminen

Selvitystyö toteutettiin järjestämällä yksi innovaatioleiri, kolme työpajaa ja haastatteleamalla 27 pohjoissavolaista päätoimisesti matkailutoimintaa harjoittavaa yrittäjää sekä seitsemää muuta asiantuntijaa. Tämä ryhmä koostui alueella toimivista elinkeinoelämän kehittäjistä ja matkailualan ulkopuolisista yritys-elämän ammattilaisista sekä alueen ulkopuolisista matkailun asiantuntijoista. Lisäksi hyödynnettiin valtakunnallisen Outdoors Finland -hankkeen infotilaisuuksien ja Kuopio - tapahtumien kaupunki -seminaarin tuloksia sekä olemassa olevia kehittämissuunnitelmia.

Haastatteluja varten laadittiin kaksi erilaista haastattelurunkoa, toinen alueen matkailuyrittäjille ja toinen muulle asiantuntijaryhmälle. Haastatellut tahot on esitelty liitteessä 1 ja haastattelurungot ovat liitteissä 2 ja 3. Yrittäjät, joille haastattelu ei sopinut, täyttivät kaavakkeen sähköisesti. Työpajat olivat avoimia mahdollisimman laajalle toimijaverkostolle. Kutsut työpajoihin lähetettiin sähköpostilla. Kutsut työpajoihin lähetettiin mahdollisimman laajasti Pohjois-Savon matkailuyrittäjille, matkailuun läheisesti liittyville luovien alojen yrittäjille, matkailun kehittäjille ja kuntien edustajille.

Selvityksen haastatteluihin osallistui yhteensä 34 henkilöä, työpajoihin osallistui 72 henkilöä ja seminaareihin, joiden antia on hyödynnetty tässä raportissa, 140 henkilöä. Yhteensä 246 henkilöä, joista osa on samoja henkilöitä. Tähän perustuen raportin tulokset kuvaavat Pohjois-Savon päätoimisesti matkailutoimintaa harjoittavien yrittäjien näkemyksiä.

Hanketta varten perustettiin ohjausryhmä, johon kutsuttiin matkailutoimialan edustajia eri puolilta Pohjois-Savoa sekä rahoittajan ja hallinnoijan edustajat. (Liite 4). Ohjausryhmä hyväksyi hankkeen toimintasuunnitelman, haastattelurungot, haastateltavat yritysten edustajat ja antoi asiantuntija-apua projektipäällikölle.

Pohjois-Savon matkailusta yleistä

Matkailu on merkittävä elinkeino Pohjois-Savossa. Alueella on noin 250 matkailupalveluja tarjoavaa yritystä, jotka jakautuvat hotelleihin, kylpylöihin, maaseutu- ja ohjelmapalveluyrityksiin sekä mökkimajoitusta tarjoaviin yrityksiin. Suuri osa näistä pohjoissavolaisista matkailuyrityksistä on valtakunnallisesti pieniä ja sivutoimisesti toimivia yrityksiä. Alueen tunnetuimmat matkailualueet jakautuvat seuraavasti Pohjois-Savon matkailustrategian mukaan:

- matkailukeskus - Tahko
- matkailun solmukohta, matkailukaupunki – Kuopio
- matkailukaupunki - Iisalmi
- isot matkailukohteet – Sport&Spa Hotel Vesileppis/Leppävirta, Rauhalampi/ Kuopio, Kunnonpaikka/Siilinjärvi, Lohimaa/Tervo, Runni/Iisalmi, Metsäkartano/Rautavaara
- maaseutumatkailuyritykset – esimerkiksi Haapaniemen Matkailu Oy/Iisalmi, Viitakko/Tuusniemi, Rantaman Lomamökit/ Leppävirta, Kuusenkatveen Kievari/ Nilsä, Kartanohotelli Kivennapa/Juankoski, Elämysten ja Ystävyiden Kartano/Rautalampi

Tilastokeskuksen ylläpitämän majoitustilaston mukaan (sisältää kaikki majoitusliikkeet, joissa on vähintään 20 vuodepaikkaa) Pohjois-Savon majoituskapasiteetin tarjonta painottuu Kuopioon ja Tahkon matkailukeskukseen. Vuonna 2013 yöpymisvuorokausia kyseisissä majoitusliikkeissä rekisteröitiin noin 865 400 kpl, joista noin 78 % kohdistui Kuopion ja Tahkon alueella sijaitseviin majoitusliikkeisiin. Kapasiteetiltaan pienet majoitusyritykset jäävät Tilastokeskuksen tilastoinnin ulkopuolelle.

2 HAASTATTELUT JA TYÖPAJAT

Aineisto kerättiin puolistrukturoituna haastatteluna puhelimitse ja kasvokkain. Osa haastateltavista halusi itse täyttää sähköisen kyselyn. Haastattelut kestivät lyhyimmillään 30 minuuttia ja pisimmillään tunnin. Kaikille haastateltaville lähetettiin sähköpostilla kysymykset etukäteen tutustuttavaksi. Haastattelut toteutettiin keväällä ja syksyllä 2014. Työpajat toteutettiin syksyn 2014 aikana.

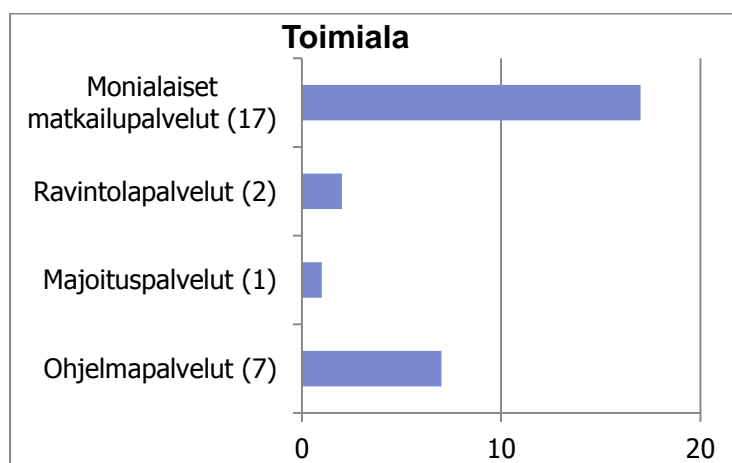
2.1 Yrittäjähaastattelut

Haastateltavien valinnassa huomioitiin matkailutoimialan monipuolisuus, toiminnan ympärivuotisuus ja maantieteellinen jakauma. Kehittäjien ja ulkopuolisten asiantuntijoiden valinnassa huomioitiin alueen ja matkailuelinkeinon tuntemus.

Haastateltavilta yritysten edustajilta kysyttiin tausta- ja perustietojen lisäksi arviota kannattavuuden ja yritystoiminnan kehittymisestä, yrityksen vahvuuksia ja heikkouksia tällä hetkellä ja arviota viiden vuoden päähän, yritystoimintaan ja ympäristöön liittyviä valmiita teemoja ja niiden kehittymistä, yrityksen tulevia kehittämissuunnitelmia, investointeja, osaamis- ja koulutustarpeita. (Liite 2 Matkailuyrittäjien haastattelulomake).

Ei-matkailuyrittäjille suunnatussa kyselyssä kysyttiin Pohjois-Savon matkailun vahvuuksia ja heikkouksia nyt ja arviota niiden kehittymisestä tulevaisuudessa, Pohjois-Savon matkailutoiminnan kehityssuuntaa, vetovoimatekijöitä ja millaisia matkailun kehittämiseen liittyviä ponnistuksia ja investointeja pitäisi tehdä. (Liite 3 Ei-matkailuyrittäjien haastattelulomake)

Haastateltavista yrittäjistä enemmistö (17) tuotti monialaisia matkailupalveluja eli majoitus-, ravintola- ja ohjelmapalveluja, seitsemän tuotti ensisijaisesti ohjelmapalveluja, kaksi yksistään ravintolapalveluja ja yksi majoituspalveluja. (Kuvio 1). 25 yritystä toimi ympärivuotisesti ja kaksi vain kesäaikaan.



Kuvio 1. Haastateltujen toimialat

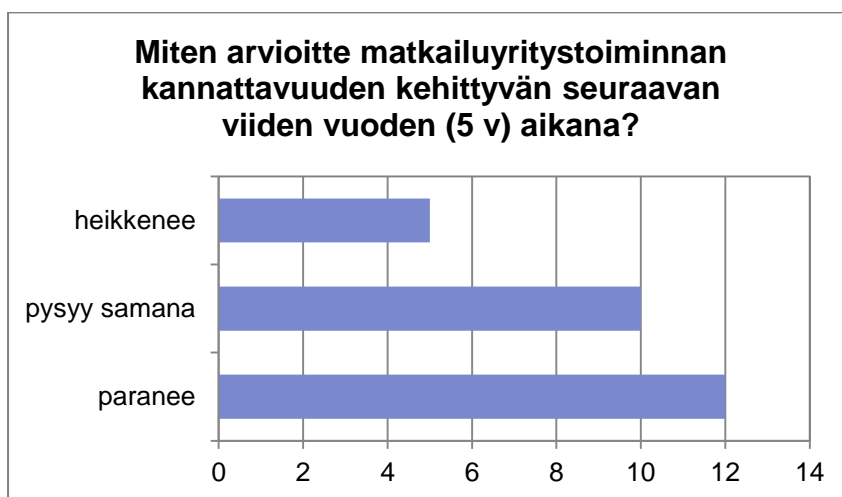
2.2 Kannattavuuden kehittyminen seuraavan viiden vuoden aikana

Pitkällä tähtäimellä valtakunnallisesti matkailun kasvunäkymät ovat positiiviset. 2000-luvulla alkanut kansainvälisen matkailun kehittyminen keskittyy venäläisten lisäksi tulevaisuudessa aasialaisiin. Yleisesti laskevien myyntilukemien arvioidaan Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry:n mukaan jatkuvan ainakin alkuvuoteen 2015.

Enemmistö haastateltujen yritysten edustajista (22) arvioi matkailuyritystoimintansa kannattavuuden kehittyvän tai pysyvän samana seuraavien viiden (5) vuoden aikana. (Kuvio 2). Loput (5) yritysten edustajista arvioi yrityksensä kannattavuuden heikkenevän seuraavien viiden vuoden aikana.

Positiiviseen kannattavuuden kehittymiseen tulevaisuudessa vaikuttavat haastateltavien mukaan alueen tunnettavuuden lisääntyminen ja palvelutarjonnan monipuolistuminen mm. yli-maakuntarajojen toteutuva yhteistyö, markkinoinnin ja ulkomaan myynnin kehittyminen ja sitä kautta tulevat kansainväliset asiakkaat. Osittain kasvuun vaikuttavat myös lisääntyvät kanta-asiakkaat sekä Kuopion palvelujen ja Tahkon matkailukeskuksen kehittyminen. Lisäksi tällä hetkellä koetaan olevan aallon pohjalla, josta ainut vaihtoehto on vain parantaa tulosta.

Kannattavuuden heikkenemiseen vaikuttavat haastateltavien mielestä pääsääntöisesti jatkuva maailmanlaajuinen taantuma ja verotuksen kiristyminen. Näiden vaikutuksesta kustannustaso nousee ja Suomen matkailupalvelujen hintataso on liian korkea useimmille matkailijaryhmille.



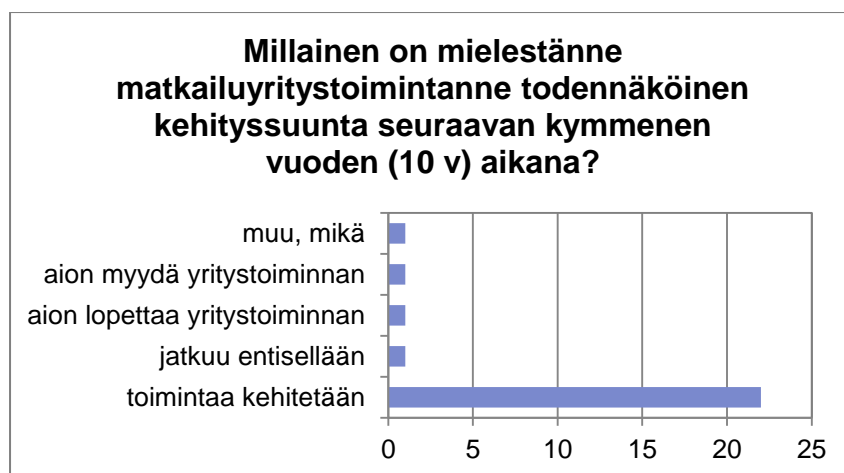
Kuvio 2. Haastateltujen arvio matkailuyritystoiminnan kehitymisestä seuraavien viiden vuoden aikana

2.3 Matkailuyritystoiminnan kehityssuunta seuraavien 10 vuoden aikana

Yritystoiminnan kehityksen arvioiminen 10 vuoden päähän oli monelle vastaajalle vaikeaa. Tavoitteet on yleisesti asetettu kahden tai kolmen vuoden päähän. Pitkän tähtäimen suunnitelmat olivat selkeitä vain ketjuyrityksille tai ketjumaisesti toimiville yrityksille.

Suurin osa haastateltavista yritysten edustajista (23) arvioi kehittävänsä yritystoimintaansa seuraavien 10 vuoden aikana. Yksi arvioi toiminnan jatkuvan entisellään ja kolme aikoo lopettaa yritystoimintansa.

Haastateltavat näkivät matkailun kasvavana elinkeinona ja kokivat, että pärjätäkseen kilpailussa heidän on pakko kehittää toimintojaan. Lisäksi omistajayrittäjillä on kehittämisen taustalla vastuu työpaikkojen säilymisestä. Osa yrityksistä on tehnyt toimintoja ohjaavat kehittämissuunnitelmat, kasvustrategiat ja asettanut kehittämistavoitteita pidemmälle aikavälille. Asiakkaiden tunnistaminen ja oikeanlaisten palvelujen tarjoaminen asiakkaille nähtiin kannattavan liiketoiminnan kehittymisen edellytykseksi. Ne jotka eivät olleet kehittämässä yritystoimintaansa siirtyvät joko eläkkeelle tai lopettavat yritystoiminnan myymällä yrityksensä tai siirtymällä työntekijäksi toisen yrityksen palvelukseen.



Kuvio 3. Matkailuyritystoiminnan kehitys seuraavien 10 vuoden aikana

2.4 Matkailuyritysten vahvuudet ja heikkoudet

Yrityksen sisäiset asiat koostuvat vahvuuksista ja heikkouksista, joiden avulla kuvataan yrityksen nykytilaa. Vahvuudet ovat toimenpiteitä ja resursseja, joita yritys voi hyödyntää toiminnassaan ja erottua kilpailijoistaan. Heikkoudet ovat vastaavasti tekijöitä, joita on kehitettävä, jotta pystytään toimimaan tehokkaasti ja pärjäämään kilpailussa. Palvelujen ja tuotteiden menestyminen markkinoilla mitataan niiden kilpailukyvyllä, jota voidaan arvioida esimerkiksi suorituskyvyn, tietotaidon, hinnan ja markkinoinnin näkökulmista. Toimintaympäristöllä ja asiakkailta on vaikutusta kilpailukyvyn kehitykseen.

Alueen matkailuyritysten nykytilan vahvuuksia ja heikkouksia, niiden kehittymistä ja kehittymiseen vaikuttavia tekijöitä seuraavien viiden vuoden aikana kartoitettiin haastattelemalla matkailuyritysten edustajia (27). Vahvuuksien ja heikkouksien kartoitus koostui kaksivaiheisesta kyselystä. Ensimmäisessä vaiheessa haastateltavat määrittivät vapaasti yrityksensä vahvuudet ja heikkoudet sekä arvioivat niiden kehittymisen vuoteen 2020 mennessä. Toisessa vaiheessa haastateltavat vastasivat valmiiksi asetettuihin yritykseen ja ympäristöön liittyviin teemoihin valitsemalla niiden aseman vahvuutena tai heikkoutena omassa yrityksessä tällä hetkellä ja kehityksen vuoteen 2020 mennessä. Yritystoimintaan liittyvät teemat olivat: kasvuhakuisuus, kansainvälisyysosaaminen, yrityksen yhteistyö muiden toimijoiden kanssa, sähköisen markkinoinnin osaaminen ja kestävä kehityksen osaaminen. Ympäristöön liittyvät teemat olivat: luonto ja maisema, vesistöjen läheisyys, paikallinen kulttuuri, Venäjän läheisyys ja reitistöt. Ei-matkailuyrittäjiltä kysyttiin Pohjois-Savon matkailun vahvuuksia ja heikkouksia ja niiden kehittymistä vuoteen 2020 mennessä.

Tärkeimmiksi yritysten vahvuuksiksi nousivat yhteistyö muiden toimijoiden kanssa, kasvuhakuisuus ja luonto toimintaympäristönä. Suurimmat heikkoudet liittyivät kansainvälisyys- ja markkinointiosaamiseen sekä paikallisen kulttuurin hyödyntämiseen. Seuraavaksi kuvataan pohjoissavolaisten matkailuyritysten edustajien ja ei-matkailuyrittäjien näkemyksiä vahvuuksista ja heikkouksista sekä niiden muutokseen liittyviä tekijöitä. Luvun lopussa oleviin taulukoihin (Taulukko 1 ja 2) on koottu matkailuyritysten vahvuudet ja heikkoudet sekä niihin vaikuttavat tekijät.

Toimintaympäristöstä, toimialasta ja yrityksen koosta riippuen vahvuudet ja heikkoudet menivät osittain limittäin. Enemmistö haastateltavista (23) sanoi **yrityksen yhteistyön** muiden toimijoiden kanssa olevan tällä hetkellä vahvuus ja neljä koki yhteistyön olevan neutraalilla tasolla. Yhteistyön arvioitiin jatkuvan seuraavien viiden vuoden aikana samanlaisena, jonka suurin osa koki vahvuutena. Yritysten välinen yhteistyö ja hyvät taloudelliset resurssit mahdollistavat toimintojen kehittämisen jatkossakin ja vahvistavat alueen vetovoimaisuutta. Yhteistyön sisältöön on odotettavissa muutoksia uusien matkailupalvelukokonaisuuksien kehittämisen myötä joista osa ylittää maakuntarajat esimerkiksi markkinointiyhteistyö ja reitistöihin liittyvät matkailupalvelut.

Kasvuhakuisuus on suurimmalle osalle (18) yrityksistä vahvuus nyt ja tulevaisuudessa. Kolmasosan mielestä kasvuhakuisuus ei kuulunut niiden vahvuuksiin nyt tai seuraavien viiden vuoden aikana. Tavoitteet nostaa käyttöastetta ja lisätä ympärivuotisuutta tukevat kasvuhakuisuuden toteutumista. Kasvuhakuisuuteen liittyen **monipuoliset palvelut** ovat puolelle

haastatelluista yrityksistä tällä hetkellä vahvuuksia, joiden arvellaan parantuvan vuoteen 2020 mennessä tuotteistamalla palveluja, reitistöjä, luonto- ja kulttuurikohteita matkailijoille sopiviksi tuotteiksi. Tällä hetkellä palveluja on niin ryhmille kuin yksin matkustavillekin. Haastateltavat arvioivat yksin matkustavien palvelujen kysynnän kasvavan tulevaisuudessa. **Tahkon matkailukeskuksen kehittäminen** mahdollistaa matkailupalvelujen monipuolistumisen ympäristössä ja kasvattaa koko alueen vetovoimaa. Uusien eri aikaan vuodesta toteuttavien **ta-pahtumien** kautta saadaan kehitettyä ympärivuotisuutta ja uusia asiakasryhmiä alueelle. Ta-pahtumia on mahdollista kehittää hyödyntämällä paikallista kulttuuria ja hyvinvointiin liittyviä trendejä. Asiakkaiden kulutuskäyttäytymisen ja matkailuun vaikuttavien trendien tunteminen koettiin hyödylliseksi palvelujen kehittämisessä. Uusien asiakkaiden kasvupotentiaali nähtiin kansainvälisissä asiakkaissa ja Venäjän läheisyydestä uskotaan tulevaisuudessakin olevan hyötyä. **Taloudellisten resurssien** nähtiin mahdollistavan palvelujen kehittämisen lisäksi markkinoinnin ja myynnin kehittämisen.

Sähköisen markkinoinnin osaaminen on vahvuus vajaalle kolmannekselle (11) tällä hetkellä. Lähes kaikki (22) arvioivat sähköisen markkinoinnin kehittyvän tulevaisuudessa koulutuksen ja verkostojen kautta. Sähköisen markkinoinnin kehittymisen myötä saadaan uusia asiakasryhmiä esimerkiksi omatoimimatkailijoita. Kuopio-Tahko markkinointiyhtiön uskotaan tarjoavan uusia mahdollisuuksia sähköiseen markkinointiin.

Kestävä kehitys miellettiin suurimmassa osassa yrityksiä lakien ja asetusten noudattamiseksi sekä pääosin energiantuotantoon liittyviksi ratkaisuksi. Virallisissa määritelmässä kestävä kehitys sisältää kolme lähestymistapaa taloudellisen, ekologisen, sosiaalisen ja kulttuurisen kestävyuden. Usemmilla selvityksen kohteena olevista yrityksistä kestävä kehitys kaipaa vielä kehittämistä. Yksittäiset yritykset ovat huomioineet kestävä kehityksen laajemmin toiminoissaan, hyödyntäneet sitä markkinoinnissa ja imagon rakentamisessa. Haastateltavat tiesivät, että kestävä kehitys on trendi, jolla on vaikutusta asiakkaiden matkakohteen valintaan. Yritykset ovatkin valmiita huomioimaan tulevaisuudessa kestävä kehityksen vaiheittaisesti ja osa yrityksistä on kiinnostunut osallistumaan johonkin laatuvalmennukseen tai vastaavaan koulutukseen. **Oma ja osaava henkilökunta** on yrityksille vahvuus, joka mielletään osaksi laatua ja kestävä kehitystä. Henkilökunnan osaamista vahvistetaan jatkossakin vapaaehtoisten ja lakisääteisten koulutusten kautta. Monipuolistamalla palvelujaan yritykset pystyvät työllistämään työntekijät ympärivuotisesti.

Pohjois-Savossa, kuten muuallakin koko maassa, **luonto** (23) on selvästi yksi alueen ja yritysten vahvuus. Alueen kehittymisen kannalta tärkeänä nähdään tulevaisuudessa kannattavien luontomatkailetuotteiden kehittäminen. Luonto ja luontokohteiden tuotteistamisessa haastateltavat uskovat savolaisten vesistöjen, hiljaisuuden, maalaismaiseman, mökkikulttuurin ja neljän vuodenajan hyödyntämiseen sekä reitistöjen kehittämiseen matkailutuotteissa. Kansallispuistot, varsinkin rakenteilla oleva **Etelä-Konneveden kansallispuisto** mielletään oikein tuotteistettuna tulevaisuudessa vahvuudeksi.

Vesistöt ovat toimintaympäristönä pääsääntöisesti vahvuuksia, mutta niiden tuotteistaminen kannattavaksi liiketoiminnaksi on heikkous ilman erityistä vesistöön tai vesireittiin liittyvää vetovoimatekijää. Vesistöt, hiljaisuus ja maisemat ovat teemoja, jotka pitäisi pystyä paremmin sitomaan liiketoimintaan.

Taulukko 1. Matkailuyritysten vahvuudet ja niiden kehittäminen

Vahvuudet nyt ja tulevaisuudessa (+)	Vahvistavat tekijät
<ul style="list-style-type: none"> ■ kasvuhakuisuus (18) ■ monipuoliset palvelut (13) ■ taloudelliset resurssit (5) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ tuotteistaminen (palvelut, reitistöt, kulttuuri) - ympärivuotisuus ■ markkinoinnin ja myynnin kehittyminen
<ul style="list-style-type: none"> ■ osaava (oma) henkilökunta (9) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ympärivuotisuus, laatu, osaamisen kehittyminen
<ul style="list-style-type: none"> ■ luonto ja vesistöt (23) ■ reitistöt (13) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ luontokohteiden tuotteistaminen ■ Etelä-Konneveden kansallispuiston tuotteistaminen ■ reitistöjen kehittäminen ja tuotteistaminen
<ul style="list-style-type: none"> ■ Venäjän läheisyys (20) ■ kansainvälisyysosaaminen (10) ■ sähköisen markkinoinnin osaaminen (11) ■ uudet asiakasryhmät (3) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ uusien tuotteiden kehittäminen ■ yhteistyön kehittyminen ■ markkinoinnin kehittyminen ■ Kuopio-Tahko markkinointiyhtiön toiminnan kehittyminen ■ yrittäjien osaamisen kehittyminen ■ asiakkaiden tunteminen, markkinoinnin kohdentaminen, trendien huomioiminen
<ul style="list-style-type: none"> ■ yhteistyö (23) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ yhteistyö eri toimialojen kanssa ja yli maakuntarajojen ■ taloudelliset resurssit ■ markkinoinnin ja myynnin kehittyminen ■ reitistöjen kehittäminen
<ul style="list-style-type: none"> ■ kulttuurimatkailu (11) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ tuotteistaminen (paikalliskulttuuri ja neljä vuodenaikaa)
<ul style="list-style-type: none"> ■ Tahkon matkailukeskus (10) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Tahkon kehittyminen
<ul style="list-style-type: none"> ■ tapahtumat (4) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ uusien tapahtumien saaminen alueelle ■ kokous- ja kongressitoimiston perustaminen, myynnin kehittyminen
<ul style="list-style-type: none"> ■ kestävä kehitys (13) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ palvelujen ja osaamisen kehittyminen

Heikkoudet

Kansainvälisyysosaaminen oli yli puolelle (17) yrityksistä heikkous tai neutraali. Kansainvälisyysosaaminen on lähinnä venäläisten matkailuun liittyvää osaamista. Venäjän läheisyys on nyt vahvuus, jonka arvioidaan heikkenevän Venäjän tämän hetken tilanteen takia. Tulevai-

suudessa osaamisen uskotaan kehittyvän ja laajentuvan kiinalaisiin ja keskieurooppalaisiin matkailijoihin. Yksi yrittäjä suorittaa jo kiinalaisen matkailijan palvelusertifikaattia.

Paikallisen kulttuurin (16) mahdollisuuksiin uskotaan tulevaisuudessa, sillä tällä hetkellä sitä on hyödynnetty vain osittain matkailutuotteissa. Yritykset uskovat, että Culture Finland Pohjois-Savo -hankkeen avulla pystytään kehittämään kulttuurimatkailutuotteita, kuten ortodoksisuus, Suomen sota, metsä ja paperiteollisuuden historia -teemoja.

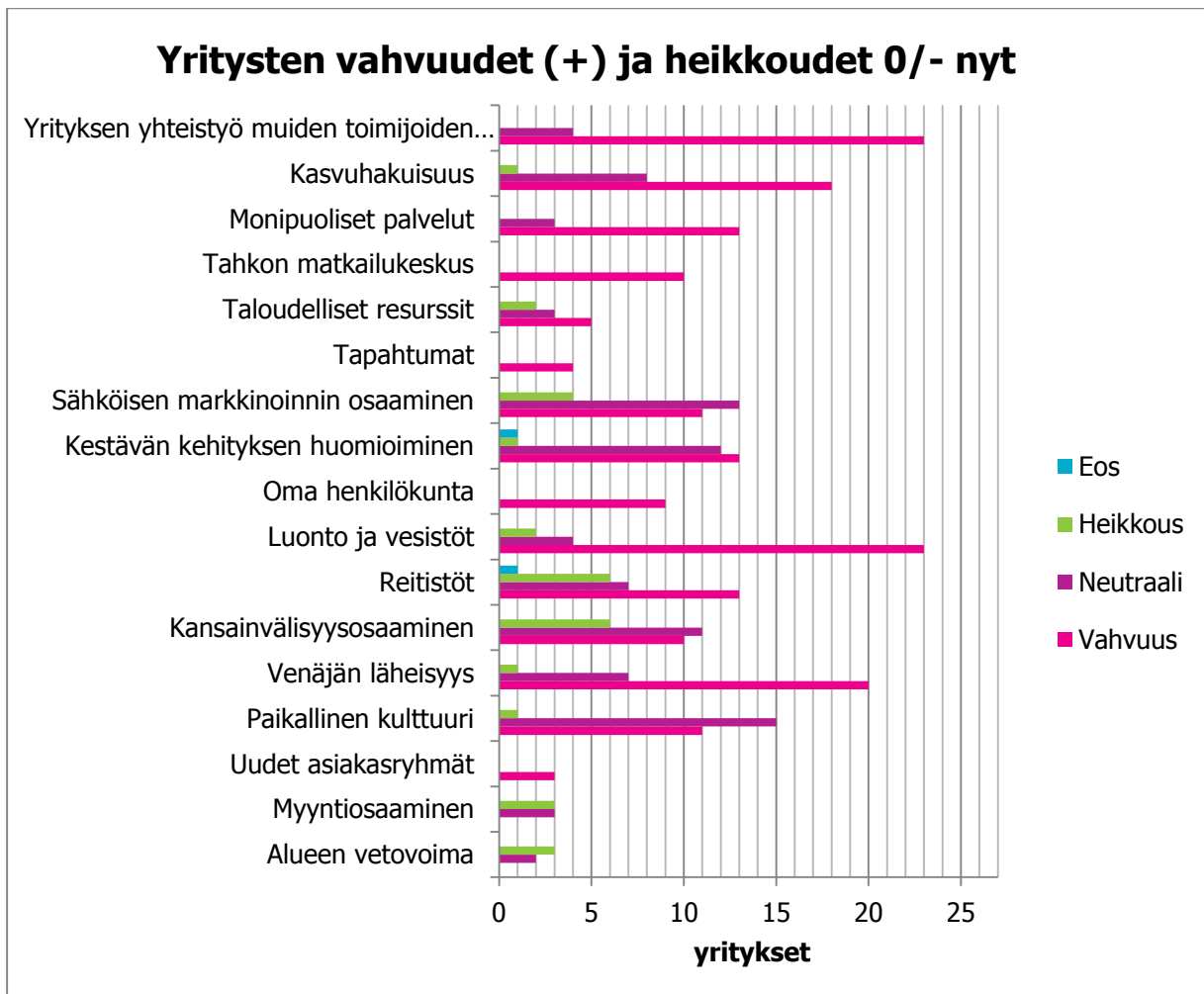
Luonto on toimintaympäristönä vahvuus, mutta **luontomatkailutuotteet** ovat heikkous. Luontomatkailun kehittymiseen uskotaan huomioiden matkailun trendien, kuten hyvinvointimatkailun ja luonnossa liikkumisen lisääntyminen, ekologisten arvojen nousu ja asiakkaiden arvomaailman muuttuminen.

Pohjoissavolaiset matkailuyritysten edustajat kokevat **markkinointi- ja myyntiosaamisen** tällä hetkellä heikkoutena sekä yrityksen sisällä, että alueellisen markkinointiyhtiön toimenpiteissä. Haastateltavat tiedostavat, että markkinointi ja myynti ovat yritysten omalla vastuulla. Kuopio-Tahko -markkinointiyhtiön toimenpiteiden uskotaan kehittävänsä markkinointia ja alueen näkyvyyttä kotimaisilla ja kansainvälisillä markkinoilla. Myyntitoimiston, varsinkin kokous- ja kongressipalvelupalvelujen tarjonnan puuttuminen, nähdään heikkoutena nyt ja tulevaisuudessa. Sähköisen markkinointiosaamisen kehittymisen myötä yritysten ja alueen markkinoinnin sekä myynnin uskotaan kehittyvän.

Alueen vetovoimaisuutta lisätään tuotteistamalla uusia matkailupalveluja, jotka liittyvät esimerkiksi luontoon, vesistöihin, hyvinvointiin, kulttuuriin, tapahtumiin, maaseutu-, kylä- ja mökkimatkailuun. Uusien palvelujen kehittyminen lisää **yhteistyötä ja taloudellisia resursseja**, jotka ovat osalle yrityksistä heikkouksia tällä hetkellä. Lakiuudistuksien ja tiukentuneiden asetusten koetaan heikentävän yritystoiminnan kehittämistä.

Taulukko 2. Matkailuyritysten heikkoudet ja niiden kehittäminen

Heikkoudet nyt (-/0)	Vahvistavat tekijät
■ kansainvälisyysosaaminen (17)	■ koulutus ja uudet jakelukanavat
■ paikallinen kulttuuri (16)	■ tuotteistaminen
■ luontomatkailutuotteet (6)	■ tuotteistaminen
■ markkinointiosaaminen (16)	■ Kuopio-Tahko markkinointiyhtiö
■ myyntiosaaminen (6)	■ sähköinen markkinointiosaaminen
	■ myyntitoimisto esimerkiksi kokous- ja kongressipalvelutoimisto, yrittäjien myyntitaitojen kehittäminen
■ vetovoimaisuus (5)	■ tuotteistaminen, uudet tuotteet



Kuvio 4. Pohjois-Savon matkailuyritysten vahvuudet ja heikkoudet

2.5 Työpajat

Hankkeen aikana toteutettiin neljä eri työpajaa, joista yksi oli kolmepäiväinen Pohjois-Savon matkailun kehittämiseen liittyvä innovaatioleiri, yksi kulttuurimatkailuun painottuva työpaja, yksi Tahkon työpaja ja yksi tulevaisuuskävely. Osa työpajoista toteutettiin yksin MaKe-hankkeen toimesta ja osa yhteistyössä muiden hankkeiden kanssa. Valtakunnallisen Outdoors Finland -hankkeen infotilaisuudet järjestettiin Kuopiossa 9.6.2014 ja 27.8.2014.

Pohjois-Savon innovaatioleiri toteutettiin 6.-8.10.2014 Suonenjoella Vanhamäen Hyvinvointikeskuksessa. Mukana oli pohjoissavolaisia matkailu- ja ohjelmapalvelutuottajia sekä luovien alojen yrittäjiä, kuntien ja kehittäjäorganisaatioiden edustajia yhteensä 26 henkilöä. Leirillä työstettiin kolmen päivän aikana maakuntaohjelman ja matkailustrategian pohjilta nousseita teemoja, jotka limittyivät myös hankehakemuksessa esitettyihin teemoihin:

- hyvinvointia luonnosta
- lähiruoka ja luonnonantimet matkailussa
- Pohjois-Savon matkailun tulevaisuus
- Pohjois-Savon palveluyritysten palvelun laatu

4.11.2014 Pohjois-Savon matkailuseminaari toteutettiin Culture Finland Pohjois-Savo -hankkeen toimesta Iisalmessa. Seminaariin osallistui noin 80 henkilöä ja työpajatyöskentelyyn osallistui noin 20 henkilöä. Työpajassa kehittämiskohteeksi nousivat seuraavat teemat:

- mitä kulttuuristamme voitaisiin tuotteistaa?
- mitä luonnostamme voitaisiin tuotteistaa?
- alueen matkailullinen markkinointi
- alueen matkailullinen myynti

4.11.2014 Kuopion kaupungin järjestämässä Kuopio – tapahtumien kaupunki -seminaarissa oli noin 80 osallistujaa. Seminaarissa käsiteltiin ympäri vuoden toteuttavien erilaisten tapahtumien saamista Kuopioon.

20.11.2014 oli hankkeen järjestämä Tahkon työpaja, jossa viiden Tahkon alueen yrittäjän kanssa kehitettiin Tahkon ja Pohjois-Savon alueen palveluja. Työpajan teemat olivat:

- luontomatkailu (kansallispuistot)
- hyvinvointimatkailu
- kulttuurimatkailu
- tapahtumamatkailu
- Tahkon kehittäminen
- Pohjois-Savon matkailutuotteiden markkinointi
- Pohjois-Savon matkailutuotteiden myynti

11.12.2014 oli hankkeen loppuseminaarin yhteydessä tulevaisuuskävelyyn perustuva työpaja johon osallistui 16 matkailuyrittäjää, kunnan edustajaa ja matkailun asiantuntijaa. Tulevaisuuskävelyssä työstettiin edelleen haastattelujen ja aikaisempien työpajojen pohjalta esiin nousseita teemoja.

- luontomatkailu
- hyvinvointimatkailu
- kulttuurimatkailu
- tapahtumamatkailu
- Etelä-Konneveden kansallispuisto
- Tahkon kehittäminen
- Pohjois-Savon matkailutuotteiden markkinointi
- Pohjois-Savon matkailutuotteiden myynti

3 POHJOIS-SAVON MATKAILUTUOTTEIDEN KEHITTÄMISTEEMAT

Haastattelujen ja työpajojen pohjalta nousi esiin kahdeksan Pohjois-Savon matkailutuotteiden kehittämisteemaa. Osa teemoista menee limittäin ja rajan vetäminen teemojen välille samoin kuin teemojen yksiselitteinen määrittäminen on vaikeaa. Tässä raportissa kutakin teemaa tarkastellaan omana kokonaisuutenaan. Jokaisen teeman alkuun on koottu virallinen määritelmä teemalle.

Kehittämisteemat:

- luontomatkailu
- hyvinvointimatkailu
- kulttuurimatkailu
- tapahtumamatkailu
- Etelä-Konneveden kansallispuisto
- Tahkon matkailukeskus
- Pohjois-Savon matkailutuotteiden markkinointi
- Pohjois-Savon matkailutuotteiden myynti

Luontomatkailu

Luontomatkailu sisältää laajimmillaan kaiken luontoon tukeutuvan matkailun maaseutumatkailupalveluista moottorikelkkasafareihin. Luontomatkailu määritellään kuitenkin usein luonnon vetovoimaisuuteen ja/tai luonnonympäristössä tapahtuviin aktiviteetteihin perustuvaksi matkailuksi.

Pohjois-Savossa luontomatkailu miellettiin vesistöihin, reitistöihin, maaseutuun ja luontoaktiviteetteihin pohjautuvaksi matkailuksi. Alueellamme on luontomatkailutuotteita, mutta niiden kartoittaminen ja tuotteistaminen matkailijoita varten on vähäistä. Ongelmana nähtiin luontomatkailupalvelujen hyödyntäminen liiketoiminnallisesti.

Kalastuksessa erityisesti matkailukalastus nähtiin mahdollisuutena kansainvälisille matkailijoille tuotteistettuna. Tällä hetkellä Pohjois-Savossa yhdeksän yritystä tarjoaa kalastustuotteita, jotka täyttävät osittain Matkailun edistämiskeskuksen Outdoors Finland -hankkeen laatimat vientikelpoisuusstandardit. Kalastusmatkailutuotteita tullaan jatkossa laajentamaan jatkokeskittelyyn ja jalostukseen.

Vesistömatkailutuotteet ovat keskittyneet sisävesiristeilyihin ja vesijettituotteisiin. Tulevaisuudessa yksi yrittäjä ilmoitti suunnittelevansa pieniä pien- ja huvivenehankintoja. Melonnassa nähdään omatoimimelonnin ja pienryhmien lisääntyvän. Vesistöjen ja vesistömatkailutuotteiden vetovoimaisuutta voitaisiin lisätä tarinoilla ”saga of the lakes” -tuotteistamisella.

Pohjois-Savossa on vesistö-, pyöräily- ja vaellusreittejä, mutta niiden matkailullinen hyödyntäminen on vähäistä. Reittien ongelmana on huoltoverkosto ja sopivuus matkailijoille. Tarvitaan lyhyitä, helppokulkuisia, hoidettuja reittejä. Alueelta puuttuu vetovoimainen reitti, jonka nimi ja tarina houkuttelisi matkailijoita. Myös reittien merkinnöissä ja kartoissa on puutteita, johon mm. Tahkon alueella ollaan suunnittelemassa hanketta. Maastopyöräily, joka on yksi Tahkon alueen vahvuus, nähdään tulevaisuuden mahdollisuutena niin, että Pohjois-Savon alueella olisi Suomen maastopyöräilyn keskus, ”Tahko MTB-Park”.

Luonnon antimien tuotteistaminen matkailussa, kuten marjojen, sienten, yrttien ja muiden luonnon antimien hyödyntäminen liittyy tulevaisuuteen ja uusien yhteistyöverkostojen kehittämiseen.

Luontomatkailun kehittämisen kohteet on listattu mainintojen useuden mukaisessa järjestyksessä. Kolme ensimmäistä mainittiin yli 11 kertaa ja muut kohteet alle 10 kertaa.

- monipuoliset ympärivuotiset reitistöt
- vesistö-, vaellus- ja pyöräilyreittien hyödyntäminen
- kulttuurin ja tarinoiden hyödyntäminen
- reitistöjen merkkkaus ja nimeäminen
- kalastus-, marjastus- ja sienestystuotteet
- MTB (Tahko Mountainbike -tapahtuma) jatkokehitys reiteille
- Etelä-Konneveden kansallispuiston uudet tuotteet

Hyvinvointimatkailu

Hyvinvointimatkailu on maailmalla nouseva trendi, jossa haetaan kiireisen elämäntavan vastapainoksi rentoutumista, hyvää oloa, fyysistä ja psyykkistä tasapainoa. Hyvinvointimatkailuun yhdistetään usein terveys- ja terveydenhoitomatkailu, luksusmatkailu ja hemmotteluhoitot. Taustalla hyvinvointimatkailussa on oman hyvän olon ja terveyden kokonaisvaltainen edistäminen. Luonto- ja luontokokemukset ovat nousseet perinteisten hyvinvointipalvelujen rinnalle. Vapaa-ajan ja varallisuuden lisääntyminen sekä hyväkuntoisten ikääntyvien ihmisten määrän kasvu lisäävät hyvinvointipalvelujen kysyntää.

Pohjois-Savossa hyvinvointimatkailu on tällä hetkellä pääsääntöisesti kylpyläpalveluja ja luontoon perustuvia ohjelmalveluja. Tulevaisuudessa hyvinvointimatkailuun kuuluu terveysmatkailuun liittyviä palveluja sekä elämys- ja hyvinvointikeskuksen palveluja.

Mahdollisuuksia nähdään:

- liikuntareittien hyödyntämisessä ympärivuotisesti
- luontomatkailutuotteiden kehittämisessä/ tuotteistamisessa
- kulttuurin hyödyntämisessä matkailutuotteissa

- ”Spiritual well being” - liikuntaan, kulttuuriin, luontoon ja matkailijan arvoihin liittyvien hyvinvointipalvelujen hyödyntämisessä
- luomu- ja lähiruoan hyödyntämisessä
- maaseutu- ja mökkimatkailutuotteiden kehittämisessä
- luksustuotteiden tuotteistamisessa – luonnon, hiljaisuuden, suomalaisen designin, käsitöiden, paikallisuuden (autenttisuus) ja brändin hyödyntämisessä

Kulttuurimatkailu

Kulttuurimatkailu koostuu paikallisesta kulttuuritarjonnasta, tapahtumista, näyttelyistä ja eri tilaisuuksista, joissa huomioidaan menneisyys ja nykyisyys sekä paikallinen elämäntapa. Kulttuurimatkailuun liittyvät myös kulttuuriperintöön liittyvät vastakohdat, kuten idän ja lännen kohtaaminen.

Pohjois-Savossa kulttuurimatkailu painottuu tällä hetkellä teatterimatkailuun, tapahtumiin, joissa hyödynnetään perinteitä, ruokaa ja ortodoksisuuteen liittyviin matkailupalveluihin. Culture Finland Pohjois-Savo -hankkeessa kehitettäviksi kulttuuriteemoiksi on valittu ortodoksisuus, Suomen sota, metsä ja paperiteollisuuden historia -teemat. Tulevaisuudessa kulttuurimatkailussa nähdään hyviä mahdollisuuksia täyttää hiljaisia sesonkeja.

Kulttuurimatkailu vaatii tuotteistamista ja mahdollisuuksia nähdään:

- savolaisuuden tuotteistamisessa kotimaisille matkailijoille (persoonat ja paikat)
- omaleimaisten kylien tuotteistamisessa (aitous, ”live like a local”)
- tarinoiden hyödyntämisessä
- luomu- ja lähiruoan esille nostamisessa
- savolaisen maaseutu- ja mökkikulttuurin paketoimisessa matkailutuotteeksi
- vuotuisjuhlien tuotteistamisessa kulttuuritapahtumiksi

Tapahtumamatkailu

Tapahtumamatkailusta puhutaan silloin, kun matkustetaan tapahtuman takia jonnekin joko osallistujaksi, katsojaksi tai toteuttajaksi. Tapahtumamatkailuun kuuluvat esimerkiksi festivaalit, konsertit, messut, kokoukset ja urheilutapahtumat.

Pohjois-Savossa toteutetaan tällä hetkellä erilaisia kulttuuriin, urheiluun, vapaa-aikaan ja harrastuksiin liittyviä tapahtumia. Aktiivinen urheilumatkailu eli osallistuminen urheilutapahtumaan on lisääntynyt alueellamme erilaisten liikunta- ja urheilutapahtumien myötä. Tulevaisuudessa aktiivinen liikunta- ja urheilumatkailu lisääntyy edelleen uusien yhteistyöverkostojen ja tapahtumien kehittämisen kautta. Tapahtumamatkailun avulla pystytään lisäämään ympärivuotisuutta ja alueen vetovoimaisuutta. Valoisat kesäyöt nähtiin myös mahdollisuutena kehittää uusia tapahtumia.

Alueelle tarvitaan tulevaisuudessa:

- lisää urheilu-, musiikki-, kulttuuri- ja järjestötapahtumia
- ulkomaalaisia kiinnostavia tapahtumia
- eri aikaan vuodessa toteutettavia tapahtumia
- kokous- ja kongressimatkailun kehittämistä

Etelä- Konneveden kansallispuisto

Rakenteilla oleva Etelä-Konneveden kansallispuisto sijaitsee Rautalammin ja Konneveden kuntien alueella, Keski-Suomen ja Pohjois-Savon maakuntien rajalla. Kansallispuisto nähdään konkreettisenä esimerkkinä ylimaakunnallisen yhteistyön toteutumisesta. Kansallispuisto rakentuu Konnevesi-järven rannalle, jonka tuotteissa vesistömatkailupalvelut tulevat olemaan tärkeässä roolissa. Metsähallituksen mukanaolo palvelujen suunnittelussa ja rakentamisessa nähtiin hyvänä asiana ja reittien rakentamisessa toivotaan huomioitavan valtakunnallisen Outdoors Finland -hankkeen ulkoilureitistöjen rakentamisen ohjeet. Haastateltavista yrityksistä kaksi ilmoitti suunnittelevansa matkailupalveluja tulevaan kansallispuistoon. Yleisesti luotetaan kansallispuiston Master Planin valmistumiseen ja toivotaan, että siitä tulee aktiivinen kansallispuisto, jonka matkailijat löytävät.

Tahkon kehittäminen

Tahko on Pohjois-Savon alueen ainoa matkailukeskus. Tahko ja Kuopion kaupunki ovat alueen matkailun veturit ja maakuntaa markkinoidaan Kuopio-Tahko alueena. Tahkolla on noin 1000 loma-asuntoa, joissa on yhteensä noin 8500 vuodepaikkaa. Vuonna 2013 Tahkolla kerjyi vajaa 600 000 majoitusvuorokautta, jossa on noin 10 % vähennystä edelliseen vuoteen.

Tahkolla on useita liikunta- ja urheilumatkailuun liittyviä tapahtumia. Tulevaisuudessa osaa olemassa olevista tapahtumista pystytään vielä kehittämään ja kasvattamaan. Majoitus- ja ravintolapalvelut mahdollistavat isompienkin tapahtumien järjestämisen. Reitistöt ovat osallistujia rajoittava tekijä. Tahkon kehittäminen nähdään hyödyksi koko alueelle.

Tahkon kehittämisen kohteita tulevaisuudessa ovat:

- olemassa olevien reitistöjen ja tapahtumien hyödyntäminen eri aikaan vuodesta
- lisää erilaisia tapahtumia
- lisää rinteitä ja latuverkostoa
- maauimala tyylinen vesipuisto
- maastopyöräilykeskus ”MTB-Park”
- kongressikeskus

Pohjois-Savon matkailutuotteiden markkinointi

Pohjoissavolaiset matkailuyritysten edustajat kokevat matkailun tällä hetkellä elävän murrosvaihetta ja heikkoudet koetaan pääsääntöisesti markkinointiin ja myyntiin liittyvinä tekijöinä niin yrityskohtaisesti kuin maakunnallisestikin. Haastatellut tietävät, että markkinointi on yritysten omalla vastuulla, mutta yritykset tarvitsevat lisäapua Kuopio-Tahko markkinointiyhtiöltä.

Alueelta puuttuu yhteinen nimittäjä, jolla voidaan tehdä kansainvälistä markkinointia. Pienet yritykset ovat liittyneet yhdessä Kuopio-Tahko yhteismarkkinointiin, jolla saavat parempaa näkyvyyttä. Haastateltavien mukaan markkinoinnissa on tehtävä yhteistyötä jatkossa laajemmin, yli maakuntarajojen. Tulevaisuudessa sähköinen markkinointiosaaminen kasvaa, mutta tarvitaan edelleen jaettavia paperisia yleisesitteitä.

Kehittämisen kohteita:

- kansainväliset kontaktit Venäjän lisäksi Kiinaan ja Keski-Eurooppaan
- kontakteja matkanjärjestäjiin
- Kuopio-Tahko markkinointi ei yksin riitä
- onko oikeanlaisia tuotteita joita markkinoidaan?

Pohjois-Savon matkailutuotteiden myynti

Matkailutuotteiden myynti on yritysten itsensä vastuulla. Tällä hetkellä Pohjois-Savossa ei ole alueellista myyntiorganisaatiota, joka koetaan isoksi puutteeksi. Haastateltavien mukaan myynti tulisi jatkossa kohdentaa, joko myyntihenkilön ja/tai myyntiorganisaation kautta. Majoituspalvelujen myyntiä on tehty jo pitkään Internetissä ja tulevaisuudessa uskotaan sähköisten kauppapaikkojen lisääntymiseen.

Kehittämisen kohteita:

- sähköinen kauppapaikka
- kohderyhmän mukaiset tuotteet
- myyntiorganisaatio, kokous- ja kongressipalvelutoimisto
- yhteistyö VisitFinlandin kanssa

4 YRITTÄJIEN KEHITTÄMISSUUNNITELMAT

Tällä hetkellä vaikuttavasta taantumasta huolimatta pohjoissavolaiset matkailuyritysten edustajat uskovat matkailun kehittämiseen alueella. Haastatelluissa yrityksissä ollaan valmiit kehittämään toimintoja investoimalla lisäkapasiteettiin, laajentamalla palvelutarjontaa, kehittämällä sähköistä liiketoimintaa, markkinointia ja myyntiä, elämys- ja hyvinvointipalveluja sekä sitomalla aikaa ja rahaa reitistöjen kehittämiseen ja tuotteistamiseen.

Investoinnit

Haastateltujen mukaan yrittäjien (17) suunnitelmissa on tehdä merkittäviä investointeja seuraavien viiden vuoden aikana. Investointien suuruudet liikkuvat muutamasta 10 000 eurosta 20 miljoonaan euroon.

Haastateltujen investointisuunnitelmat kohdistuvat seuraaviin toimenpiteisiin:

- hyvinvointi- ja elämyskeskus (1)
- uusi hotellirakennus (1)
- uusien majoitustilojen rakentaminen ja hankkiminen (3)
- savusauna (1)
- nykyisten mökkien (1), hotelli- ja muiden toimitilojen korjaus- ja laajennusinvestoinnit (6)
- kalustoinvestoinnit (2)
- toimintaympäristön kehittämiseen liittyvät investoinnit (2)

Palvelutarjonnan laajentaminen

Yrittäjät (21) haluavat laajentaa palvelutarjontaansa joko matkailuun tai kokonaan toisille toimialoille. Luontomatkailutuotteiden kehittäminen nousi yhdeksi tärkeimmäksi teemaksi palvelujen kehittämisessä. Lisäksi haastatellut ovat valmiita antamaan omaa asiantuntijapuaan reitistöjen kehittämiseen ja tuotteistamiseen.

Esimerkkejä uusista palvelutuotekokonaisuuksista:

- uudet elämys- ja hyvinvointipalvelutuotteet
- kohderyhmien mukaiset uudet palvelutuotteet
- Etelä-Konneveden kansallispuiston uudet tuotteet
- kulttuurimatkailutuotteet
- aktiiviharrastajille suunnatut tuotteet

- ravintolatoiminnan uudistaminen
- vesistömatkailupalvelujen kehittäminen
- reitistöjen kehittäminen ja tuotteistaminen
- uusien tapahtumien kehittäminen ja hankkiminen

Markkinointiin ja myyntiin liittyvä kehittäminen

Markkinointiin ja myyntiin liittyvissä toimenpiteissä yritysten (11) kehittämissuunnitelmat liittyvät:

- sähköisen liiketoiminnan kehittämiseen (esim. Twitter, Instagram, Google ja nettisivut)
- markkinoinnin ja myyntitaitojen kehittämiseen
- toiminnanohjausjärjestelmien kehittämiseen
- markkinoinnin ja myynnin työkalujen kehittämiseen
- näkyvyyden lisäämiseen markkinointiyhtiössä

Yritysten koulutus- ja osaamistarpeet

Yritysten henkilöstön tärkeimmät koulutustarpeet liittyvät lakisääteisiin turvallisuus- ja päivityskoulutuksiin, kuten matkailualan turvallisuuspassi- (Matupa) ja ensiapukoulutus sekä erikoislajien ohjaajakoulutukset. Asiakaspalvelukoulutuksissa tarvitaan erityisesti venäläisen matkailijan kohtaamiseen liittyvää koulutusta. Lisäksi tarvitaan sähköisten myyntikanavien ja sosiaalisen median käyttämiseen ja hyödyntämiseen sekä myynti- ja laatuohjelmiin liittyviä koulutuksia.

Haastateltavien mielestä työntekijöinä tarvitaan enemmän moniosaajia ja suorittavan tason osaajia. Heidän mielestään matkailun toimialalla on ylitarjontaa esimiehistä.

Yleisesti osaamistarpeet liittyvät pitkälti koulutustarpeisiin. Yrityksissä tarvitaan myynnin ammattilaisia, jotka osaavat toimia myös sähköisissä jakelukanavissa. Tarvitaan myös kotimaan ja kansainvälisen markkinoinnin ja myynnin osaajia sekä kiinalaisten ja venäläisen palvelukulttuurien osaajia. Kaikilla matkailun toimialoilla tarvitaan tuotteistamiseen ja paketoimiseen liittyviä taitoja. Ohjelmapalvelujen tuottamiseen tarvitaan lisäksi erikoisosaamista, kuten maaston tuntemista ja lajiliittojen vaatimuksien hallintaa.

5 YHTEENVETO

Tämän hetkisestä taantumasta ja alueellisen matkailun murrosvaiheesta huolimatta pohjoissa-volaisten matkailuyritysten edustajien mukaan matkailuyrityksissä ollaan valmiita ja halukkaita tekemään yritystoimintaan liittyviä investointeja, kehittämään palveluja sekä osaamista markkinointiin ja myyntiin liittyvissä taidoissa. Pohjois-Savon matkailun kehittämisteemoiksi kotimaisilla ja kansainvälisillä matkailumarkkinoilla nousivat haastattelujen perusteella luonto-, hyvinvointi-, kulttuuri-, ja tapahtumamatkailu, Tahkon matkailukeskus, Pohjois-Savon matkailutuotteiden markkinointi ja myynti.

Kuopio-Tahko markkinointiyhtiön toiminnan nähdään tulevaisuudessa kehittyvän niin, että se palvelee kaikkia maakunnan matkailuyrityksiä. Myynnin uskotaan kehittyvän sähköisten kauppapaikkojen kehittymisen myötä. Yrittäjien avuksi alueelle tarvitaan maakunnallinen myyntiorganisaatio ja yhteistyötä on tehtävä eri toimialojen ja yli maakuntarajojen. Ei-matkailuyrittäjät näkivät Kuopion ja Tahkon merkityksen alueen matkailun vetureina ja niiden kehittymisen keskeisenä tekijänä Pohjois-Savon matkailun kehittämisessä.

Yrittäjillä on investointihalukkuutta omien palvelujen kehittämiseen. Osalla taloudelliset resurssit mahdollistavat isompienkin kehittämistoimenpiteiden toteuttamisen. Tärkeimmiksi kehittämisteemoiksi kotimaisille ja kansainvälisille matkailijoille nousivat luonto-, hyvinvointi- ja tapahtumamatkailuun liittyvien palvelujen kehittäminen.

Etelä-Konneveden kansallispuisto ei noussut haastatteluissa esiin, mutta työryhmissä se nähtiin mahdollisuutena kehittää luonto- ja hyvinvointimatkailuun liittyviä palveluja. Luksusmatkailutuotteet liittyivät elämys- ja hyvinvointipalvelujen kehittämiseen.

HAASTATELLUT**MATKAILUYRITTÄJÄT / YRITYSTEN EDUSTAJAT**

Haapaniemen Matkailu	Nissinen Sanna-Riika	Yrittäjä, omistaja, markkinointipäällikkö
Hotelli Isovalkeinen Kuopio	Mika Moisander	Hotellinjohtaja
Huippupaikat Oy	Ilkka Suutarinen	Toimitusjohtaja
Kunnonpaikka	Katriina Lahti	Toimitusjohtaja
Kuntoranta Oy	Harry Pirttimäki	Hotellinjohtaja
Kuopion Seikkailukeskus Oy	Kalevi Puomilahti	Ohjelmapalvelupäällikkö
Kuopion Kylpylä Oy	Pekka Sammatti	Johtaja
Lakeland GTE	Arto Keinänen	Yrittäjä
Liinamaa Palvelut Oy	Jaana Sahlman	Yrittäjä
Lohimaa	Aki Siren	Yrittäjä
Matkailukeskus Rauhalampi Oy	Sami Simonen	Toimitusjohtaja
Metsäkartano	Jari Korkalainen	Toiminnanjohtaja
PeeÄssä	Ville Puustinen	Toimialajohtaja
Puustila Ski&Golf / Tahko Farm	Hannu Puustinen	Yrittäjä
Rinnepelto Lomamökit	Mari Hartikainen	Yrittäjä
Roll Risteilyt	Noora Kivi	Yrittäjä
SeikkailuKuopio	Arto Jauhiainen	Yrittäjä
Siilinjärven Uimala Oy / Fontanella	Johanna Lamminaho	Toimitusjohtaja
Suomen Ravintolataito	Jukka Savolainen	Yrittäjä
Tahko Chalet	Merja Tiuhonen	Myynti- ja markkinointivastaava
TAHKOcom	Eero Väätäinen	Asiakkuuspäällikkö
TAHKOcom /Tahko24H	Jari Kukkonen	Toimitusjohtaja
Tahko Golf	Jukka Ilva	Toimitusjohtaja
Tahko.me majoituspalvelut	Anna-Liisa Toivanen	Yrittäjä
TahkoSpa Hotel	Pekka Allinen	Resort Manager
Tahko-Tours Oy	Elena Chiksoeva	Toimitusjohtaja

Yksi haastateltava ei halunnut, että hänen tietonsa mainitaan raportissa.

EI-MATKAILUYRITTÄJÄT

Yritys	Nimi
Iisalmen kaupunki	Minna Maukonen
Juankosken kaupunki	Jari Kosonen
Karelia Expert	Jaana Nykänen
Kuopio-Tahko Markkinointi	Wille Markkanen
Lomakeskus Järvisydän	Markus Heikkinen
Matkus Shopping Center	Minna Karppinen
Rovaniemi	Jari Virtanen



SAVONIA
AMMATTIKORKEAKOULU



MATKAILUPALVELUJEN KEHITTÄMISEN EDELLYTYKSET POHJOIS-SAVOSSA YRITYSKYSELY

(haastatellaan yrittäjää tai yritystoiminnasta/yksiköstä vastaavaa henkilöä)

Yritys: _____ soittopäivä ____ / ____ 2014

Haastateltavan nimi: _____ haastattelija: _____

Asema yrityksessä: _____

Osoite: _____

Sähköposti: _____

www-osoite: _____

1. Taustatiedot vastaajasta

Sukupuoli _____ mies _____ nainen

Ikä _____ enintään 30 v
 _____ 31 – 40 v
 _____ 41 – 50 v
 _____ 51 – 60 v
 _____ vähintään 61 v

Ylin peruskoulutus
(yksi vaihtoehto) _____ kansakoulu
 _____ peruskoulu
 _____ lukio/ylioppilas
 _____ muu

Ylin muu koulutus
(voi valita monta) _____ ammattikoulu tai vastaava
 _____ opistoasteinen ammatillinen koulutus, ammattitutkinto
 _____ alempi korkeakoulututkinto
 _____ ylempi korkeakoulututkinto (maisteri, ylempi amk)
 _____ yliopistollinen jatkotutkinto
 _____ muu _____

Ammatillisen koulutuksen ala
 _____ matkailu- ja ravitsemisosalta
 _____ kaupalliselta alalta
 _____ maa- ja metsätalouselialta
 _____ joku muu, mikä? _____

2. Kohdeyrityksen toiminta

Perustiedot yrityksestä tällä hetkellä:

Matkailutoiminnan aloitusvuosi _____

Mikä on yrityksen keskimääräinen henkilöstömäärä viimeisen kahden vuoden aikana kokonaisiksi henkilöstötyövuosiksi muutettu (yrittäjä ml)? _____

Miten toimitte tällä hetkellä?

____kokoaikaisesti, ____vain sesonkiaikana, ____vain tilauksesta, ____muuten, miten _____

Matkailun pääasiallinen toimiala ja kapasiteetti:

Majoituspalvelut: vuodepaikat _____, osuus vuosilv:sta % _____, majoitusvrk 2013 _____

Ravitsemispalvelut: osuus vuosilv:sta % _____

Ohjelmapalvelut: osuus vuosilv:sta % _____

Muuta matkailutoimintaa: Mitä _____ osuus vuosilv:sta % _____

Miten arvioitte matkailuyritystoiminnan kannattavuuden kehittyvän seuraavan viiden vuoden aikana?

____paranee ____pysyy samana ____heikkenee

Mitkä ovat suurimmat syyt arvioimaanne kehitykseen tulevaisuudessa?

Millainen on mielestäsi matkailuyritystoimintanne todennäköinen kehityssuunta seuraavan kymmenen vuoden aikana?

____toimintaa kehitetään, ____jatkuu entisellään, ____aion lopettaa yritystoiminnan, ____aion myydä yritystoiminnan, ____muu,mikä _____

Miksi?

3. Yrityksen vahvuudet ja heikkoudet

Mitkä seikat mielestänne ovat oman yrityksenne **vahvuuksia** tällä hetkellä?

Miten mainitsemanne seikat mielestänne kehittyvät vuoteen 2020 mennessä?

(+ = vahvistuu, 0 = pysyy samana, - = heikkenee)

+ 0 - eos

___ / ___ / ___
___ / ___ / ___
___ / ___ / ___
___ / ___ / ___

Mitkä seikat mielestänne ovat oman yrityksenne **heikkouksia** tällä hetkellä?

Miten mainitsemanne seikat mielestänne kehittyvät vuoteen 2020?

(+ = paranee, 0 = pysyy samana, - = heikkenee)

+ 0 -

___ / ___ / ___
___ / ___ / ___
___ / ___ / ___
___ / ___ / ___

Ovatko seuraavat asiat mielestänne oman yrityksenne tai yrityksen toiminnan kannalta vahvuuksia vai heikkouksia tällä hetkellä? Vahvuus - N = neutraali, Heikkous)

Miten ko. seikka mielestänne muuttuu seuraavan viiden vuoden aikana (vuoteen 2020)?

(+ = paranee, 0 = pysyy samana, - = heikkenee=

Vahvuus N Heikkous eos + 0 - eos

YRITYKSEEN LIITTYVÄT

Kasvuhakuisuus

___ / ___ / ___

Kansainvälisyysosaaminen

___ / ___ / ___

Yrityksen yhteistyö muiden toimijoiden kanssa

___ / ___ / ___

Sähköisen markkinoinnin osaaminen

___ / ___ / ___

Kestävän kehityksen huomioiminen

___ / ___ / ___

YMPÄRISTÖÖN LIITTYVÄT

Luonto, maisema

___ / ___ / ___

Vesistöjen läheisyys

___ / ___ / ___

Paikallinen kulttuuri

___ / ___ / ___

Venäjän läheisyys

___ / ___ / ___

Reitistöt

___ / ___ / ___

Mitkä ovat **merkittävimmät syyt** tulevien vuosien muutoksiin?

4. Kehittämissuunnitelmat

Millaisia liiketoimintaan liittyviä kehittämissuunnitelmia olette suunnitelleet toteutettavaksi lähivuosina?

Millaisia **investointeja** olette suunnitelleet lähivuosien aikana tai olette toteuttamassa?

Mitkä ovat yrityksenne **tärkeimmät osaamistarpeet** seuraavan viiden vuoden aikana?

Mitkä ovat yrityksenne **tärkeimmät koulutustarpeet** seuraavan viiden vuoden aikana?

Projekti jatkuu työpajatoiminnalla johon toivotaan osallistujiksi kehittämisestä kiinnostuneita matkailuyritysten edustajia. Tavoitteena on työpajoissa koota Pohjois-Savon matkailutuotteiden kehittämisen realistiset mahdollisuudet matkailutuotekokonaisuuksien kehittämiseksi ja esittää kehityslinjoja tulevaisuudelle, joihin myös yritysten edustajat ovat sitoutuneita.

Oletteko kiinnostuneita osallistumaan työpajatoimintaan? _____ kyllä, _____ En

Jos ei, niin miksi? _____

Osaatteko esittää alueeltanne jotakin päätoimisesti matkailutoiminnassa toimivaa tai voimakkaasti matkailuyritystoimintaa kehittävää henkilöä jolle tämä kysely kannattaa myös esittää?

Kuka _____

KIITOKSET VASTAUKSISTA!



MATKAILUPALVELUJEN KEHITTÄMISEN EDELLYTYKSET POHJOIS-SAVOSSA (haastatellaan matkailualan ulkopuolisia elinkeinoelämän edustajia)

Yritys: _____ soittopäivä ____ / ____ 2014

Haastateltavan nimi: _____ haastattelija _____

Pohjois-Savon matkailu tällä hetkellä

Mitkä seikat mielestänne ovat Pohjois-Savon matkailun vahvuuksia tällä hetkellä?

Miten mainitsemanne seikat mielestänne kehittyvät seuraavan viiden vuoden aikana?

(+ = vahvistuu, 0 = pysyy samana, - = heikkenee)

	+	0	-	EOS					
_____	___	/	___	/	___	/	___	/	___
_____	___	/	___	/	___	/	___	/	___
_____	___	/	___	/	___	/	___	/	___
_____	___	/	___	/	___	/	___	/	___
_____	___	/	___	/	___	/	___	/	___
_____	___	/	___	/	___	/	___	/	___

Mitkä seikat mielestänne ovat Pohjois-Savon matkailun heikkouksia tällä hetkellä?

Miten mainitsemanne seikat mielestänne muuttuu viiden vuoden aikana (vuoteen 2016)?

(+ = paranee, 0 = pysyy samana, - = heikkenee)

	+	0	-	EOS					
_____	___	/	___	/	___	/	___	/	___
_____	___	/	___	/	___	/	___	/	___
_____	___	/	___	/	___	/	___	/	___
_____	___	/	___	/	___	/	___	/	___
_____	___	/	___	/	___	/	___	/	___
_____	___	/	___	/	___	/	___	/	___

Millainen on mielestänne matkailutoiminnan todennäköinen kehityssuunta yleisellä tasolla seuraavan kymmenen vuoden aikana Pohjois-Savossa?

___ toimintaa kehitetään, ___ jatkuu entisellään, ___ toiminta näivettyy _____

Miksi?

Kehittämispanostukset

Onko mielestäsi joku erityinen vetovoimatekijä, joka kannattaisi nostaa Pohjois-Savon matkailun kehittämiseksi?

Millaisia matkailun kehittämiseen liittyviä kehittämissponnistuksia ja investointeja mielestänne pitäisi tehdä Pohjois-Savossa?

Haluatteko lähettää jotakin muita terveisiä matkailutoiminnan kehittäjille?

Projekti jatkuu marraskuussa työpajatoiminnalla, jonka tavoitteena on koota Pohjois-Savon matkailutuotteiden kehittämisen realistiset mahdollisuudet matkailutuotekokonaisuuksien kehittämiseksi ja esittää kehityslinjoja tulevaisuudelle, joihin myös yritysten edustajat ovat sitoutuneita.

Oletteko kiinnostuneita osallistumaan työpajatoimintaan? ____kyllä, ____En

Osaatteko esittää verkostostanne jotakin henkilöä matkailutoimialan ulkopuolelta, jota suosittelette haastateltavaksi?

Kuka _____

KIITOKSET VASTAUKSISTA!

OHJAUSRYHMÄ

- Minna Halme, Kuopion kaupunki, maakunnallinen markkinointihanke jäsen
- Arto Jauhiainen, Seikkailu Kuopio / Tahko Safarit jäsen
- Tiina Kuosmanen, Savonia-ammattikorkeakoulun kuntayhtymä ohjausryhmän sihteeri
- Hilikka Lassila, Savonia-ammattikorkeakoulun kuntayhtymä varapuheenjohtaja
- Jarmo Miettinen / Minna Maukonen, Iisalmen kaupunki jäsen
- Kari Tarkiainen, Pohjois-Savon liitto rahoittajan yhteyshenkilö
- Sari Tulila, Vesannon kunta jäsen
- Merja Vehviläinen, Osuuskauppa PeeÄssä ohjausryhmän puheenjohtaja

MATKAILUTUOTTEIDEN KEHITTÄMISEN EDELLYTYKSET POHJOIS-SAVOSSA -SELVITYSHANKE

Matkailutuotteiden kehittämisen edellytykset Pohjois-Savossa -selvityshanke

toteutettiin 1.3.–31.12.2014. Hankkeen aikana selvitettiin pohjoissavolaisten matkailuyrittäjien tahtotila, resurssit ja mahdollisuudet kehittää ympärivuotisia matkailutuotteita ja -palveluja kotimaisille ja kansainvälisille matkailijoille. Selvitystyön aineisto koottiin haastatteluista, työpajoista ja aikaisemmin tehdyistä matkailun kehittämisselvityksistä. Raportissa käsitellään esiin nousseita matkailun kehittämisteemoja ja tuotekokonaisuuksia liittyen luonto-, hyvinvointi-, kulttuuri- ja tapahtumamatkailun kehittämiseen, Etelä-Konneveden kansallispuiston tuoteistamiseen, Tahkon matkailukeskuksen kehittämiseen, Pohjois-Savon matkailutuotteiden markkinointiin ja myyntiin.

Hankeen rahoittajina olivat Pohjois-Savon liitto Manner-Suomen ESR-ohjelmasta (Toimintalinja 3: Työmarkkinoiden toimintaa edistävien osaamis- ja innovaatio- ja palvelujärjestelmien kehittäminen) ja Savonia-ammattikorkeakoulu. Laadittua selvitystä voivat hyödyntää tulevaisuudessa Pohjois-Savon matkailun kehittäjät.



POHJOIS-SAVON LIITTO
Regional Council of Pohjois-Savo

Vipuvoimaa
EU:lta
2007–2013



ISBN: 978-952-203-196-9
ISSN: 1795-0848
JULKAISUSARJA D4/8/2014