

LAIHIAN MATKAILUN NYKYTILA JA NÄKÖKULMIA SEN
KEHITTÄMISEEN

Hangas Katri

Opinnäytetyö
Restonomikoulutus
Restonomi (AMK)

2021

Restonomikoulutus
Restonomi (AMK)

Tekijä	Katri Hangas	Vuosi	2021
Ohjaaja(t)	Mervi Angeria		
Toimeksiantaja	Laihian kunta / Juha Rikala		
Työn nimi	Laihian matkailun nykytila ja näkökulmia sen kehittämiseen		
Sivu- ja liitesivumäärä	41 + 3		

Opinnäytetyön aiheena oli matkailun kehittäminen Laihialla. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Laihian kunta, jonka matkailun tilaa työssä tarkasteltiin. Työn tehtävänä oli selvittää, mikä on Laihian matkailun nykytila, ja millaisia ajatuksia tai tarpeita sen kehittämiseen on. Työn tavoitteena oli parantaa ymmärrystä matkailualaa kohtaan ja sen tuomia mahdollisuuksia Laihialle, sekä toimia kipinäinä kehittämistyöhön.

Työssä esiteltiin Laihiaa toimintaympäristönä ja käsiteltiin, mitä matkailu tarkoittaa. Tietoperustaa laajennettiin matkailutoimialan monipuolisella käsittelyllä, ja mitä tulisi ottaa huomioon matkailua kehittäessä.

Opinnäytetyö oli laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimus, ja siinä käytettiin useampaa tutkimuksellista menetelmää. Laihialaisten matkailualan toimijoiden teema-haastattelut olivat tärkeimmässä roolissa. Niiden avulla saatiin luotettavaa ja uutta tietoa matkailun nykytilasta sekä kehittämisen tarpeista. Tämän lisäksi työssä analysoitiin markkinointimateriaaleja ja haettiin tietoa havainnointien avulla paikkakunnan matkailupalvelutarjonnasta.

Tiedonhaun ja tutkimusmenetelmien kautta saatiin tulokseksi Laihian matkailua edistäviä asioita ja myös kehitettäviä kohteita. Näitä olivat muun muassa tieto nykyisestä palvelutarjonnasta ja asiakaskunnasta, Laihian vahvuuksia ja vetovoimatekijöitä sekä kehittämiskohteita. Nämä tulokset koottiin myös SWOT-taulukoon, joka voi toimia kehittämistyön perustana. Lisäksi tuloksista nostettiin muutamia tärkeimpiä kehittämissuhteita, joiden avulla kehittämistyö voisi lähteä parhaiten liikkeelle.

Työn johtopäätös oli, että Laihialla on ehdottomasti kiinnostavaa tarjottavaa matkailijoille. Heidät tavoitetaan Laihian matkailussa tarvitaan kuitenkin vielä runsaasti kehittämistyötä, jolle tämä työ oli alku.

Avainsanat

matkailu, kehittäminen, yhteistyö

Degree Programme in
Hospitality Management
Bachelor of Hospitality Management

Author	Katri Hangas	Year	2021
Supervisor	Mervi Angeria		
Commissioned by	Municipality of Laihia / Juha Rikala		
Subject of thesis	Tourism in Laihia - Current state and views for development		
Number of pages	41 + 3		

The topic of the thesis was the development of tourism in Laihia, Finland. The thesis was commissioned by the municipality of Laihia, whose state of tourism was examined in the work. The purpose of the thesis was to study the current state of tourism in Laihia, and what kind of perspectives or requirements there are for its development. The aim of the thesis was to improve the understanding of the tourism industry and the opportunities it might bring to Laihia, also the aim was to be the spark that is needed to start the development work.

The thesis introduced Laihia as the operating environment and explained what tourism means. With the research material, the tourism industry was studied diversely, and what is required in the development of tourism.

The thesis was a qualitative research, and it utilized several research-based methods. Thematic interviews with representatives in the tourism industry were the most important source in the thesis. They provided reliable and up-to-date information on the current state of tourism and needs of development in Laihia. Additionally, the thesis analysed marketing materials and sought information about the variety of local tourism services through observations.

The results, gathered with research and methods, formed information that promotes tourism in Laihia, and the areas that still need development. The results included the information of the current tourism services and customer base, Laihia's strengths and attraction factors, and areas for development. All results were also compiled into a SWOT table, which can serve as a basis for development work. In addition, few of the main results was raised as development proposals, which can be used as first goals for the tourism development.

The conclusion of the thesis was that Laihia has definitely interesting content to offer to tourists. In order to reach them, Laihia still needs a lot of development work in tourism, for which this thesis was the beginning.

Key words tourism, development, collaboration

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
2 LAIHIAN ESITTELY	6
3 MATKAILUTOIMIALA	10
3.1 Matkailu	10
3.2 Matkailun merkitys paikkakunnalle	11
3.3 Huomionarvoista matkailun kehittämisessä	12
3.4 Matkailualan suunta	14
4 SELVITYKSEN TOTEUTUS JA MENETELMÄT	17
5 LAIHIAN MATKAILUPALVELUT	21
6 LAIHIAN MATKAILUMARKKINOINTI	23
7 TOIMIJOIDEN HAASTATTELUT	24
7.1 Palvelun tai toiminnan tavoite ja merkitys	24
7.2 Asiakkaat ja palvelun löytäminen	25
7.3 Laihian vetovoimatekijät ja vahvuudet	26
7.4 Laihian tunnettavuus	28
7.5 Yhteistyö	29
7.6 Matkailun kehittäminen	30
8 TUTKIMUSTULOSTEN YHTEENVETO	33
8.1 Matkailusta vetovoimaa	33
8.2 Laihian matkailun SWOT-taulukko	35
9 KEHITTÄMISEHDOTUKSET	36
10 POHDINTA	37
LÄHTEET	39
LIITTEET	42

1 JOHDANTO

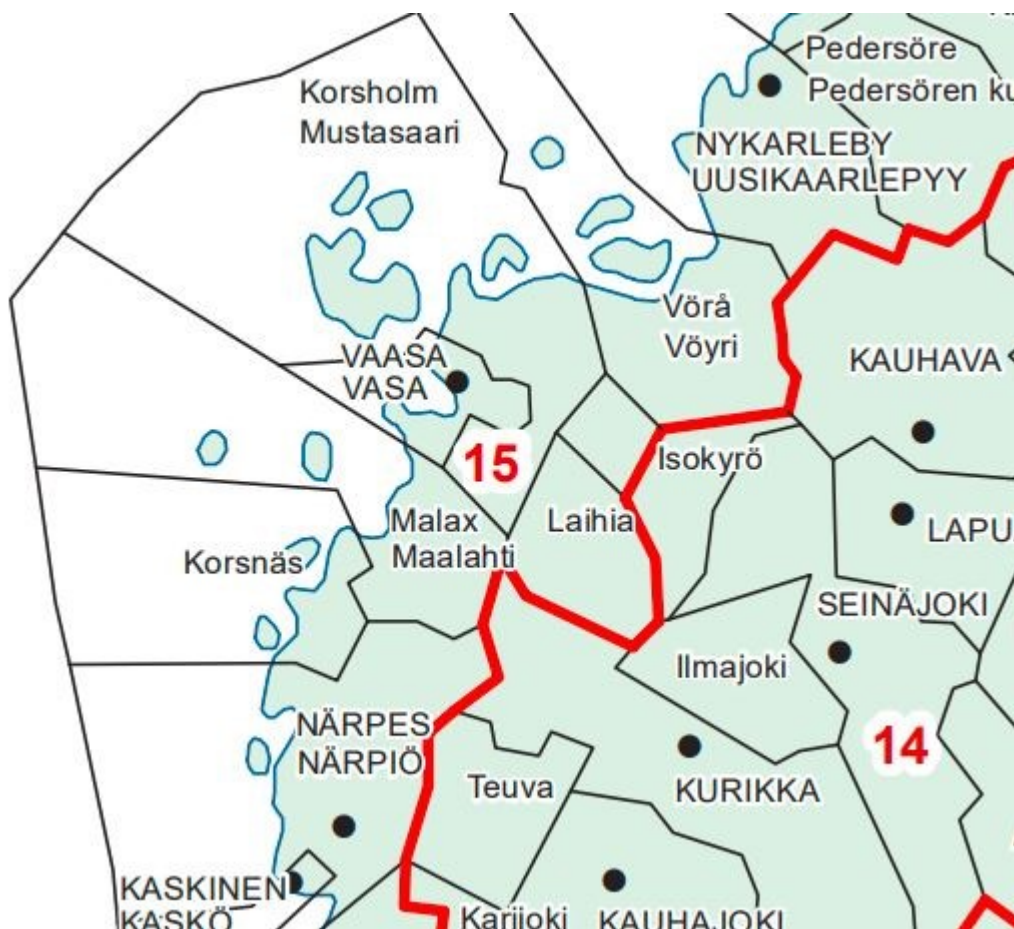
Laihia on tunnettu nuukuudesta luovivista vitseistä, ja kyllä, se on silti ihan oikea paikka. Laihia on ylpeä kansallisesti tunnetusta nuukamaineestaan, mutta millaisena kunta mahtaa näyttäytyä matkailijalle?

Opinnäytetyön aihepiiri liittyy Laihian matkailun kehittämiseen. Toimeksiantajana työssä on Laihian kunta ja yhteyshenkilönä toimii kunnanjohtaja Juha Rikala. Kunnassa ei ole aiemmin tehty johdonmukaista matkailun kehittämistyötä, eikä siihen ole kiinnitetty yhtäkään vastuuhenkilöä. Toimeksiantaja esitti kysymyksen ”miksi matkailija pysähtyy Laihialla”. Toiveissa on saada kuulla matkailuun liittyvien toimijoiden ajatuksia Laihian matkailun tilasta ja mahdollisesti jatkojalostaa työssä saatuja tuloksia eteenpäin. Toimeksiantaja toivoo myös konkretiaa teorian rinnalle.

Jotta matkailua voi johdonmukaisesti alkaa kehittää, täytyy luoda perusta nykyisyyden pohjalta. Työn tehtävänä onkin selvittää Laihian matkailun nykytila ja se, millaisia näkemyksiä sen kehittämisestä matkailuun sidoksissa olevilla tahoilla on. Mitkä ovat ne asiat, joita kannattaa vahvistaa ja korostaa, tai mitä uutta kohti kehittämisessä tulisi pyrkiä? Työn tavoitteena on siis parantaa ymmärrystä matkailun kehittämisen tarpeista ja sen tuomista mahdollisuuksista Laihian kunnassa. Työn tulokset ja havainnot voivat toimia alkuvoimana ja selkeämpinä suuntaviivoina Laihian matkailun yhteiskehittämisen aloittamisessa.

2 LAIHIAN ESITTELY

Laihian kunnassa on asukkaita 7 996. Asukasmäärä on viime aikoina kääntynyt laskusuuntaan. (Tilastokeskus 2020.) Laihia sijaitsee Länsi-Suomessa, Pohjanmaan maakunnassa ja sen rajanaapurikuntia ovat Mustasaari, Vaasa (Vähäkyrö), Isokyrö, Ilmajoki, Kurikka (Jurva) ja Maalahti (Kuva 1). Vaasan keskustaan on matkaa 25 km, Seinäjoelle 56 km ja Tampereelle 215 km (Laihian kunta 2012).



Kuva 1. Laihian sijoittuminen Pohjanmaan maakunnassa (15), Etelä-Pohjanmaan (14) naapurissa. Kuvakaappaus Maanmittauslaitoksen suuremmasta kartasta (Maanmittauslaitos 2021)

Vaikka Laihia sijaitsee Pohjanmaan maakunnassa (Kuva 2), puhutaan siellä eteläpohjalaista murretta. Laihia on maakunnan ainoa kunta, joka on selkeästi yksikielinen. Muissa Pohjanmaan kunnissa äidinkieltään ruotsinkielisellä väestöllä on selkeästi reilumpi osuus tai jopa enemmistö suomenkielisiin verrattuna. Laihian ruotsinkielisten osuus väestöstä on vain 1,1 %. (Pohjanmaa lukuina 2021.)



Kuva 2. Pohjanmaan maakunta ja sen seutukunnat (Pohjanmaan Liitto 2021)

Laihia kuuluu nykyään läheisesti Vaasan seutukuntaan. Naapuruskuntien, Isonkyrön ja Vähäkyrön kanssa Laihia on muodostanut aiemmin Kyrönmaan seutukunnan. Kyrönmaan seutukunta on kuitenkin virallisesti lakannut olemasta, koska Isokyrö on siirtynyt Pohjanmaalta Etelä-Pohjanmaan maakuntaan vuonna 2021 alkaen (Mäenpää 2020). Vähäkyrö puolestaan on nykyään osa Vaasaa ja yksi sen kaupunginosa (Vaasa 2021). Kyrönmaa toki edelleen määrittelee aluetta ja

sen identiteettiä, sekä naapuruskuntien hengenheimolaisuutta. Tästä esimerkkinä Yhyres-yhdistys, joka toimii Kyrönmaan alueella Leader-rahoitteisena kehittämissyhdistyksenä, sekä kaksi kertaa viikossa ilmestyvä Kyrönmaa-sanomalehti. Kyseisen lehden sisältö käsittelee Laihian lisäksi ajoittain myös Vähänkyrön, Isonkyrön ja Ylistaron asioita (Yhyres 2021b; Kyrönmaa 2021).

Laihian keskusta sijoittuu 3-tien varrelle ja heti keskustan tuntumasta siitä erkaantuu tie-18. Laihialta on siis suorat tieyhteydet esimerkiksi Vaasaan, Tampereelle ja Helsinkiin, sekä Seinäjoelle ja Jyväskylään. Tieliittymiä on uudistettu Laihialla viime vuosina, ja tieosuuksien parannuksia on edelleen suunnitteilla ja selvityksessä, esimerkiksi 3-tien Laihia-Helsingby (Mustasaari)-väli (Väylä 2021). Vaasasta alkava valtatie 18 (muuttuen myöhemmin valtatieksi 16) on osa Sininen tie -matkailutietä, joka kulkee Norjasta Ruotsin ja Suomen läpi Venäjälle. Laihia on kuitenkin jättäytynyt pois Sininen tie -yhdistyksen toiminnasta. (Joki 2020.)

Vaasan lentoasemalle Laihian keskustasta on noin 20 km. Vaasasta on suoria lentoyhteyksiä Helsinkiin ja Tukholmaan, sekä lomalentoja Etelä-Euroopan loma-kohteisiin. (Finavia 2021.) Alle 30 km Laihialta, Vaasan satamasta on päivittäinen lauttayhteys Ruotsin Uumajaan. Reitti on viime aikoina nostanut suosiotaan pitkään kestäneen vaikean ajan jälkeen. Reitille tuli uusi, nykyaikainen ja ympäristöystävällinen lautta, joka aloitti liikennöintinsä elokuussa 2021. (Leiwo 2021.)

Laihian keskustan lähellä (noin 2 km päässä) kulkee myös Vaasa-Seinäjoki-junarata, mutta Laihian asema on poistettu matkustusliikenteen käytöstä vuonna 2016. Lähin matkustuskäytössä oleva asema sijaitsee reilu 10 km päässä Tervajoella, Vaasan Vähässäkyrössä. Laihialle on päässyt Seinäjoen ja Vaasan välillä kulkevalta junayhteydeltä liityntäbussille, mutta yhteydet on toistaiseksi peruttu. (Rintamaa 2016; VR 2021.)

Laihian keskusta ja useat kylät asutuksineen sijoittuvat pääasiassa Laihianjoen varteen. Laihian maisemaan joen lisäksi kuuluvat laajat peltoaukeat, metsät ja suoalueet (Laihian kunta 2012). Laihianjoen lisäksi kunnan alueella on hyvin vähän muita vesistöjä. Suurin vesialue, joka sijaitsee Levanevan vieressä Laihian ja Jurvan rajalla, on Kivi- ja Levalammen tekojärvi. (Laihian kunta 2016.)

Laihian ja Jurvan (Kurikka) rajalla sijaitsee Metsähallituksen hoitama Levanevan luonnonsuojelualue. Lisäksi Laihian kunta ylläpitää Rajavuoren retkeily- ja eräkeskusta, joka on saman Kurjen kierros -reitin varrella kuin Levaneva. Kurjen kierrosta voi kulkea Rajavuoresta Ilmajoen Kalajaisjärvelle ja takaisin, jolloin koko kierrokselle tulee pituutta lähes 50 km. Rajavuori on Laihian korkeinta aluetta ja siellä kulkee reilu 5 km pitkä luontoreitti laavuineen. (Metsähallitus 2021.) Laihi-alla on lisäksi merkitty Allisen luontopolku, jota ylläpitää Jakkulan kyläyhdistys (Laihian Jakkulan kyläyhdistys 2021).

Laihialta on löydetty suuri määrä muinaislöydöksiä ja -hautapaikkoja. Museoviraston palvelussa Laihialle on merkitty 355 kohdetta. (Museovirasto 2021a.) Ky-ronmaalla, johon Laihiakin kuuluu, on Suomen tihein muinaisjäämistöverkosto. Suuri määrä selittyy sillä, että alue on ajanlaskun alun aikaan sijainnut aivan meren rannassa. (Koski 2021.)

Laihia on luultavimmin tunnetuin nuukuudestaan ja siitä luovivista vitseistä. Laihialainen nuukuus on viety myös kansalliseen aineettoman kulttuuriperinnön luetteloon. (Museovirasto 2021b.) Laihian tunnetuimpia henkilöitä ovat olleet muun muassa Maalaisliiton puheenjohtaja, kansanedustaja ja kirjailija Santeri Alkio sekä lapsuuttaan Laihialla elellyt säveltäjä Toivo Kärki (Mylly 1997; Niiniluoto 2018). Laihialaisia on menestynyt myös muun muassa urheilussa, kirjailijoina, yritysjohtajina ja kansanedustajina.

3 MATKAILUTOIMIALA

3.1 Matkailu

Kärjistettynä matkailu on sitä, että joku henkilö lähtee kotiympäristöstään jostain syystä jonnekin pois ja palaa myös takaisin lähtöpisteeseen. Matkailija matkustaa normaalin elinpiirinsä ulkopuolella olevaan paikkaan ja oleskelee siellä tarkoituksena viettää siellä vapaa-aikaansa, liikematkansa tai muutoin. Matka voi olla kestoltaan kaikkea päivämatkan ja vuoden välillä, ja suuntautua lähelle tai kauas kotia, joka yleensä toimii lähtöpisteenä. (Jänkälä 2019.)

Syyt matkustamiseen voivat olla ihan mitä vain rentoutumisen, harrastamisen tai työhön liittyvän väliltä: mukavaa piristettä ja viihdykettä arkielämän tasapainoksi, hemmottelua ja elämyksiä. Matkailu luo edellytyksiä hyvinvoinnille. Matkailuun voidaan siksi kuluttaa paljonkin rahaa ja suositella kohdetta muille (Pesonen 2020, 59).

Oleellista matkailijan kannalta on myös ympäristö, jossa palvelua tarjotaan, miten sinne pääsee ja miten hyvin palvelu täyttää omat odotukset ja tarpeet. Kokonaisuus muodostuu matkasta ja kaikista palvelun osista, joita matkan aikana käytetään. Todellista arvoa matkaja voi itse arvioida myös palvelun tuottaman mielihyvän ja ainutlaatuisuuden määrässä. (Reijonen 2020, 14; Konu 2020, 35–36; Verhelä 2014, 36.)

Matkailualan toimijoiden tehtävänä on pääasiallisesti tarjota palveluja, jotka vastaavat asiakkaan tarpeisiin. Palvelun ympärille luodaan rakenne eli konsepti, joka määrittelee käsitteen myytävästä tuotteesta ja kaiken, mitä se sisältää. (Konu 2020, 35–36; Tonder 2013, 73.) Matkailu on elinkeino, joka on sidoksissa siihen toimintaympäristöön, johon se on luotu ja kehitetty (TEM 2019b). Konseptin elementtejä voi kopioida muuallekin, mutta esimerkiksi toimintaympäristöä tai kultuuria on hankala siirtää minnekään muualle rikkomatta aitoutta.

3.2 Matkailun merkitys paikkakunnalle

Matkailu muun muassa elävöittää katukuvaa, lisää palveluita ja nostaa arvostusta omaa elinympäristöä kohtaan. Matkailutoiminnalla voi olla merkittävä vaikutus erityisesti syrjäisempien seutujen elinvoimaisuudelle. (Reijonen 2020, 19.) Matkailualan yrittäjyys voi tuoda etenkin maaseudulla lisäänsiomahdollisuuden maa- ja metsätalouden ohella. Matkailualan työpaikat ja kehittämistyö ovat paikkasidonnaisia eli niitä ei voi sellaisenaan siirtää muualle. (TEM 2019b.)

Matkailu tuo alueelle lisää ihmisiä, mistä johtuen palveluita käyttää useampi ja tarjonta paranee heidän tarpeidensa myötä. Matkailuala itsessään on myös merkittävä työllistäjä ja se työllistää erityisesti paljon nuoria (noin 30 %). Matkailuala kokonaisuutena käsittää laajasti erilaisia toimialoja: ravitsemis- ja majoitustoiminnan, matkatoimistot, matkanjärjestäjien toiminnan, urheilutoiminnan, hui- ja virkistyspalvelut, kulttuuri- ja viihdepalvelut (museot, tapahtumat, historialliset nähtävyydet, eläintarhat, luonnonpuistot), henkilöliikenteen ja muun liikkumista tukevan toiminnan. (TEM 2019b.) Näistä iloista pääsevät nauttimaan myös paikalliset asukkaat.

Matkailun kehittämisen myötä paikkakuntalaiset ehkä ymmärtävät omat vahvuutensa ja kulttuurillisen identiteettinsä matkailijoiden silmin nähtynä paremmin. Matkailun avulla voidaan säilyttää kulttuuria, kulttuuriperintöä, ympäristöä ja niiden kehittämistä ja siten myös vahvistaa paikallisia tapoja. (TEM 2019b; Reijonen 2020, 19.) Toki suurempi matkailumäärä voi tuoda myös rasitteita paikkakunnalle, mutta niitä pystytään monesti ennakoimaan ja hallitsemaan tavoitteellisella ja pitkäjänteisellä kehittämistyöllä.

Kaiken kaikkiaan matkailulla on työllistävä vaikutus suoraan ja myös epäsuorasti siihen liittyvillä aloilla. Matkailulla on aluekehitystä tukeva vaikutus ja matkailu-aloista hyötyvät myös muiden toimialojen yritykset. Näitä ovat esimerkiksi kiinteistö- ja laitehuolto, turvallisuusala, päivittäistavarakauppa, erikoiskauppa, rakentamisen ja rakennuttamisen palvelut, ICT- palvelut, elintarvikkeiden tuotanto ja jalostus sekä jätehuolto. Matkailulla on vaikutusta myös kuntien perustehtäviin esimerkiksi terveydenhuoltoon, pelastustoimeen, rakennusvalvontaan, kaavoi-

tukseen sekä kunnan tuottamiin yhdyskuntateknisiin palveluihin. Lisäksi matkailuelinkeino tuottaa kysyntää viestintäalalle ja toimistopalveluihin (esim. kirjanpito ja tilintarkastus). (TEM 2019b.)

Alueelliset erot ovat Suomessa suuria ja vain harvoissa paikoissa matkailu on selkeästi yksi pääelinkeinoista. Kaiken kaikkiaan matkailun osuus kansantalouden on kuitenkin merkittävä ja kasvava. Matkailun osuus Suomen bruttokansantuotteesta on pysytellyt viime vuodet noin 2,5 prosentissa. Matkailu on myös kasvava vientitoimiala, jonka kasvu on ollut nopeaa verrattuna muuhun palveluvientiin. Se eroaa muusta viennistä myös siten, että kulutus tapahtuu Suomessa ja maksaa arvolisäveroa toiminnastaan. (TEM 2019b.) Tähän kaikkeen on kuitenkin tullut raju muutos 2020 alkaneen globaalien pandemian myötä, mutta usko ja toivo matkailun elpymisestä on vahvana. Ainakin tämän hiljaisemman ajan ovat monet voineet käyttää hyödyksi kehittämistyöhön.

3.3 Huomionarvoista matkailun kehittämisessä

Erityisen oleellista matkailun kehittämisessä on se, miten palvelun luo pääsee matkustamaan eli kohteen saavutettavuus (Saarinen 2017, 45). Tähän sisältyy niin julkiset kulkuyhteydet ja aikataulut, tieverkosto ja myös tieto palveluista, ja mistä ne löytyvät. Parempaan saavutettavuuteen pystyy jokseenkin vaikuttamaan esimerkiksi ihan fyysisten opasteiden tai hyvän tiedottamisen avulla.

Matkailua kohteeseen luo myös sen vetovoimatekijät. Nämä ovat alueelle ominaisia piirteitä, jotka luovat kiinnostusta kohteeseen (Saarinen 2017, 44). Niitä voivat olla esimerkiksi alueen luontokohteet, sääilmiöt, erityinen kulttuuri, palvelutarjonta ja sen laatu, turvallisuus, kulttuurilliset, historialliset tai arkkitehtuuriset kohteet tai muulla tavoin erottautuvat matkakohteet (Verhelä 2014, 20–21). Myös arvomaailma tai trendikkyys voi olla vetovoimatekijä. Matkailija valitsee matkakohteen omien motivaatioiden mukaisesti (Pesonen 2020, 59).

Matkakohteen valinta perustuu usein suoraan sen vetovoimaan ja houkuttavuuteen, mutta myös palveluiden tarjoajat ovat velvollisia lunastamaan matkailijoiden odotukset. Jos matkailija kokee matkakohteen kiinnostavana, hyötyvät siitä myös palveluntarjoajat. Toisaalta jos alueen yritykset eivät tuota toivottua arvoa, kärsii siitä myös matkakohteen potentiaali. (Pesonen 2020, 57.)

Alueellista matkailua kehitetään yleensä yhdessä. Sitä voi ohjata yhdessä luodut suuntaviivat, strategia, joiden mukaan määritellään tavoitteet ja miten niihin pyritään pääsemään. Yksittäiset toimijat voivat pohjata palvelujensa kehittämisen alueen omaan strategiaan. Kun aluetta, sen vetovoimatekijöitä ja identiteettiä, palveluiden tarvetta kohderyhmien näkökulmasta ja tulevaisuuden kehittämistä on jo yhdessä linjattu, voi niitä käyttää oman toiminnan perustana. Näin myös matkailijoilla pysyy yhtenäinen ja aito kuva matkakohteesta, kun matkailutoimijat tähtäävät samoihin tavoitteisiin. (Reijonen 2020, 18–19.)

Business Finlandin (2019) tekemän selvityksen mukaan kunnat ovat yksi tärkeimmistä matkailun mahdollistajista. Niitä ei ole kuitenkaan suoraan velvoitettu edistämään matkailua, muutoin kuin ylläpitämään ja tukemaan toimintaympäristöä. Kunnissa matkailu on usein yhtenä osana elinkeinopalveluja. Monesti matkailua kehittää yhteistyöorganisaatio, joka muodostuu erilaisesta kunnan, matkailuyritysten tai muiden tahojen jäsenien yhdistelmästä. Tällaisten organisaatioiden rahoitus voi muotoutua esimerkiksi kuntien rahoituksesta, avustuksesta, jäsenmaksuista tai julkisesta hankerahoituksesta. Näistä erityisesti julkiset hankkeet ovat mahdollistaneet monia kehittämistöitä, projekteja ja uusia innovaatioita tuomalla lisäresursseja ja työntekijöitä. (Business Finland 2019.)

Organisaatioiden työtä ohjaa erilaiset strategiat. Kaikkien tehtävänä on alueen brändin vahvistaminen ja vetovoimaisuuden edistäminen. Lisäksi monesti tärkeässä osassa toimintaa on laaja yhteistyö kaikkien alueen matkailutoimijoiden eduksi. Matkailualan yrityksillä on suurempi vastuu aluemarkkinoinnista ja viestinnästä kuin ennen. (Business Finland 2019.)

Matkailua voivat kehittää myös kehitysyhtiöt. Näiden päätehtävänä on tukea yritysten liiketoimintaa ja kehittämistyötä, houkutella alueelle uusia investointeja ja valvoa matkailuyritysten etuja. Hankkeet tuovat hyviä resursseja kehittämistyöhön ja ne usein mukaillevat myös kansallisia matkailun kehittämisen suuntaviivoja. Muita paikallisen matkailun kehittämiseen osallistuvia tahoja ovat muun muassa oppilaitokset ja maakuntien liitot. (Business Finland 2019.)

3.4 Matkailualan suunta

Työ- ja Elinkeinoministeriö julkaisee vuosittain erittäin kattavia, ajankohtaisia matkailun vuosikatsauksia, jotka sisältävät koottua informaatiota alalta. Näiden toimialanäkymien mukaan Suomen matkailussa on tehty kasvua vuosi vuodelta, jo neljänä vuotena peräkkäin. Vuosi 2019 oli jälleen ennätysvuosi, kunnes vuoden vaihteen jälkeen koronapandemia pysäytti matkailun. Tätä ennen Suomessa ulkomaalaisten matkailijoiden määrä kasvoi keskimäärin enemmän kuin muualla Euroopassa. (TEM 2019a; TEM 2020.)

Vuoden 2020 alun jälkeen matkailualan toimijat ovat joutuneet sopeutumaan nopeasti muuttuneisiin olosuhteisiin. Rajoitukset ovat lamaannuttaneet matkailun ajoittain lähes täysin. Keinoja sopeutua ovat olleet lomautukset, kulujen minimoinnit, tukien hakeminen, palveluiden mukauttaminen erilaisiin vaatimuksiin. Tänä aikana palveluissa on korostettu terveyttä, hygieniaa ja turvallisuutta entistä enemmän. Lisäksi asiakasryhmät ovat pienentyneet ja kotimaanmatkailu lisääntynyt. Poikkeusaika on tarjonnut kuitenkin aikaa rauhoittua kehittämään matkailutuotteita. (TEM 2020.)

Vaikka kotimaanmatkailu on kokenut mukavan piristyksen koronan myötä, ei se ole riittänyt korvaamaan tai elvyttämään alan ahdinkoa. On selvästi huomattavissa ulkomaalaisten matkailijoiden vaikutus Suomen matkailualalle, sillä rajojen sulkeutumisen takia esimerkiksi majoituspalveluiden kysyntä on laskenut 1990-luvun tasolle. Toki osittainen varovaisuus voi näkyä vielä kotimaan matkailijassakin. Alalla ennustetaan kulutuspiikkiä rajoitteiden poistuttua patoutuneen kulutustarpeen myötä. (TEM 2021.)

Rajoitusten höllennyksestä todennäköisesti seuraavan kulutuspiikin aikana matkailutoimijat joutuvat ratkaisemaan nopeasti osaavan työvoiman saatavuuden. Lomautusten, irtisanomisten ja yleisen alan houkuttavuuden heikentymisen vuoksi matkailualalla on ollut paljon vaihtuvuutta osaavien työntekijöiden määrässä. (Marski 2021.)

Matkailuala painii koronan myötä monien uusien haasteiden kanssa, mutta myös vanhat kehittämistarpeet ovat edelleen voimassa. Ala on altis muutoksille ja trendeille, mutta kantaa myös tärkeää roolia kestävän ja vastuullisen toiminnan edistäjänä.

Suomella on mahdollisuus elvyttää kansainvälisen matkailun osuutta nopeasti, ainakin vetovoimaisuutensa puolesta. Työ- ja Elinkeinoministeriön (2021) mukaan: ”Kansainvälisesti Suomen vahvuuksina on puhdas luonto ja ilma, väljyys, turvallisuus, laadukkaat palvelut ja maailman onnellisimmat ihmiset. Nämä ovat erinomaisia kilpailuvaltteja, kun matkustaminen alkaa taas vapautua myös kotimaan rajojen ulkopuolelta.”

Pandemia-aikana kotimaanmatkailussa erityisesti luonnossa virkistäytyminen on ollut suosittua. Nämä sisältävät esimerkiksi mökkeilyä ja luontokohteissa retkeilyä. Koronavuoden aikana lisääntynyt etätyöskentely on mahdollistanut ja täten myös kasvattanut siirtymistä maaseutujen rauhaan. (TEM 2021.)

Jo ennen koronaa kotimaanmatkailua kohtaan oli nousevaa kiinnostusta. Tätä edisti esimerkiksi erityisesti nuorten arvostama paikallisuus ja huoli ilmastomuutoksesta. Matkailualan toimijat kokivat jo tuolloin kotimaanmatkailussa olevan kasvupotentiaalin, joka vaatii kuitenkin yhteistyötä, brändityötä ja markkinointia sekä kansallisen tason koordinoitua. (TEM 2019a.)

Matkailun kehittämisen kansallisia suuntaviivoja ovat muun muassa vastuullisuus, kestävyys, ympäristöystävällisyys, yhdenvertaisuus ja digitalisaatio ja niiden edistäminen. Kestävyyden huomioiminen lisää positiivista kuvaa alasta ja minimoi sen negatiivisia vaikutuksia. Vastuullinen toiminta huomioi niin luonnon ja kulttuurin kestävyden kuin paikallisten hyvinvoinnin edistämistä. (TEM 2019a.)

Vastuullisuutta ei voi sivuuttaa, sillä matkailijat usein jo vaativat sitä matkaltaan. Heitä voidaan myös ohjata kestävämpiin ratkaisuihin ja valintoihin. Kansainvälisten matkailijoiden Suomen saavuttaminen on pitkälti lentoliikenteen varassa. Ympäristölle vähemmän kuormittavat matkustusmuodot tarvitsevat enemmän tukea. (TEM 2019a.)

Ympärivuotisen matkailun kehittäminen tukee sekä kestävyyttä, että toimialan kannattavuutta. Tämän edellytyksenä on osaavan työvoiman saanti. Tasaisempi matkailukausi ympäri vuoden helpottaa investointien edistämistä. (TEM 2019a.)

Yhdenvertaisuudessa esimerkiksi esteettömän matkailun näkökulmasta on vielä paljon kehittämistä. Digitalisaatiossa on jo otettu askelia eteenpäin. Ostoprosessin ja markkinoinnin lisäksi digitaalisuus voi olla yritysten palveluiden kehittämisen tukena sen tarjoaman datan kautta. (TEM 2019a.)

4 SELVITYKSEN TOTEUTUS JA MENETELMÄT

Laihian matkailuselvitys lähti liikkeelle työn tarpeellisuuden vahvistamisesta ja työn tarjoamisesta Laihian kunnalle. Työ sai innostuneen vastaanoton 10.5.2021 Laihian kunnanjohtaja Juha Rikalalta, minkä jälkeen aiheesta keskusteltiin vielä tarkemmin ja tehtiin sopimus toimeksiannosta. Keskustelua matkailun kehittämisen tarpeista käytiin myös elinvoimajaoston puheenjohtajan Minna Niemen kanssa 18.5.2021.

Keskusteluista nousi hyvää pohjaa Laihian matkailun nykytilan kartoitukselle ja tietoa alalla toimijoista. Selvitystyön merkitys ja tarpeellisuus myös korostui. Laihialla ei ole ketään tai mitään tahoa, joka olisi vastuussa matkailusta ja sen kehittamisestä. Matkailumarkkinointi on ulkoistettu Visit Vaasalle. (Rikala 2021; Niemi 2021.)

Kehittämistyön merkittävyyteen vaikuttaa myös tieto matkailutoimialan merkityksestä alueelle. Laihialla ei tällä hetkellä ole tehty matkailun edistämiseksi suuremmin työtä ja sen alulle laitto kaipaa varmasti tiettyä motivointia. Tästä syystä tässä selvityksessä haluttiin tuoda esiin, mitä kaikkea matkailu tarkoittaa, mihin se vaikuttaa ja mitkä asiat on hyvä huomioida kehittämistyössä. Näiden kysymysten pohjalta muodostui tietoperusta selvitykselle.

Toimintaympäristö ja työn aihe huomioiden tutkimusta tehtiin käyttämällä useampaa menetelmää, painopisteenä laadullinen eli kvalitatiivinen lähestymistapa. Tämä tarkoittaa tutkittavaan kohteeseen tarkempaa tutustumista ja siihen liittyvien asioiden ja ilmiöiden ymmärtämistä ja oppimista. Menetelmiä olivat esimerkiksi teemahaastattelut, dokumenttianalyysit ja paikkakunnalla tapahtunut havainnointi. Näiden menetelmien avulla tutkija pääsee lähelle kohdetta tekemään tulkintoja saaduista syvemmistä tuloksista tietoperustaan heijastaen. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2015, 105-106.)

Selvityksen alussa tarkasteltiin Laihian matkailun huomiointia eri viestintäkanavissa ja markkinoinnissa. Tarpeita ja mahdollisuuksia matkailun kehittämiseen Laihialla selkeästi on. Kehittämistyön pohjaksi tarvitaan kuitenkin tarkempi tieto nykytilasta. Tähän nykytilan kartoittamiseen pyrittiin pääsemään selvittämällä,

millaisia matkailualalla toimijoita Laihialla on, millaiselta alue matkailijalle nykyisellään näyttää ja mitä kehitettävää matkailuun paikkakunnalla liittyy. Näiden tietojen keräämisen käytettiin useampaa tutkimuksellista menetelmää.

Matkailupalvelulistausta tehtiin kokoamalla tietoa muun muassa fyysisellä oleskelulla paikkakunnalla, viestintäkanavia seuraamalla ja verkkosisältöjä hakemalla. Yksi oleellisimmista tietolähteistä oli sosiaalinen media. Kaikilla yrityksillä tai yhdistyksillä ei ole suurta näkyvyyttä verkossa, mutta esimerkiksi Facebook-sivuilta löytyy ajankohtaisin tieto. Tietoa löytyi yritysten omien sivustojen ohella myös monista muista lähteistä, esimerkiksi Googlen palveluista tai yrityslistaus-sivustoilta, jopa kuulopuheiden perusteella.

Nykytilan tarkempi ja luotettavampi tieto saadaan itse alalla toimivilta: Mitä heille kuuluu ja millaisia näkemyksiä heillä on oman toimintansa ja Laihian matkailun kehittämisestä ja tarpeista. Laihialla matkailualalla suoraan toimivia tahoja on melko vähän, joten matkailijoita kiinnostavat pienemmätkin tahot pyrittiin ottamaan huomioon selvitystyössä. Yhdeksi tiedonkeruumenetelmäksi valikoitui nopeasti matkailualalla toimivien henkilöiden haastattelut.

Työn aikataulu ja toteutussuunnitelma perustui ennalta määritettyihin raameihin ja selvityksen tekijän käytössä oleviin resursseihin. Ensimmäinen yhteydenotto mahdollisille haastateltaville tapahtui 21.6. ja muistutus 29.6. Viimeinen, madalletun kynnyksen viesti lähti toimijoille 5.7. Ensimmäinen viesti (Liite 1) sisälsi informaation työstä ja sen tavoitteista ja kysymyksen kiinnostuksesta osallistua työhön haastattelun muodossa. Toisessa viestissä muistuteltiin aiheesta ja kolmannessa viestissä kerrottiin, että on vielä mahdollista osallistua. Kolmas sisälsi myös suoraan linkit haastattelun ajanvaraukseen ja vaihtoehtoiseen sähköiseen vastauspohjaan.

Haastatteluajoja oli kolmen viikon sisään tarjolla noin 30 kappaletta, joista pystyi valitsemaan itselleen sopivimman haastattelutunnin. Alkuperäisen suunnitelman mukainen haastattelu-aikataulu oli 28.6.–16.7., mutta yksi haastattelu toteutui pari päivää tämän jälkeen. Verkkolomake oli puolestaan auki 25.7. asti, tosin viimeinen vastaus otettiin vastaan vielä 29.7.

Yhteyttä otettiin 16 eri toimijaan, joiden yhteystiedot oli selvitetty etukäteen erinäisistä lähteistä. Näistä kontakteista kymmenen vastasi, joko kiinnostuneena osallistumaan tai jättäytyen pois syystä tai toisesta. Haastatteluun osallistui lopulta yhteensä seitsemän toimijaa. Näistä neljää toimijaa haastateltiin kasvotusten ja kolme jätti vastauksensa sähköisellä lomakkeella aikataulujen sopimattomuuden vuoksi.

Haastattelujen järjestelyjä hankaloitti kesäaika, joka on selkeästi monessa paikassa loma-aikaa ja toisaalla puolestaan kiireistä työaikaa. Lisäksi oikean henkilön tavoittaminen tai muutoin yhteyden saaminen saattoi olla hankalaa puutteellisten yhteystietojen vuoksi. Voi myös olla, että kiinnostus osallistumiseen uupui jostain muustakin syystä.

Sähköinen lomake tuli vaihtoehdoksi haastattelun rinnalle niille aiheesta kiinnostuneille toimijoille, jotka eivät syystä tai toisesta pystyneet muutoin osallistumaan. Haastattelun ja sähköisen lomakkeen kysymykset olivat täysin samoja ja samassa järjestyksessä.

Haastattelukysymykset (Liite 2) olivat valmiiksi muotoiltuja, avoimia kysymyksiä. Niiden järjestys oli ennalta määritetty aiheen käsittelyn ja haastattelun etenemisen sujuvoittamiseksi. Toki tarpeen vaatiessa kysymysten muoto saattoi hieman muuttua tai vastaus vaatia tarkentavan kysymyksen rinnalleen. Kysymykset oli muodostettu tietoperustaan ja aiheeseen sopiviksi, sekä tutkittavan alueen erityispiirteiden määrittelemiseksi. Kysymyksillä pyrittiin saamaan toivottua uutta tietoa johdattelematta haastateltavaa liikaa. Tavoitteena oli saada sopiva otanta laadukasta aineistoa, ei määrällistä.

Haastattelujen aikana kirjoitettiin vastauksista muistiinpanot, minkä lisäksi koko haastattelu äänitettiin. Äänitystallenteet litteroitiin, jonka jälkeen aineistot koottiin yhteen, käsiteltiin analysoimalla ja luokittelemalla kaikki saadut vastaukset.

Kasvotusten tehdyt haastattelut tuottivat selkeästi enemmän ja laadukkaampaa tietoa kuin sähköisellä lomakkeella saadut vastaukset. Molemmat tavat olivat kuitenkin tarpeen, sillä näin mahdollistui suurempi otanta ja useampi taho aktivoitui aiheen äärelle. Lisäksi näin saatiin paljon monipuolisia vastauksia, vaikkakin sähköiset vastaukset jättivät enemmän tulkinnanvaraa.

Selvityksessä saadut tiedot ja eri menetelmillä kerätty aineisto yhdessä tietopu-
rustan kanssa muodostavat työn tulokset. Yhteen koottuna ja toisiinsa heijastet-
tuna saadaan tulokseksi kehittämiskohteet ja näitä arvioidaan SWOT-taulukon
avulla. Tuloksien perusteella esitetään kehittämisehdotuksia, joiden pohjalta Lai-
hian matkailun kehittämistä voi seuraavaksi lähteä jatkotyöstämään.

5 LAIHIAN MATKAILUPALVELUT

Laihialta löytyy kyllä monipuolisesti matkailua hyödyttäviä palveluita, mutta niitä täytyy osata etsimällä etsiä. Palveluita on paikkakunnan kokoon nähden positiivinen määrä, tietoa niistä ei vain ole koottu yhteen.

Harmittavin puute on erityisesti pitempiaikaisen matkailun edellyttämät majoitus-tilat. Selvityksessä tämän hetken tilanteeksi paljastui, että paikkakunnalla on oikeastaan vain yksi maatilamajoitus-tila. Keskustassa sijaitsee kyllä hotelli-ravintola, mutta ilmeisesti sen hotellitoiminta ei ole käynnissä ollenkaan.

Laihialla on useampia pieniä museoita ja kulttuurillisesti tai historiallisesti merkittäviä rakennuksia. Paikkakunnalla on useita paikkoja, joissa järjestää perhejuhlia tai pienempiä tapahtumia. Varsinaisia näyttelytiloja ei kulttuuripuolelle kuitenkaan ole erikseen järjestetty.

Normaalioloissa Laihialla järjestetään paljon pieniä tapahtumia. Isoimpia tapahtumia ovat olleet Laihian markkinat, Jakkurokki ja Nuukuuren viikko. Näistä kaksi viimeistä on melko uusia, mutta nopeasti suosituiksi kasvaneita tapahtumia. Korona-ajan rajoitteet ovat kuitenkin peruuttaneet tapahtumia paljon, kuten edellä mainitut markkinat ja rokkitapahtuman pariinkin kertaan. Nuukuuren viikon pieniä tapahtumia on pystytty järjestämään voimassa olevat rajoitukset ja suositukset huomioiden.

Laihialla on tällä hetkellä noin kymmenen ravitsemistoimintaan liittyvää yritystä. Näiden tarjonnasta löytyy muun muassa pizzaa, burgeria, viikoittain vaihtuvaa lounasta ja kahvilatoimintaa. Lisäpalveluina osalla on cateringia ja ruuan kotiinkuljetusta. Anniskelutoimintaan on keskittynyt yksi pubi ja yksi yökerho. Korona-aikana joitain ravitsemusliikkeitä on lopettanut toimintansa, mutta onpa jokunen tullut lisääkin.

Laihialla on mukavan monipuoliset mahdollisuudet urheiluun ja liikuntaan. Liikuntapalveluja tarjoaa niin kunta, kuin yksityiset yritykset ja yhdistyksetkin. Näihin kuuluvat muun muassa frisbeegolfrata, kuntosalit, ulkokuntosalit, uimahalli, urheilukentät ja Rajavuoren erä- ja retkeilykeskus.

Näiden lisäksi Laihialla toimii ainakin seitsemän henkilökuljetusyritystä. Niiden palveluihin kuuluvat esimerkiksi ryhmäkuljetukset ja taksiliikenne.

Kolme isoa vähittäiskauppaketjua ja monipuoliset erikoisliikkeet mahdollistavat hyvin ainakin laihialaisten kuluttamisen omalla paikkakunnallaan. Palveluita Laihialla on kaiken kaikkiaan melko kattavasti, vaikkakin jonkinlaista vähentymistä on ollut jo katukuvan perusteella havaittavissa.

Matkailun kehittyminen vaatii myös työntekijöitä. Pienen paikkakunnan pienet resurssit vaativat tällä hetkellä usein vapaaehtoisten työpanosta. Kökkäporukka eli talkootyö on erittäin tärkeä osa esimerkiksi tapahtumien järjestämistä. Matkailualalle nuorta ja osaavaa työvoimaa voisi olla saatavilla hyvinkin läheltä. Laihialla on koulutusta lukioon asti. Lähiseuduilla on matkailualan koulutusta useammalla paikkakunnalla, niin ammattitutkintona kuin korkeakoulutasollakin.

Muun muassa VASEK (Vaasanseudun Kehitys Oy) ja YHYRES-kehittämisyhdistys ry ovat auttaneet alueen matkailupalveluja kehittämään toimintaansa ja lisäämään matkailualueiden näkyvyyttä. VASEK:illa on esimerkiksi käynnissä Kyrönmaan matkailuhanke, jossa on käyty läpi matkailupalveluiden tuotteistamista, yhteistyötä ja tapahtumaideointia (VASEK 2021). YHYRES ylläpitää Kyrönmaan kylän timantit -lähimatkailukarttaa, johon on sijoitettu alueen yhteisöjen ylläpitämiä vierailukohteita (YHYRES 2021a). Molemmissa edellä mainituissa Laihia on edustettuna, mutta jostain syystä aika pienimuotoisesti.

6 LAIHIAN MATKAILUMARKKINOINTI

Laihian markkinointi on melko pienimuotoista. Matkailumarkkinointi on ulkoistettu Visit Vaasalle, vaikkakaan Laihian näkyvyys tämän kanavissa ei ole kovin suurta.

Laihian verkkosivuilta löytyy vuoden 2012 markkinointiesite. Oman markkinointinsa mukaisesti Laihialla ei nuukailla unelmista, toimitaan viisaasti ja kestävästi kehitystä ajatellen. Kuitenkaan tarpeellisuuksista ei kitsastella, ajetaan kuntalaisten etuja sekä ollaan vireä, elinvoimainen ja kehittyvä maaseutukunta. Onpa kunnan esitteessä mainittu lukuisat pienyrittäjät ja maatilamatkailukohteet. Lisäksi kerrotaan luonnon läheisyydestä, josta voi nauttia niin asukkaat kuin matkailijat. (Laihian kunta 2012.) Markkinointi voisi kaivata osittain päivitystä ja olla selkeämmin tietyille kohderyhmälle suunnattua. Matkailijat ovat kiinnostuneet eri asioista, kuin mahdolliset uudet kunnan asukkaat.

Visit Vaasan markkinoinnissa mennään paljon nimenmukaisesti Vaasa edellä, vaikka markkinointi käsittää koko Vaasan seudun kunnat ja vähän ylikin. Pääpaino Visit Vaasan matkailumarkkinoinnissa keskittyy meren läheisiin kohteisiin ja rannikkoseudun tarjonnan esittelyyn, joihin Laihia ei suoranaisesti kuulu. Laihian voi esitteistä tunnistaa esimerkiksi kohdasta ”vain vähän pidemmän matkan päässä odottavat – maaseudun viljavat lakeudet”. (Visit Vaasa 2019; Visit Vaasa 2020.)

Suoraan Laihian kohteisiin viitataan kartassa, johon on merkitty Nuukuuren museo, ja tapahtumakalenterista, jossa on Nuukuuren viikko. Näiden lisäksi on mainittu monipuoliset liikuntamahdollisuudet ja Levaneva-luonnonsuojelualueen vaellusreitti. Esitteet kattavat myös palveluesittelyjä, mutta yhtään laihialaista palvelua ei listauksesta löydy. (Visit Vaasa 2019; Visit Vaasa 2020.)

Visit Vaasa -verkkosivustolla, jonne Laihian kuntakin matkailijoita omilta sivuiltaan ohjaa, on kaksi majoituskohdetta, kolme matkailukohdetta tai nähtävyyttä, viisi luonto- tai aktiviteettikohdetta ja kaksi ravintolaa. Tapahtumakalenterista löytyy laihialainen Jakkurokki-rockfestivaali. (Visit Vaasa 2021.) Otanta vaikuttaa pieneltä, päivittämättömältä, mutta toki totuudenmukaiselta.

7 TOIMIJOIDEN HAASTATTELUT

7.1 Palvelun tai toiminnan tavoite ja merkitys

Haastateltavat kokivat kaikki oman toimintansa ja palvelunsa tarpeelliseksi ja merkittäväksi Laihialla. Joko heidän oma palvelunsa on niin erityinen, ettei vastaavaa ole lähialueella, tai sen sisältö on täysin sidottu paikkakuntaan, jossa se tapahtuu. Kaikki erottuvat edukseen omalla palvelusisällöllään.

Toiminnan päätavoitetta kuvattiin muun muassa sanoin: tukea, neuvoa, koordinoita, säilyttää, tallentaa, opastaa, opettaa, tarjota, tuottaa. Tästä voi hiukan jo päätellä, että haastateltavat kokevat palvelunsa olevan myös osana jotain isompaa merkitystä, ei vain asiakkaiden viihdykettä.

Haastateltavat näkevät toimintansa muun muassa lisäävän paikkakunnan tunnettavuutta ja viihtyvyyttä, olevan osa kotiseututyötä ja tuovan asiakkailleen hyvinvointia. Oma toiminta on myös merkittävää paikallisen historian ja kulttuuriperinnön säilyttämisen kannalta. Eräs haastateltava myös kokee ylpeyttä ainutlaatuisesta palvelustaan, että paikkakunnalla voi ylipäättään sanoa siellä olevan edes yksi heidän kaltaisensa palvelu. Toinen haastateltava pohtii, miten monella paikkakunnalla heitä vastaava palvelu voi olla suurikin vetovoimatekijä. He eivät vaikuta kokevansa, että olisivat siinä asemassa vielä, vaikka paikallisille merkittäviä ovatkin.

Omista vahvuuksista kysyttäessä sanottiin palvelun olevan esimerkiksi järjestäytyntä, sujuvaa, paikallista, tosissaan otettavaa, laajalti tunnettua ja asiantuntevaa. Palvelun toimintaympäristöjen vahvuuksiksi sanottiin puolestaan: ainutlaatuinen, erityinen, väljä, keskeisellä sijainnilla, omassa rauhassa, hyvien kulkuyhteyksien varressa, keskellä peltoja ja lähellä Vaasaa. Vastauksissa myös huomiointiin edulliset hinnat, monipuolisuus ja se, että vastataan ajankohtaisiin matkailun trendeihin. Haastateltavat selkeästi tunnistavat niin omia sisäisiä, kuin ympäristön heihin vaikuttavia vahvuuksia.

Omaa toimintaa tai palvelua haluttaisiin kehittää lisäämällä henkilöresursseja, tiivistämällä ja sujuvoittamalla yhteistyötä, verkostoitumalla. Palveluja haluttaisiin monipuolistaa ja kehittää palvelemaan paremmin ulkopaikkakuntalaisia, ja tarjota

ryhmille enemmän palveluja. Toiveena on kehittyä ylipäättään niin, että toiminta olisi kannattavampaa. Monen toimintaan on ymmärrettävästi vaikuttanut korona-aika ja sen tuomat rajoitukset. Tästä syystä moni haastateltava on joutunut muuttamaan palvelunsa vallitseviin olosuhteisiin.

7.2 Asiakkaat ja palvelun löytäminen

Lähes kaikkien haastatteluun osallistuneiden asiakkaat olivat pääasiassa joko täysin laihialaisia, jotenkin sidoksissa Laihiaan tai lähipaikkakuntalaisia. Pari haastateltavaa kertoi asiakkaiden tulevan ympäri Suomea ja ennen korona-aikaa myös ulkomailta.

Asiakkaita kuvailtiin heidän ikänsä perusteella tai millaiseen ryhmään he kuuluvat. Muutamilla haastateltavilla asiakkaat olivat pääasiassa, joko vanhempaa ikäryhmää tai selkeästi nuorempia, ja toiveissa olikin saavuttaa siltä väliltä olevia, työikäisiä paremmin. Yksi puolestaan toivoi lisää senioreita palvelun käyttäjiksi. Yli puolet haastateltavista nosti tärkeiksi asiakkaiksi erilaiset ryhmät: perhejuhlien järjestäjät, seurakunnat, yhdistykset, yritykset, koululaiset ja erityisryhmät.

Ryhmiä toivottiin vielä lisääkin. Eräs toivoi erityisesti lisää yritysten vieraita asiakkaikseen ja toinen esitti tällainen yhteistyö toisi hyvää kehitystä paikkakunnalle muutoinkin. Yritysvieraiden ryhmäpalvelut voisivat liittyä majoitukseen, ravitsemustoimintaan, ohjelmapalveluihin tai matkakohteissa vierailuun. Pari haastateltavaa toivoi palvelunsa saavuttavan myös erityisesti ruotsinkieliset asiakkaat.

Korona-aikana kotimaiset ja lähimatkaileijat ovat olleet pääasialliset asiakkaat. Yhdellä haastateltavalla oli yhdellä palvelun osallaan aiemmin käyttäjäkunta lähes täysin ulkomaalaisia matkailijoita, mutta nyt he ovat kokonaan poissa. Onneksi kotimaiset ovat löytäneet palvelun melko hyvin, vaikka eivät aiemmin olekaan olleet pääkohderyhmä.

Haastateltavat ovat myös tehneet hyvin töitä, jotta heidän asiakkaansa ja kohde-ryhmät löytävät palvelun pariin. Tietyllä tapaa palvelun hinnoittelulla on taattu asiakkaiden matalan kynnyksen osallistuminen, mutta myös kattavalla verkkonäkyvyydellä on herätetty mielenkiinto. Yksi haastateltava on kehittänyt palvelunsa

osan toimimaan myös etä- ja videoyhteydellä 3D-kuvausta hyödyntäen ja myös toinen suunnittelee vastaavaa tekniikkaa verkkosivuilleen palvelua tukemaan.

Kaikilla haastateltavien edustamilla tahoilla on käytössä verkkosivut, josta löytyy tietoa heidän palveluistaan. Suurimmalla osalla on itseylläpidetyt kotisivut, parilla tieto löytyy osana suurempaa kokonaisuutta. Yksi sanoo suoraan, että tieto heidän palvelustaan on huonosti saatavilla ja tiedottaminen on iso ongelma. Toinen puolestaan toivoo, että tulisi kehittää selkeämmät ja paremmin tavoittavat verkkosivut. Muiksi tiedottamisen kanaviksi listataan muun muassa sosiaalinen media, lehtiartikkelit ja -mainonta, Googlen palvelut ja erilliset valtakunnalliset tai maailmanlaajuiset palveluita kokoavat verkkosivustot. Eräs haastateltava sanoi, että käytössä on kaikki kanavat, joihin itse pystyy tuottamaan sisältöä ilman maksua.

Muutama haastateltava mainitsee kuitenkin tehokkaimmaksi viestintäkanavaksi suusta suuhun tiedonkulun. Tähän voi olla syynä osin asiakaskunnan korkea ikä, tieto on verkossa päivittämätöntä ja sekavasti saatavilla tai se, että asiakkaat ovat muutoinkin pääasiassa paikallisia. Suusta suuhun kulkeutuva tieto perustuu yleensä kertojan omiin hyviin kokemuksiin, joten se koetaan luotettavaksi ja vakuuttavaksi.

Fyysistä saapumista palveluun kommentoi vain pari haastateltavaa. Heidän palveluihinsa saavutaan pääasiallisesti omalla autolla tai jopa pyörällä. Palvelun saatavuutta voidaan tiedustella hyvinkin lyhyellä aikataululla, matkan jo ollessa käynnissä. Onpa toisiin palveluihin saavuttu vain ohikulkumatalla palvelun osuttua sattumalta kohdalle.

7.3 Laihian vetovoimatekijät ja vahvuudet

Kysyttäessä Laihian vahvuuksia mainitsee jokainen haastateltava tavalla tai toisella hyvän maantieteellisen sijainnin. Laihia on hyvien yhteyksien päässä, lähellä Vaasaa ja Seinäjokea ja niiden vaikutusalueella. Tätä toivotaan hyödynnettävän matkailun kehittämisen näkökulmasta enemmänkin. Yksi kuvailee Vaasaa kansainväliseksi ja kesäturisteja houkuttavaksi paikaksi, josta asiakasvirtoja voisi riittää Laihiallekin. Seinäjoen suunnalla on iso ja laaja maakunta, jossa on myös paljon potentiaalia. Kaupunkien läheisyyden koetaan auttavan pientä Laihiaa.

Yksi haastateltava pohtii kuitenkin, että Vaasan läheisyys on myös hankalaa, sillä kynnyksellä tulla sieltä Laihialle on jotenkin niin iso. Hänen mukaansa vaasalaisille Laihia on ihan eri maa ja myös suomi-ruotsi-raja on jotenkin kovin valtava. Sitä pitäisi päästä ylittämään ja hyödyntämään paremmin, jolloin siitä muodostuisi vahvuus.

Myös Laihian koko koetaan vahvuutena. Laihiaa kuvaillaan pieneksi, joka on kuitenkin väkimäärältään sopivankokoinen ja muuttovoittoinen, vireä kunta. Tästä johtuen vahvuuksiin nostetaan myös se, että Laihialla asiat hoituvat mutkattomasti ja moni perusasia on hyvin. Myös hyvät palvelut mainitaan vahvuudeksi. Pieni paikka huokuu rauhaa, tilaa ja idyllisyyttä, jotka kuitenkin pitäisi osata tuottaa paremmin. Nämä kertovat Laihian olevan turvallinen paikka matkustaa, myös korona-aikana.

Laihian tunnettavuus nuukuudesta mainitaan myös pari kertaa vahvuudeksi tai paremmin hyödynnettäväksi. Tästä kuitenkin lisää myöhemmin.

Laihialaisuus on haasteltavien mielestä toki nuukaa toimintaa, mutta myös rehtiä ja reilua pohjalaisasennetta, maalaisjärkeä ja tervettä itsetuntoa. Laihialaisuus on säästäväisyyttä, mutta silti saadaan laadukasta tulosta aikaiseksi. Toimintakulttuuria kuvaillaan nopealiikkeiseksi ja päätökset etenevät eikä jäädä jähkaamaan. Yksi sanoo, että Laihialla ei kuitenkaan pröystäillä, eli omakehu tekemisistä jää sivuun.

Pari haastateltavaa toteaa, että laihialaiset ovat hyviä pilottelemaan vahvuuksiinsa, eikä osata pitää ääntä siitä, miten hyvin asiat ovat. Laihiaa kuvaillaan myös sivistyksen työssijaksi, josta on lähtöisin merkittäviä vaikuttajia. Laihialla on lisäksi tärkeä osa Suomen historiassa. Myös musiikkielämä on tasokasta ja aktiivista. Näitä ei kuitenkaan suuremmin näe tai hyödynnetä Laihialla.

Laihialla vetovoimaa voi luoda myös sen maaseutuympäristö ja luontokohteet. Vierailukohteista mainitaan hienot rakennukset, historialliset kohteet ja museot. Vanhat ja mahtavat pohjalaistalot mainitaan parissakin haastattelussa, ja että niitä pitäisi ehdottomasti hyödyntää enemmän. Yhden mielestä matkailukäyttöön kunnostetut pohjalaistalot olisivat itsekseenkin jo vetovoimaisia. Harmitusta hiukan aiheuttaa myös se, miten paikalliset ovat ehkä liian tottuneita ja sokeutuneita

ympäröivään upeaan maalaismaisemaan, eivätkä välttämättä osaa arvostaa sitä, miten upeaa seutu on.

Laihian vetovoimaan vaikuttaa haastattelijoiden mielestä myös lähiseudun veto-voimaiset matkailukohteet. Eräskin haastateltava sanoo, että mahdolliset asiakkaat tulevat jo hyvin lähelle, mutta heidät pitäisi saada houkuteltua myös Laihialle. Isonkyrön Kyrö Distillery ja Kauhavan Power Park vetävät paljon porukkaa ja Laihia voisi tarjota esimerkiksi majoitusta seudulla matkaileville pienemmille ja suuremmille ryhmille tai perheille.

7.4 Laihian tunnettavuus

Laihian tunnettavuutta ei voi kiistää, sillä se perustuu pitkälti kansallisesti tunnistettuihin laihialaisvitseihin. Niiden ytimessä on käsitys nuukasta laihialaisesta, joka pinnistää kaikin tavoin säästääkseen kaikessa, venyttäen penniä loputtomiin.

Haastattelussa nuukuus nousi esille vastauksissa kysymykseen ”mitä laihialaisuus mielestänne tarkoittaa”. Kaikki haastateltavat mainitsivat nuukuuden jossain kohdin haastattelua, vaikka sitä ei sen suuremmin kaiveltu esiin. Tästäkin päätellen nuukuus voi ja elää hyvin, ei vain vitsien muodossa.

Toisten mielestä nuukuus on hyvä asia, toisten mielestä se vaatii kehittämistä ja päivittämistä, osa haluaisi sen unohdettavan tyystin. Yksi haastateltava sanoo nuukuusteeman tukevan laihialaista yhteisöllisyyttä. Pari sanoo myös nuukuuden erikoisuudellaan vetävän ihmisiä Laihialle, mutta sitä on loppujen lopuksi hyödynnetty melko vähän paikan päällä. Nuukuus on kuitenkin hyvä lähtökohta, jota voi hyödyntää monin tavoin.

Muutama haastateltava on sitä mieltä, että nuukuus särähtää korvaan negatiivisesti. Sitä kuvaillaan muun muassa seuraavin sanoin: nuukuus on tarkan markan toimintaa, kitsautta, pienimuotoisuutta, harmautta, sulkeutuneisuutta, varovaisuutta, kulunut aihe ja mennyttä aikaa. Yksi haastateltava sanoo, että nuukuus voi kääntyä itseä vastaan, kuin joka asiasta nuukailtaisiin. Eräs haastateltava sanoo, että Laihian naapurissa lähes koko ikänsä asuneena, hänellä oli muutoin

hyvä mielikuva Laihiasta, mutta nuukuus vei sitä negatiiviseen suuntaan. Se voisi olla kuitenkin nykyaikaistettuna trendikäs pohja toiminnalle.

Nuukuus voisi nykypäivänä tarkoittaa paljon muutakin kuin ”kitsastelua”. Mahdollisina nykyaikaisina teemoina sen rinnalle listattiin muun muassa kierrätys, kestävä kehitys, kiertotalous, ekologisuus ja energiatehokkuus. Yksi haastateltava jopa visioi Laihiaa edelläkävijänä omavaraisen energian suhteen. Se ei hänen mukaansa vaatisi suurta panostusta, kun osaamista, tekniikkaa ja tilaa löytyy, ja jo ennestäänkin tuotetaan uusiutuvaa energiaa.

Se, miten nuukuus näkyy palveluissa, vaihtelee suuresti. Onhan Laihialla oma Nuukuurenmuseo ja myös Nuukuuren viikko -tapahtuma, jotka osaltaan vievät positiivista sanomaa eteenpäin hausalla ja osallistavalla tavalla. Haastateltavien toiminnassa nuukuus näkyy lähinnä järkevänä säästäväisyytenä. Tarkasta toiminnasta huolimatta pystytään järjestämään juhlavat puitteet. Toisaalta syitä säästäväisyyteen voivat olla myös rajalliset resurssit ja budjetit, tai kuten eräs haastateltava sanoi: ”krooninen rahapula”. Toinen haastateltava harmitteli, että välillä Laihialla säästetään väärässä paikassa, jolloin WOW-efekti jää saavuttamatta: ”Jos päätetään satsata, satsataan kunnolla, ettei jää puolivillaiseksi.” Eräs sanoo, että heidän toimintansa markkinoinnissa nuukuutta ei korosteta mitenkään, vaan sen sijaan kaunista ympäristöä ja maisemaa, jossa toimitaan.

7.5 Yhteistyö

Yhteistyön tärkeyttä korostetaan haastatteluissa useaan kertaan. Sen määrä kuitenkin vaihtelee haastateltavien toiminnassa. Toiset pystyvät luettelemaan useita yhteistyökumppaneita, isoja ja pieniä, yksityisiä ja julkisia, toiset pärjäävät yksin, tarkoituksella tai ei.

Haastateltavien yhteistyötahoja ovat muun muassa yhteisöt, yhdistykset, yritykset, museot, seurakunta, kunta, yksityiset henkilöt, opistot, oppilaitokset, nuoriso seuratoimijat, YHYRES-kehittämisyhdistys ja Pohjanmaan liiton verkostot. Yhteistyötä tehdään paljon paikallisten kanssa, mutta myös yli kuntarajojen. Eräs haastateltava harmitteli, että yhteistyö naapurikunnan puolella on syystä tai toisesta vähentynyt, ehkä vaihtuneista henkilöistä johtuen. Muutama haluaisi lisää yhteistyötä Vaasan suuntaan, erityisesti tuoda sieltä ryhmämatkalaisia.

Kehittämistä yhteistyössä on monella. Yksi haastateltava kokee, että yhteistyö muiden vastaavien palveluiden kanssa loisi paremmin saavutettavan kohdereitin ja pakottaisi säännöllisempään toimintaan. Jos useampi kohde olisi esimerkiksi auki samaan aikaan, houkuttaisi se enemmän asiakkaitakin, kun on enemmän vierailukohteitakin.

Haasteltavissa oli myös pari, joita mietitytti millaista ja mistä yhteistyötä hakisi. Toisen mielestä on sekä hyvä, että haastavaa olla kahden maakunnan välissä, kun ei tiedä kummasta suunnasta yhteistyökumppaneita lähestyisi. Toinen ei ollut ihan varma millainen yhteistyö tukisi parhaiten omaa toimintaa, se ei ole vielä itselle selkiytynyt. Hän oli kuitenkin erittäin avoin ottamaan vastaan kaikenlaiset yhteistyötarjoukset, jos joku vain haluaa olla mukana, auttaa ja laajentaa toimintaa heidän kanssaan.

Yhteistyön myötä koettiin saavan nimenomaan apua ja tukea omaan toimintaan, sekä lisää resursseja. Eräskin haastateltava totesi, että ei tarvitsisi yksin pakerata. Vastuu kehittämistyöstä jakaantuisi useammille harteille. Yhteistyössä kehitetty tutustumiskohteiden rypäs loisi enemmän kiinnostusta ja siitä hyötyisi kaikki mukana olevat. Vastauksista nousee esiin kehä, jossa yhteistyö kehittäisi matkailua, mutta myös matkailun kehittyminen luo yhteistyötä.

7.6 Matkailun kehittäminen

Lähes kaikki haastateltavista korostivat tiedottamisen, viestinnän ja markkinoinnin tärkeyttä ja parantamista. Nykyisillään tieto palveluista ja tapahtumista on hajautettua ja epäselvää. Kunnan kotisivut palvelevat kyllä kuntalaisia, mutta eivät matkailijoita, mistä syystä niitä täytyisi uudistaa paljon. Eräs ehdotti konkreettisenä toimenä erillistä sivustoa, joka ei vaadi käyttäjältä kirjautumista, ja jossa olisi kootusti tieto kohteista sekä tapatumakalenteri.

Markkinoinnissa ja tuotekehittelyssä voisi erään vastaajan mukaan nostaa esiin enemmän maaseutumatkailua ja luontoarvoja ja toinen kaipasi kohteiden tuoteistamista kohderyhmiä kiinnostavimmiksi. Laihialla on paljon kohteita, jotka vastaavat nykypäivän matkailutrendeihin. Ylipäätään vahvuuksista isompaan äänen kertominen koettiin tärkeäksi.

Lähes kaikki huomioivat kunnan verkkosivujen puutteet ja viestinnän heikkoudet. Pari mainitsi myös Visit Vaasa -sivuston, joka markkinoi Pohjanmaan matkailua. Eräs pohti Visit Vaasa -matkailumarkkinoinnin olevan harhaanjohtavasti nimetty, sillä se kattaa koko Pohjanmaan alueen kuntineen, ei vain Vaasaa. Hän vertasi sitä naapurimaakunnan, Etelä-Pohjanmaan Visit Lakeuteen, jonka nimi on paljon kuvailevampi ja huomioonottavampi. Visit Vaasa -sivusto on toki hyvä ja ainut väylä, jolla voi tiedottaa esimerkiksi Laihian tapahtumista ulkopaikkakuntalaisille.

Laihialla matkailusta ei tällä hetkellä vastaa kukaan, joten haastateltavista pari ehdottikin kunnalle palkattavaksi henkilön, joka kootusti ottaisi homman haltuun. Myös matkailun kehittämisen työryhmää ehdotettiin ja se voisi koostua eri alojen osaajista. ”Tarvitaan paljon työtä, että saadaan nostettua mielikuvaa ja tietoa Laihiasta.”

Useamman haastateltavan mielestä pitäisi saada koottua ”tulisielut”, ne oikeat aktiiviset tekijät yhteen, jotka voisivat tehdä yhdessä paljon hyvää matkailun kehittämisen hyväksi. Eräs haastateltava muistuttaa myös talkootyön tärkeyttä, joka tietyillä aloilla on elinehto. Ilman sitä ei mitään saa aikaiseksi.

Kunnalta kaivattiin paljon asioita. Näitä olivat erityisesti yritysten tukeminen ja auttaminen konkreettisesti, tonttien parempi kaavoittaminen, yleinen aktiivisuus hyvien asioiden julkituomisessa ja verkkosivujen selkeyttäminen palvelemaan tiedottamista. Eräs haastateltava kuitenkin pohti, että ei ole vain yksin kunnan tehtävä olla kehittämässä matkailua vaan kaikilla on osuus kannettavanaan. Yhtä lailla monet eri tahot, yhteisöt ja pienyrittäjät voivat antaa oman panostuksensa johonkin osa-alueeseen. ”Yhteistyö on voimaa tässäkin asiassa”.

Eräs haastateltava sanoi suoraan heikkoudeksi, että kunta ei tue tarpeeksi yrityksiä tai tuo uusia yrityksiä, mikä voi johtaa kunnan palveluiden näivettymiseen. Toinen haastateltava puolestaan mainitsi vahvuutena hyvät palvelut, mutta eräs myös sen, että keskusta ja palvelut jäävät ison tien sivussa piiloon eikä niistä tietämätön päädy sinne edes vahingossa. Monilta osin siis palvelutaso on edelleen riittävä, mutta heikompi kuin ennen. Varsinkin majoituspalveluiden osalta. Ne ovat ehdottomia, jos halutaan matkailijoita eikä vain vierailijoita. Yksi visioi pohjalaistalojen kunnostamista majoituskäyttöön, jolloin ei tarvitsisi rakentaa uutta vaan hyödyntää jo jotain olemassa olevaa rakennuskantaa.

Muina konkreettisina toimina matkailun edistämiseksi toivottiin myös pienyrittäjyyden lisääntymistä, matkailukohteiden ja -palvelujen lisäämistä, valtakunnalliisiin ja yritysten tapahtumiin tarttumista, säännöllisempää toimintaa (enemmän aukioloaikoja) ja hankkeita. Eräs haastateltava nosti hankkeet hyvinä motivaattoreina kehittämistyöhön, sillä niihin voi olla helpompi tarttua ja ne kestävät vain tietyn ajan. Ne auttaisivat tuottamaan jotain näkyvämpää kohti yhteisiä tavoitteita ja yhdistäisi resursseja.

Tärkeää kehittämistyössä on myös oikeanlainen asenne matkailualaa kohtaan. Erään haastateltavan mielestä riskinä voi olla, että ei osata uudistua tai olla avoimia muutosta kohtaan. Myös se, jos ei pidä itsestään ääntä, voi koko paikka unohtua ja olla liiankin hyvin "piilotettu helmi". Uusien toimijoiden innostuminen voi olla kiinni arvostuksen puutteesta matkailualaa kohtaan, jos sitä ei nähdä mahdollisuuksien ja elinvoiman tuojana.

Eräs haastateltava totesi hyvin, että matkailun kehittäminen on haastava juttu, ei ole olemassa viisasten kiveä, miten tulisi tehdä. Tapoja voi olla monta, toisaalla toimii toinen ja toisella toinen. Kaikista vastauksista huokui kuitenkin tarve aktiiviselle kehittämistyölle, ja aihe on herättänyt paljon ajatuksia ja pohdintaa.

8 TUTKIMUSTULOSTEN YHTEENVETO

8.1 Matkailusta vetovoimaa

Haastatellut toimijat näkevät toimintansa matkailualalla osana isompaa merkitystä: kunnan vahvuuksien ja näkyvyyden markkinointina ja konkretiana. Matkailutoimialan nostaminen ja kehittäminen edistää mielikuvaa koko kunnasta ja sen palveluista. Matkailun kehittäminen vaikuttaa myös muihin toimialoihin, työllistää monin eri tavoin, elävöittää katukuvaa ja lisää viihdykettä myös laihialaisille itselleen.

Laihian sijainti on erinomainen ja tieyhteydet joka suuntaan ovat hyvät. Kahden kaupungin vaikutusalue luo mahdollisuuksia kehittyä ja houkutella lähiseudulta väkeä Laihialle. Lentokenttä, satama ja junayhteydet ovat lähellä, vaikka ne saavuttaakseen kulkeminen vaatii autoa. Laihian keskusta on aivan isojen teiden tuntumassa, mutta saattaa jäädä silti hiukan piiloon. Tietoa palveluista ja kohteista ei ole kerätty mihinkään yhteen, ja tiedotus ja viestintä on puutteellista.

Laihia on kansallisesti tunnettu nuukuudestaan, ja sen näkeekin mainittavan monesti paikkakunnasta puhuttaessa. Nuukuutta voisi tuoda esiin usealla eri tavalla, nykypäivään tuotuna. Markkinointi ei kuitenkaan tällä hetkellä ole omissa käsissä, eikä muita vahvuuksia tai vetovoimatekijöitä paljoa hyödynnetty.

Laihialla paikallisuus näkyy hyvin monessa toiminnassa ja palveluissa. Paikkakunnalla on osuutensa merkittävässä historian tapahtumissa, vahva kulttuuriperintö ja hienoja tapahtumia sekä mahtavia luontokohteita. Hienoja kohteita ja rakennuksia voi vielä kehittää ja hyödyntää enemmän matkailussa.

Monet asiat liittyvät jo nyt matkailun tämän hetken trendeihin. Laihialla pääsee ruuantuotannon alkulähteille ja nykyaikainen maatalous voi olla kiinnostava näkökulma matkailullisesti. Maalaismaisemaan kuuluvat pellot ja pohjalaistalot ovat isossa osassa Laihian viehättävyyttä. Pieni paikkakunta huokuu rauhallisuutta, tilaa olla ja hengittää ja näin ollen myös turvallisuutta. Kaikki kansainvälisestikin vetovoimaisia piirteitä. Myös lähiseudulla on tällä hetkellä vetovoimaisia matkailukohteita, joista Laihia voisi hyötyä.

Laihialla on kokoonsa nähden hyvä määrä monipuolisia palveluja. Matkailupalvelut ovat pieniä, mutta kiinnostavia. Suurin puute on majoituspalveluiden pieni määrä. Ilman majoituspaikkoja matkailu jää vierailuasteelle. Matkailua paremmin tukeakseen palveluilta kaivataan myös enemmän säännöllisyyttä, mm. aukioloajoissa ja palvelusisällöissä. Matkailu toisi enemmän käyttäjiä kaikille palveluille, jolloin vältettäisiin mahdollisesti uhkana oleva näivettyminen.

Haastatelluilla matkailutoimijoilla on asiakkaina paljon laihialaisia, entisiä laihialaisia tai muutoin Laihiaan sitoutuneita. Asiakkaita on myös ympäri lähiseutuja, muualta kotimaasta ja myös normaalioloissa ulkomailta. Enemmän toivottaisiin ryhmämatkailijoita, yritysvieraita ja ruotsinkielisiä. Nämä vaativat kuitenkin monipuolisen kattauksen palveluja, jotka vastaisivat kaikkiin heidän tarpeisiinsa. Tähän voisi olla ratkaisuna tiiviimpi palveluntarjoajien yhteistyö, palvelujen tuotteistaminen kohderyhmille sopivimmiksi ja laadukkaampi markkinointi ja viestiminen.

Yhteistyötä toimijoiden välillä on jo jonkin verran, mutta selkeää matkailua kehittävä työtä ei ole yhdessä vielä tehty. Yhteistyöllä voidaan jakaa resursseja, innovoida uutta ja asettaa yhteisiä tavoitteita. Yhdessä voidaan myös hankkeistaa kehittämistyön osia. Yhteistyötä halutaan ja tarvitaan lisää, myös yli kuntarajojen. Molemmista maakunnista löytyy tahoja, kuten yhdistyksiä, yrityksiä ja oppilaitoksia, joiden kanssa voi kehittää myös alueellista vetovoimaa.

Kunnalta toivotaan enemmän konkreettisempaa tukea pienentämään yrittäjien taakkaa. Kuntaan tarvitaan selkeä vastuuhenkilö kehittämistyöhön ja markkinointiin. Toki kunta on vain yksi osa matkailun kehittämisen yhteistyöverkostoa, mutta erittäin tärkeä sellainen.

Kaikki matkailun kehittämisen eteen tehty työ, on työtä Laihian vetovoimaisuuden lisäämiseksi. Kehittämistyö on täysin sidottu paikkakuntaan ja siitä hyötyvät kaikki osalliset. Työn tuloksena on avoimempi ja monipuolisempi Laihia, jonka vahvuuksia onkin paljon enemmän kuin pelkkä nuukuus.

8.2 Laihian matkailun SWOT-taulukko

Tämän työn selvitystyön tuloksista koottu SWOT-taulukko (taulukko 1) voi toimia Laihian matkailun kehittämisen alkusysäyksenä. Taulukosta on selkeästi nähtävissä, että Laihian matkailussa on potentiaalia, mutta myös mahdollisia kompastuskiviä.

Taulukko 1. Laihian matkailun SWOT-taulukko

NYKYISYYS	Vahvuudet S	Heikkoudet W
	<ul style="list-style-type: none"> - Sopiva määrä palveluja ja kiinnostavia, pieniä kohteita - Saavutettavuus ja sijainti kahden kaupungin lähellä ja hyvät kulkuyhteydet - Kansallinen tunnettavuus (nuukuus) - Matkailussa hyödynnettäviä ja trendikkäitä vetovoimatekijöitä - Avoimuus yhteistyötä kohtaan - Kökkäporukka (talkootyö) 	<ul style="list-style-type: none"> - Yleinen tiedottaminen, viestintä, markkinointi - Palvelujen epäsäännöllisyys - Majoituspalveluiden puute - Pienet resurssit - Ei suuria matkailukohteita - Kukaan ei vastuussa kehittämisestä
TULEVAISUUS	Mahdollisuudet O	Uhkat T
	<ul style="list-style-type: none"> - Matkailun kehittämisen ottaminen omiin käsiin - Hankkeista lisäresursseja - Tiedon koonti yhteen ja viestinnän ja markkinoinnin lisääminen - Nuukuuden nykyaikaistaminen ja uudelleen brändäys - Yhteistyö, myös yli kuntarajojen - Alueen vetovoimatekijöiden ja matkailun trendien hyödyntäminen palveluissa - Asiakkaiden lisääminen kiinnittymällä uusiin kohderyhmiin 	<ul style="list-style-type: none"> - Negatiivisuus, passiivisuus tai ei olla avoimia mahdollisuuksille - Konkreettisen tuen puute ja suuret investoinnit ja riskit yrittäjillä - Aktiivisten ja innokkaiden toimijoiden väheneminen - Palvelujen väheneminen - Yhteen asiaan keskittyminen markkinoinnissa - Helppo ajaa ohi, unohtuminen

SWOT-taulukkoa käytetään yleisesti, kun pyritään määrittelemään esimerkiksi jonkin uuden tai kehitettävän asian tarkkailua eri näkökulmista. Tässä taulukossa käydään läpi tarkasteltavan kohteen nykyisiä vahvuuksia ja heikkouksia. Tämän lisäksi arvioidaan tulevaisuuden mahdollisuuksia tai uhkia, jotka voivat vaikuttaa tarkasteltavaan kohteeseen. Taulukon avulla kokonaiskuvaksi saadaan ympäristö, jossa kehittämistä tehdään. Taulukon avulla tulisi arvioida, miten kukin osa-alue otetaan huomioon: Vahvuuksia tulisi korostaa, mahdollisuuksia hyödyntää, heikkouksia korjata ja riskejä välttää.

9 KEHITTÄMISEHDOTUKSET

Tässä listataan muutamia kehittämissuhteita, jotka perustuvat selvitystyössä saatuihin tuloksiin. Ne ovat konkreettisempia askelia kohti Laihian matkailun kehittämistä.

- Vastuuhenkilöt kehittämiseen ja markkinointiin. Laihian palveluiden kehittämisen ja kunnan näkyvyyden ottaminen omiin käsiin.
- Yhteen koottuna tieto Laihian palveluista ja eri vierailu- ja matkakohteista sekä niiden aukioloajat ja sijainnit, sekä tapahtumakalenteri. Selkeä, helpposti saavutettava ja ajantasainen viestintäkanava. Lisää niin paikallisten viihtyvyyttä, kuin matkailijoiden viipymistä.
- Matkailun yhteistyöverkosto ja kehittämissuhteiryhmä, joissa osallisena kunta, yrittäjät, yhdistykset, eri alojen osaajat tai muut asiasta kiinnostuneet. Saadaan viisaat päät yhteen, luotua suuntaviivoja ja tavoitteita sekä yhdessä kehittämistä.
- Majoitustilojen lisääminen. Erittäin kriittinen tilanne, sillä ilman majoitusta viipymä jää vierailutasolle. Haastateltavan idea: Pohjalaistalot hyödyksi tässä. Ne ovat itsessään jo vetovoimaisia ja majoitustoiminnan voi aloittaa yhdelläkin huoneella. Tämä vastaa myös nykyaikaiseen nuukuuteen, kun hyödynnetään vanhaa eikä luoda uutta.
- Palvelujen ketjuttaminen ja tuotteistaminen kohderyhmille sopivimmiksi. Määritellään tavoiteltavat kohderyhmät ja kehitetään palvelusisältöjä ja palveluketjuja vastaamaan heidän tarpeitansa.
- Hankkeista puhtia, resursseja ja motivaatiota kehittämiseen. Hankkeet voivat laittaa pyörät pyörimään kohti yhteisiä tavoitteita. Niiden avulla voi innovoida, kokeilla uusia asioita ja saada voimavaroja kehittämiseen.

10 POHDINTA

Toimeksiantaja toivoi vastausta kysymykseen, miksi matkailija pysähtyy Laihialla? Tämä työ vastaa kuitenkin enemmän kysymykseen, miksi matkailijan pitäisi pysähtyä Laihialla? Tähän tarjotaan vastauksia muun muassa käsittelemällä matkailijan lähtökohtia, matkailualan vaikutuksia ja matkailun kehittämisen suuntaviivoja. Siihen tarjotaan vastaus myös kertomalla Laihian palveluista ja erityispiirteistä.

Opinnäytetyön lopulliset tulokset ovat tavoitteiden mukaisesti Laihian matkailun nykytilan selvitys, jonka pohjalta nousee esiin kehittämistarpeita ja tulevaisuuden mahdollisuuksia. Samalla on kartoitettu matkailuun sidoksissa olevia toimijoita, heidän kiinnostuksensa matkailun yhteiskehittämiseen ja avattua keskustelua tulevaisuuden näkemyksistä.

Toimeksiantaja saa tietoonsa näkökulmia matkailun nykytilasta ja kehittämistarpeista. Lisäksi työn uskotaan olevan kattava perustelu, miksi matkailua kannattaa alkaa Laihialla kehittää. Tulokset ja kehittämissuositukset tuovat konkreettista kehittämistyön pohjaksi. Tuloksissa on monia asioita, joita voi käyttää perustana jatkokehittämisessä. Suurimmat asiat nostettiin kehittämissuosituksiin, mutta menetelmien kautta saatuja pienempiäkin asioita voi viedä eteenpäin. Todennäköisempää Laihian matkailun kehitys on tämän työn jälkeen, kuin ilman tätä.

Työn tulokset perustuvat suuresti laihialaisten matkailualalla toimivien henkilöiden haastatteluihin, joten näiltä osin tulokset perustuvat aitoihin lähteisiin ja tarpeisiin. Pääasiassa tulokset ovat siis laadukkaita ja luotettavia. Osittain menetelmät pohjautuvat tulkintoihin ja analysointiin, jolloin virheetkin voivat olla mahdollisia. Haastatellut henkilöt toimivat kaikki hiukan erilaisten palveluiden parissa, joten osa linjauksista saattaa olla ristissä yksittäisten toimijoiden ajatusten kanssa.

Haasteita työn tekemiselle asetti eniten aikataulutuksen ja jaksaminen palkkatyön ohella. Suurin kynnyksen ylittäjä oli saada järjestettyä haastattelut, sillä ne olivat suurimmassa roolissa työn onnistumisen kannalta. Suunnitelma aikataulutuksen suhteen omasta puolestani oli mielestäni olosuhteisiin nähden hyvin tehty. Se ei

kuitenkaan tarkoittanut, että haastateltavat olisivat olleet yhtä hyvin saavutettavissa samaan aikaan.

Kokonaisuutena tämä työ oli suuritöinen, mutta opettavainen kokemus. Pääsin työn aikana hiukan jo luomaan verkostoa paikkakunnan toimijoihin, mitä toivottavasti voin syventää vielä jatkossakin.

Tämän työn tekeminen oli alusta asti mielekästä, koska Laihia on itselleni tärkeä paikka ja koin aiheen käsittelyn tarpeelliseksi. Saman viestin sain haastateltaviltakin, että matkailun kehittämiseksi on todellakin tarvetta ja työni enemmän kuin tervetullut. Toivon, että tämä työ olisi kipinä, joka saisi matkailun kehittämisen palon roihuamaan ja kokoamaan ne kaivatut ”tulisielut” yhteen.

LÄHTEET

Business Finland 2019. Selvitys Suomen matkailuorganisaatioiden toimintamalleista. Viitattu 16.8.2021 https://www.businessfinland.fi/4aaab2/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2019/selvitys_suomen_matkailuorganisaatioiden_toimintamalleista.pdf.

Finavia 2021. Lentoasemat – Vaasa. Finavia. Viitattu 10.8.2021 <https://www.finavia.fi/fi/lentoasemat/vaasa>.

Joki, N. 2020. Usean kunnan hylkäämä Suomen Sininen Tie jatkaa kitkutellen toimintaansa: "Painoarvo kärsii kuntien lähdöstä". YLE. Viitattu 10.8.2021 <https://yle.fi/uutiset/3-11150320>.

Jänkälä, S. 2019. Toimialaraportit - Matkailu. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisu 2019:3. TEM Toimiala-palvelu - Kevät 2019. Työ- ja elinkeinoministeriö. Viitattu 23.5.2021 https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161292/TEM_3_2019_Matkailun_toimialaraportti.pdf.

Konu, H. 2020. Asiakkaan osallistaminen elämyksellisten matkailupalveluiden kehittämiseen. Teoksessa H. Konu, J. Pesonen, H. Reijonen & L. Alakoski (toim.) Matkailuliiketoimintaa teoriasta käytäntöön. Tampere: Vastapaino, 34–52.

Koski, A. 2012. Kyrönmaan muinaiset mahtimiehet haudattiin aseiden ja hevosten kera. YLE. Viitattu 11.8.2021 <https://yle.fi/uutiset/3-6087212>.

Kyrönmaa 2021. Kyrönmaa lehden historia. Viitattu 10.8.2021 <https://www.kyronmaa-lehti.fi/yritys-6.185.14e1ffe5ee>.

Laihian Jakkulan Kyläyhdistys 2021. Luontopolku. Viitattu 11.8.2021 <https://www.jakkula.net/harrastusmahdollisuuksia/luontopolku>.

Laihian kunta 2016. Laihian kunnan osoite- ja opaskartta. Viitattu 11.8.2021 https://www.laihia.fi/files/2889/laihia_os_2017_siv1.pdf.

Laihian kunta 2012. Laihia – Unelmista nuukailematta. Laihian kunnan yleisesite. Viitattu 10.8.2021 https://www.laihia.fi/files/263/Laihia_yleisesite_2012_b.pdf.

Maanmittauslaitos 2021. Suomen kunnat, maakunnat ja aluehallintovirastot. Viitattu 10.8.2021 https://www.maanmittauslaitos.fi/sites/maanmittauslaitos.fi/files/attachments/2021/01/tilaston_pohjakartta_a3.pdf.

Marski, L. 2021. Toimialaraportit: Matkailun suuntana kestävä ja turvallinen tulevaisuus. TEM toimialaraportit 2021:1. TEM Toimiala-palvelu - Kevät 2021. Työ- ja elinkeinoministeriö. Viitattu 27.5.2021 https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/162841/TEM_2021_01_t.pdf.

Metsähallitus 2021. Levanevan luonnonsuojelualue. Luontoon.fi-verkkosivut. Viitattu 11.8.2021 www.luontoon.fi/levaneva.

Museovirasto 2021a. Muinaisjäännösrekisteri-haku: Laihia. Viitattu 11.8.2021 https://www.kyppi.fi/palveluikkuna/mjreki/read/asp/r_default.aspx.

Museovirasto 2021b. Laihian nuukuus. Elävän perinnön wikiluettelo. Viitattu 11.8.2021 https://wiki.aineetonkulttuuriperinto.fi/wiki/Laihian_nuukuus.

Mylly, J. 1997. Alkio, Santeri. Kansallisbiografia-verkkojulkaisu. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura. Viitattu 11.8.2021 <https://kansallisbiografia.fi/kansallisbiografia/henkilo/740>.

Mäenpää, T. 2020. Isokyrö sai vihdoinkin tahtonsa läpi ja siirtyy Etelä-Pohjanmaahan – maakunnan vaihtaminen on identiteettikysymys, joka herättää huolia ja toiveita. YLE. Viitattu 10.8.2021 <https://yle.fi/uutiset/3-11646223>.

Niemi, M. 2021. Laihian elinvoimajaoston puheenjohtaja. Keskustelu 18.5.2021.

Niiniluoto, M. 2018. Kärki, Toivo. Kansallisbiografia-verkkojulkaisu. Viitattu 11.8.2021 <https://kansallisbiografia.fi/kansallisbiografia/henkilo/652>.

Leiwo, H. 2021. Merenkurkun uusi laiva kastettiin – liiketuksen kyyneleiltä ei vältytty, kun odotettu alus Aurora Botnia lipui satamaan. YLE. Viitattu 3.9.2021 <https://yle.fi/uutiset/3-12068506>.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2015. Kehittämistyön menetelmät: Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Pesonen, J. 2020. Asiakassuhde-elämyksiä matkailijoille digitaalisen matkailuliiketoiminnan kautta. Teoksessa H. Konu, J. Pesonen, H. Reijonen & L. Alakoski (toim.) Matkailuliiketoimintaa teoriasta käytäntöön. Tampere: Vastapaino, 53–77.

Pohjanmaa lukuina 2021. Kielirakenne Pohjanmaan kunnissa 2020 -taulukko. Viitattu 10.8.2021 <http://www.pohjanmaalukuina.fi/vaesto/vaestorakenne/>.

Pohjanmaan Liitto 2021. Pohjanmaan kunnat. Viitattu 10.8.2021 https://www.obotnia.fi/assets/Sidor/1/11/Kommuner-map__ResizedImage-WzM2MSw1MzRd.jpg.

Reijonen, H. 2020. Matkailuyrittäjyyden erityispiirteet. Teoksessa H. Konu, J. Pesonen, H. Reijonen & L. Alakoski (toim.) Matkailuliiketoimintaa teoriasta käytäntöön. Tampere: Vastapaino, 12–33.

Rikala, J. 2021. Laihian kunnanjohtaja. Keskustelu 20.5.2021.

Rintamaa, T. 2016. Junat lopettavat pysähtymisen Isonkyrön, Laihian ja Ylistaron asemilla. YLE. Viitattu 10.8.2021 <https://yle.fi/uutiset/3-8853361>.

Saarinen, J. 2017. Matkailun maantiede. Teoksessa J. Edelheim, H. Ilola & P. Björk (toim.) Matkailututkimuksen avainkäsitteet. Rovaniemi: Lapland University Press, 42–47.

Savolainen, E. 1998. Eteläpohjalaisten murteiden alue. Internetix. Viitattu 10.8.2021 <http://sokl.uef.fi/aineistot/aidinkieli/murteet/etelapoh.html>.

Tilastokeskus 2020. Kuntien avainluvut: Laihia. Viitattu 10.8.2021
<https://www.stat.fi/tup/alue/kuntienavainluvut.html#?active1=399&year=2021>.

TEM 2019a. Kevään 2019 toimialojen näkymät: Matkailuala. Työ- ja elinkeinoministeriö. Viitattu 16.8.2021 https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161641/Matkailualan_nakymat_kevat_2019.pdf.

TEM 2019b. Yhdessä enemmän – kestävä kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun. Suomen matkailustrategia 2019–2028 ja toimenpiteet 2019–2023. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 2019:60. Työ- ja elinkeinoministeriö, Helsinki. Viitattu 23.5.2021 https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161906/TEM_2019_60.pdf.

TEM 2020. Kevään 2020 toimialojen näkymät: Matkailuala. Työ- ja elinkeinoministeriö. Viitattu 16.8.2021 https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/162277/Matkailualan_nakymat_kevat_2020.pdf.

TEM 2021. Toimialojen näkymät: Matkailuala. Työ- ja elinkeinoministeriö. Viitattu 16.8.2021 https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/163242/Matkailualan_nakymat.pdf.

Tonder, M. 2013. Ideasta kaupalliseksi palveluksi: Matkailupalvelujen tuotteistaminen. Helsinki: Restamark.

Vaasa 2021. Vaasan kaupunginosat: Vähäkyrö. Viitattu 10.8.2021
<https://www.vaasa.fi/asu-ja-ela/kaupunginosat/vahakyro/>.

VASEK 2021. Kyrönmaan matkailuhanke. Vaasanseudun kehitys Oy. Viitattu 28.8.2021 <https://www.vasek.fi/aluekehitys/kyronmaan-matkailuhanke>.

Verhelä, P. 2014. Matkailun perusteet. Kuopio: SH Traveledu.

Visit Vaasa 2019. Vaasan seutu – matkailuesite 2019. Visit Vaasa.

Visit Vaasa 2020. Vaasan seudun matkailuesite 2020. Visit Vaasa. Viitattu 3.8.2021 <https://issuu.com/buorremarketing/docs/visit-vaasa-2020-fin>.

Visit Vaasa 2021. Visit Vaasa-verkkosivut. Vaasa.fi. Viitattu 3.8.3021
<https://www.vaasa.fi/koe-ja-nae/>.

Väylä 2021. Vt 3 Tampere-Vaasa. Väylävirasto. Viitattu 27.8.2021
<https://vayla.fi/pohjanmaalla-suunnitteilla>.

VR 2021. Liityntä-bussi-yhteydet. Viitattu 11.8.2021 <https://www.vr.fi/rautatie-asetat-ja-reitit/liityntabussit>.

Yhyres 2021a. Kyrönmaan kylien timantit – lähimatkailukartta. Viitattu 28.8.2021
<https://yhyres.fi/kylat/kyronmaan-kylien-timantit-lahimatkailukartta>.

Yhyres 2021b. Yhyres Ry. Viitattu 10.8.2021 <https://yhyres.fi/yhyres-ry/leader-yhyres>.

LIITTEET

Liite 1. Ensimmäinen haastattelupyyntöviesti

Liite 2. Haastattelukysymykset

Liite 1 Ensimmäinen haastattelupyyntöviesti

Hei *-tahon nimi-*,

Mitä Laihia tarjoaa matkailijoille?

Olen tekemässä selvitystä Laihian matkailun nykytilasta ja näkemyksistä sen kehittämiseen liittyen.

Opiskelen matkailua Lapin ammattikorkeakoulussa ja tämä on restonomi (AMK) -tutkintooni liittyvä opinnäytetyö. Toimeksiantajanani toimii Laihian kunta, jossa yhteyshenkilöni on kunnanjohtaja Juha Rikala.

Tavoitteenani on kartoittaa ja haastatella laihialaisia matkailualan toimijoita ja matkailuun muutoin liittyviä tahoja. Tästä syystä olen teihinkin yhteydessä.

Haastatteluiden avulla toivon saavani selville, minkälaisia ajatuksia haastateltavilla on matkailusta Laihialla nykyisellään ja tulevaisuudessa.

- Olisiko teillä mahdollisuutta osallistua haastatteluun, jossa kartoittaisin edustamasi yrityksen tai tahon näkökulmia aiheeseen liittyen?

Toiveena on myös lisätä yleistä keskustelua Laihian matkailun tilasta. Työn haastattelujenkin avulla saatuja tuloksia voidaan käyttää kehittämisen suuntaviivoina. Haastattelut ovat työni tutkimusaineistoa, jota käsitellään raportoinnissa nimettömästi, eikä sitä tulla käyttämään missään muussa yhteydessä.

Haastattelut voidaan toteuttaa kasvotusten valitsemassasi kohteessa tai videoyhteydellä, tai puhelimitse. Haastatteluun kannattaa varata aikaa noin yksi tunti.

Voitte vahvistaa osallistumisenne haastatteluun tähän viestiin vastaamalla. Kun olen saanut vahvistuksen osallistumisesta, lähetän linkin haastatteluajanvaraukseen. Toivon vastausta osallistumista koskien mahdollisimman pian työn aikataulun sujuvuuden kannalta.

Jos työstäni nousee muita ajatuksia tai kysymyksiä, voitte esittää niitä vastauksena tähän sähköpostiin. Otan niitä mielelläni vastaan!

Ystävällisin terveisin,

Katri Hangas
Restonomiopiskelija
Lapin Ammattikorkeakoulu
katri.hangas@edu.lapinamk.fi

Liite 2 Haastattelukysymykset

1. Minkälaisia palveluita teillä on?
2. Mikä on toimintanne päätavoite?
3. Mitkä ovat toimintanne tai palvelunne vahvuudet?
 - Mitä haluaisitte vielä kehittää?
4. Millaiset asiakkaat palveluitanne käyttää?
 - Millaisia asiakkaita haluaisitte enemmän?
5. Mistä nykyiset asiakkaat tulevat ja miten?
6. Miten asiakas löytää palvelunne? Miten tätä voisi kehittää?
7. Millaista yhteistyötä teette muiden yritysten tai toimijoiden kanssa?
 - Millaista yhteistyötä haluaisitte tehdä?
8. Mikä on toimintanne merkitys tai mitä arvoa se tuottaa alueellisesti?

9. Mitä laihialaisuus mielestänne tarkoittaa?
 - Miten se näkyy toiminnassanne?
10. Mitkä ovat Laihian vahvuudet tai erityispiirteet?
11. Mitä Laihialla voisi korostaa tai hyödyntää enemmän matkailun edistämiseksi?
12. Mitkä ovat Laihian heikkoudet?
 - Miten mahdollisia uhkia tulisi huomioida matkailun kehittämistyössä?
13. Millainen kehitys matkailussa Laihialla tukisi teidänkin toimintaanne ja tavoitteita?
14. Mitkä voisivat olla kolme ensimmäistä ja tärkeintä käytännön tehtävää, joiden avulla Laihian matkailu kehittyisi kohti toivomaanne tilaa?
15. Vapaa sana