

Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja • Yritykset • 2021:61

Kotimaanmatkailun kehittämistyöpajat

Yhteenvetoraportti keskeisistä tuloksista



Työ- ja elinkeinoministeriö
Arbets- och näringsministeriet

Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 2021:61

Kotimaanmatkailun kehittämistyöpajat 2021

Yhteenvetoraportti keskeisistä tuloksista

Hanna Lak, Tarja Kivilahti, Anni Järvenpää

Työ- ja elinkeinoministeriö Helsinki 2021

Julkaisujen jakelu

Distribution av publikationer

**Valtioneuvoston
julkaisuarkisto Valto**

Publikations-
arkivet Valto

julkaisut.valtioneuvosto.fi

Julkaisumyynti

Beställningar av publikationer

**Valtioneuvoston
verkkokirjakauppa**

Statsrådets
nätbokhandel

vnjulkaisumyynti.fi

Työ- ja elinkeinoministeriö

This publication is copyrighted. You may download, display and print it for Your own personal use.

Commercial use is prohibited.

ISBN pdf: 978-952-327-939-1

ISSN pdf: 1797-3562

Taitto: Valtioneuvoston hallintoyksikkö, Julkaisutuotanto

Helsinki 2021

Kotimaanmatkailun kehittämistyöpajat 2021

Yhteenvetoraportti keskeisistä tuloksista

Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisu 2021:61		Teema	Yritykset
Julkaisija	Työ- ja elinkeinoministeriö		
Tekijä/t	Hanna Lak, Tarja Kivilahti, Anni Järvenpää		
Kieli	suomi	Sivumäärä	46

Tiivistelmä

Kotimaanmatkailun kehittämistyöpajasarjan tavoitteena oli tiivistää kotimaanmatkailun yhteistyötä, jatkaa keskustelua kansallisen koordinaation tarpeesta ja tukea matkailutoimijoita ja -yrityksiä uusien tuotteiden ja palveluiden kehittämisessä. Kehittämistyöpajoja järjestettiin viisi syksyn 2021 aikana.

Kehittämistyöpajojen toteutus sisälsi ennakkokyselyn, työpajapäivän ryhmätyöskentelyt sekä palaute- ja yhteenvetokyselyn. Työpajasarjan toteutuksessa hyödynnettiin työ- ja elinkeinoministeriön aiempia kotimaanmatkailun selvityksiä. Työpajoissa kuultiin laajasti matkailuelinkeinon edustajien näkemyksiä ja keskusteluiden pohjalta laadittiin ehdotuksia kotimaanmatkailun kehittämiseksi jatkossa. Osallistuneiden matkailualan toimijoiden ja alueiden erilaisuus toivat mukanaan hajontaa näkökulmiin.

Kotimaanmatkailun yhteistyötä yli alue- ja hankerajojen toivotaan tiivistettävän. Jo aiemmin tunnistettu tarve kotimaanmatkailun kansalliselle koordinaatiolle vahvistui työpajoissa. Keskusteluissa korostuivat toiveet kansallisen koordinaation järjestämisestä työ- ja elinkeinoministeriön alaisuudessa toimivaksi organisaatioksi sekä olemassa olevien rakenteiden paremmasta hyödyntämisestä kotimaanmatkailun kehittämisessä. Valtaosa osallistujista koki hyötyneensä työpajoista ja saaneensa ideoita oman toimintansa kehittämiseen sekä verkostojensa laajentuneen. Useissa palautteissa toivottiin jatkoa vastaaville kotimaanmatkailun kehittämistyöpajoille.

Asiasanat	yritykset, elinkeinot, matkailu, kotimaanmatkailu, matkailuelinkeino		
ISBN PDF	978-952-327-939-1	ISSN PDF	1797-3562
Julkaisun osoite	https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-939-1		

Workshoppar om utveckling av den inhemska turismen 2021

Sammanfattande rapport om de viktigaste resultaten

Arbets- och näringsministeriets publikationer 2021:61		Tema	Företag
Utgivare	Arbets- och näringsministeriet		
Författare	Hanna Lak, Tarja Kivilahti, Anni Järvenpää		
Språk	finska	Sidantal	46

Referat

Syftet med workshopparna om utveckling av den inhemska turismen var att intensifiera samarbetet inom den inhemska turistbranschen, att fortsätta diskussionen om behovet av nationell samordning samt att stödja aktörerna och företagen inom turismen i utvecklingen av nya produkter och tjänster. Under hösten 2021 ordnades fem utvecklingsworkshoppar.

Genomförandet av workshopparna omfattade en förhandsenkät, grupparbeten under själva workshopparna samt en responsenkät och en sammanfattande enkät. Vid genomförandet av workshopparna utnyttjades arbets- och näringsministeriets tidigare utredningar om den inhemska turismen. Vid workshopparna hördes synpunkter från ett stort antal företrädare för turismnäringen, och utifrån diskussionerna utarbetades förslag för att utveckla den inhemska turismen i framtiden. De turistaktörer och regioner som deltog var olika och hade också flera olika infallsvinklar.

Förhoppningen är att samarbetet inom den inhemska turismen över regiongränserna och projektgränserna intensifieras. I workshopparna accentuerades det redan tidigare identifierade behovet av en nationell samordning av den inhemska turismen. I diskussionerna framhövdes önskemål om att ordna den nationella samordningen som en organisation som lyder under arbets- och näringsministeriet. Därtill önskades ett bättre utnyttjande av befintliga strukturer i utvecklingen av den inhemska turismen. Största delen av deltagarna upplevde att de har haft nytta av workshopparna och att de fått idéer för att utveckla sin egen verksamhet samt att deras nätverk har utvidgats. Många önskade att det i fortsättningen ordnas motsvarande workshoppar om utveckling av den inhemska turismen.

Nyckelord företag, näringsgrenar, turism, inhemska turism, turistnäring

ISBN PDF	978-952-327-939-1	ISSN PDF	1797-3562
-----------------	-------------------	-----------------	-----------

URN-adress <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-939-1>

Domestic tourism development workshops 2021

Summary report on key results

Publications of the Ministry of Economic Affairs and Employment 2021:61	Subject	Enterprises
Publisher	Ministry of Economic Affairs and Employment of Finland	
Author(s)	Hanna Lak, Tarja Kivilahti, Anni Järvenpää	
Language	Pages	46

Abstract

The series of workshops on developing domestic tourism aimed to increase cooperation in domestic tourism, continue the discussion on the need for national coordination and support tourism operators and companies in the development of new products and services. Five development workshops were organised during autumn 2021.

The implementation of the workshops included a preliminary survey, group work during the workshops and a feedback and summary survey. Earlier reports by the Ministry of Economic Affairs and Employment on domestic tourism were utilised in the implementation of the workshop series. The views of representatives of the tourism industry were widely heard in the workshops and proposals to develop domestic tourism were drawn up based on the discussions. Because the participants represented different operators and areas, their perspectives were also different.

The participants hoped for closer cooperation in domestic tourism beyond areas and projects. The need for national coordination, which has been recognised earlier, was reinforced in the workshops. The discussions highlighted the wish to organise national coordination as a body operating under the Ministry of Economic Affairs and Employment and to make better use of the existing structures in the development of domestic tourism. Most participants felt that they had benefited from the workshops and had received ideas for developing their own business as well as expanded their networks. Many of the feedback responses called for further similar domestic tourism development workshops.

Keywords enterprises, means of livelihood, tourism, domestic tourism, tourism industry, companies

ISBN PDF 978-952-327-939-1 **ISSN PDF** 1797-3562

URN address <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-327-939-1>

Sisältö

LUKIJALLE	7
1 Johdanto	8
1.1 Työn taustaa	8
1.2 Työn tavoitteet	9
1.3 Toteutus ja aineistot	9
2 Kotimaanmatkailun kehittämistyöpajat	12
2.1 Työpajat 1 ja 2: Yhdessä enemmän – kansallinen yhteistyö ja koordinaatio	12
2.2 Työpaja 3: Tiedolla johdettu ja elämyksellinen tarjonta	13
2.3 Työpaja 4: Brändi ja markkinointi	14
2.4 Työpaja 5: Saavutettavuus	14
3 Kehittämistyöpajojen tulokset	16
3.1 Kotimaanmatkailun yhteistyö ja kansallinen koordinaatio	17
3.2 Tiedolla johdettu tuotekehitys	20
3.3 Laadun ja brändin kehittäminen	22
3.4 Digitaalinen ja fyysinen saavutettavuus	24
3.5 Työpajojen palautteet	25
4 Ehdotuksia kotimaanmatkailun kehittämiseen jatkossa	26
5 Pohdinta	31
Liitteet	33
Lähteet	46

LUKIJALLE

Tämä yhteenvetoraportti kotimaanmatkailun kehittämistyöpajasarjan keskeisistä tuloksista on toteutettu työ- ja elinkeinoministeriön toimeksiannosta. Yhteenvetoraportin sisältö edustaa työpajasarjan toteuttajien havaintoja ja näkemyksiä, eikä tekstisisältö välttämättä edusta työ- ja elinkeinoministeriön näkemystä.

Toteutuksen vastuuhenkilö, eMBA Travel Management, Hanna Lak on HMMH Consulting Oy:n toimitusjohtaja. Lak on erikoistunut matkailuliiketoiminnan tiedolla johtamisen, matkailutrendien, digitalisaation ja jakelukanavien kehittämiseen yli 20 vuoden ajan kansainvälisellä, kansallisella, alue-, ketju- ja yritystasolla. Tarja Kivilahti, eMBA, toimii liikkeenjohdon konsulttina yli 25 vuoden toimitusjohtaja- ja yrittäjätaustalla. Kivilahden erikoisalana ovat horeca-, matkailu- ja kaupallinen ala keskittyen tulosremontteihin, hankinta-analyysihin ja kilpailutuksiin, liikepaikkahankintaan ja rakentamiseen sekä headhuntingiin. Anni Järvenpää, M.Sc. in International Hotel and Tourism Leadership, on matkailumarkkinointiin erikoistuneen Point Box Oy:n toimitusjohtaja ja strateginen markkinointisuunnittelija. Järvenpää on suunnitellut digitaalisia myynnin ja markkinoinnin ekoysteemejä matkailualan yrityksille vuodesta 2006.

Hankkeen ohjausryhmään kuuluivat Ida Honkanen, työ- ja elinkeinoministeriö (puheenjohtaja); Hanna Lak, HMMH Consulting Oy (sihteeri); Pekka Huttunen, Oy Lomarengas Ab, Ltd; Tuomo Kinnunen, Oy Matkahuolto Ab; Lauri Laakso, Matkapojat Oy; Mats Lindfors, Ruka-Kuusamo Matkailu ry; Johanna Maasola, Visit Jyväskylä Region; Timo Piilonen, SF-Caravan ry; Sakari Kokkonen, Metsähallitus, Luontopalvelut; Sivi Purmonen, Lasten Päivän Säätiö sr, Linnanmäki; Maria Hakkarainen, Lapin yliopisto, Suomen matkailututkimuksen seuran edustaja sekä Johanna Jäkälä, VR-Yhtymä Oy. Kiitämme ohjausryhmän jäseniä aktiivisesta ja rakentavasta työstä kotimaanmatkailun kehittämistyöpajasarjan toteutuksen tukena. Erityiskiitos kaikille työpajoihin osallistuneille matkailutoimijoille laadukkaasta ja sitoutuneesta työskentelystä. Yhdessä enemmän!

Hanna Lak, Tarja Kivilahti, Anni Järvenpää
Joulukuu 2021

1 Johdanto

Työ- ja elinkeinoministeriö vastaa Suomeen suuntautuvan matkailun ja kotimaanmatkailun kehittämisestä. Kotimaanmatkailua on Suomessa tutkittu ja kehitetty sekä paikallisten, alueellisten että valtakunnallisten toimijoiden aloitteesta. Kotimaanmatkailun kehittäminen on pitkäjänteistä työtä ja vaatii kokonaisuutena aiempaa enemmän huomiota koronapandemian aiheuttamien matkailualan valtaviin muutoksiin johdosta.

1.1 Työn taustaa

Työ- ja elinkeinoministeriön teettämästä kotimaanmatkailun kehittämistarpeiden selvityksestä (Työ- ja elinkeinoministeriö 2019) käy ilmi, että kotimaanmatkailun valtakunnalliselle koordinoinnille ja tavoitteiden määrittelylle on tarvetta. Yleisenä tavoitteena tulisi olla kotimaisen ja kansainvälisen matkailun matkustustaseen välisen eron kasvun kaventaminen kotimaanmatkailuun kannustaen. Konkreettisena toimenpiteenä tunnistettiin tarve selvittää kotimaanmatkailun kohderyhmät sekä kotimaan matkailumarkkinoiden koko ja potentiaali. Näiden tietojen avulla matkailuyritykset voivat kehittää tunnistetuille kotimaanmatkailun kohderyhmille suunnattua ympärivuotista matkailutarjontaa, -palveluita ja -tuotteita.

Vuonna 2020 työ- ja elinkeinoministeriö teetti kotimaanmatkailun kohderyhmäselvityksen (Honkanen, Sammalkangas & Satokangas 2021), jossa tutkittiin kotimaanmatkailun nykytilaa ja potentiaalia, kotimaanmatkailijoiden kohderyhmiä sekä laadittiin matkailuyritysten tuotekehitystä palvelevia kehittämissuunnitelmia. Selvitys avaa kohderyhmien tarpeisiin vastaavia kehittämistoimia sekä kotimaan matkustusmotivaatioon ja -päätöksiin vaikuttavia tekijöitä.

Vuosi 2020 toi koronapandemian myötä matkailutoimialalle mukanaan haasteita ja mahdollisuuksia. Haasteellisina aikoina on tärkeää sopeuttaa toimintoja uusiin tilanteisiin niin hyvin kuin mahdollista. Kehittämistyöpajoissa keskityttiin erityisesti kotimaanmatkailun tuomiin mahdollisuuksiin kohderyhmäselvitystä hyödyntäen.

1.2 Työn tavoitteet

Syksyn 2021 aikana toteutetuissa kotimaanmatkailun kehittämistyöpajoissa tavoitteena oli viedä kotimaanmatkailun kohderyhmäselvityksessä (Honkanen ym. 2021) tunnistettuja kehittämissuunnitelmia käytäntöön ja tukea matkailuyrityksiä kehittämään tuotteitaan ja palveluitaan kotimaanmatkailun tunnistetuille matkailijatyypeille. Työpajasarjan tavoitteena oli lisäksi tiivistää kotimaanmatkailun yhteistyötä ja jatkaa keskustelua kansallisen koordinaation tarpeesta.

Työpajoissa ideoitiin ja jalostettiin kotimaanmatkailun tunnistettujen kehittämistarpeiden ja kohderyhmäselvityksen tulosten pohjalta yritysten tuotteita ja palveluita sekä kehitettiin yritysten osaamista keskeisiin kehitystarpeisiin perustuen. Kehittämistyöpajasarjan keskeisistä tuloksista, työpajojen osallistujien palautteesta sekä näiden pohjalta tunnistetuista kotimaanmatkailun jatkokehitystarpeista koostettiin tämä yhteenvetoraportti.

Työpajoissa käsiteltiin seuraavia osa-alueita:

1. **kotimaanmatkailun yhteistyön tiivistäminen;** alueellisten ja kansallisten yhteistyömahdollisuuksien tunnistaminen, kotimaanmatkailun yhteistyöverkoston ja kotimaanmatkailun kansallisen koordinaation keskustelu
2. **kotimaanmatkailun brändi ja markkinointi;** kotimaanmatkailun huomioarvon hyödyntäminen, kotimaanmatkailun hintamielikuvan muuttaminen
3. **sähköisten markkinointi- ja myyntikanavien kehittäminen;** yritysten markkinointi- ja myyntikanavien kehittäminen ja parempi hyödyntäminen kotimaanmatkailussa
4. **kotimaanmatkailun tuotekehitys tunnistetuille kohderyhmille;** tuotteiden ja palveluiden kehittäminen kohderyhmäselvityksessä tunnistetuille kotimaanmatkailun kohderyhmille
5. **tiedolla johtamisen toimintamallien hyödyntäminen matkailualalla;** kysynnän ja tarjonnan huomioiminen ympärivuotisen liiketoiminnan kehittämisessä, dynaamisessa hinnoittelussa ja tiedolla johtamisen ansaintalogiikassa

1.3 Toteutus ja aineistot

Kotimaanmatkailun kehittämistyöpajat toteutettiin viiden etätyöpajan sarjana syksyn 2021 aikana. Työpajojen suunnittelussa ja toteutuksessa hyödynnettiin selvitystä kotimaanmatkailun kehittämistarpeista (Työ- ja elinkeinoministeriö 2019), kotimaanmatkailun nykytila ja potentiaali -selvitystä kohderyhmistä ja kehittämistoimista (Honkanen ym 2021) sekä toteuttajien valmennusmateriaalia. Aiempien selvitysten tulokset purettiin työpajojen

alustuksissa, jotta kaikilla osallistujilla oli samat tiedot keskustelujen pohjaksi. Työskentelyn tueksi työpajoihin kutsuttiin lisäksi matkailualan asiantuntijoita jakamaan esimerkkejä onnistumisista eri kotimaanmaanmatkailun osa-alueilta työpajojen teemoihin liittyen. Kotimaanmatkailun kehittämistyöpajojen ohjelmat löytyvät liitteestä 1.

Työpajojen suunnittelu ja toteutus pohjautui tiedolla johdettuun tuotekehitys-, hinnoittelu- ja markkinointistrategiaan sekä ansaintalogiikkaan yritysten kestävästä liiketoiminnan edistämiseksi. Työpajatyöskentelyn tavoitteena oli tukea matkailuyrityksiä muokkaamaan ja kirkastamaan olemassa olevia tuotteitaan ja palveluitaan vastaamaan kotimaanmatkailijoiden odotuksia ja ostovoimaa, sekä soveltuvien tuotteiden tai palveluiden puuttuessa ideoimaan uusien kehittämistä.

Tiedolla johdetun menetelmän tavoitteena on

- lisätä yrityksen oman ja alueen kysynnän ja kohderyhmien ymmärtämistä hyödyntäen strategista tuotteistamista ja markkinointia
- jatkojalostaa ja kehittää vastuullisia tuotteita valituille asiakasryhmille sopivaksi oikeaan ja tuottavaan hintaan sekä lisätä kapasiteetin ja kanavien hallinnan osaamista ennakoinnin avulla
- hyödyntää strategisen tuottojohtamisen ajattelumallia myynnissä, brändäyksessä, markkinoinnissa, jakelussa ja tuotekehityksessä sekä kumppaneiden, lähialueen toimijoiden, alueellisen ja kansallisen tason yhteistyössä
- kirkastaa eri toimijoiden roolien merkitystä alueen matkailutulon kokonaiskuvassa
- hyödyntää asiakaspalautteen ja maineen seurannan merkitystä palveluiden kehittämisessä ja vaikutuksessa hintamielikuvan muuttamiseksi
- tunnistaa saavutettavuuden haasteiden vaikutus kohderyhmien valinnoissa
- hahmottaa selkeät kehittämistarpeet jatkotoimenpiteiden luomiseksi

Työpajoihin kutsuttiin matkailutoimialan yrittäjiä, aluetoimijoita, koulutusorganisaatioiden sekä valtakunnallisesti ja paikallisesti toimivien matkailuyhdistysten edustajia. Tavoitteena oli koota alueellisesti ja valtakunnallisesti kattava edustus matkailuelinkeinon edustajia, jotta työskentelyssä saataisiin näkemyksiä monipuolisesti eri puolilta Suomea. Työpajoihin ilmoittautuneille lähetettiin ennakkokysely työpajojen aihealueisiin liittyen. Kaikissa työpajoissa oli alustuspuheenvuorojen ja esitysten lisäksi varattu aikaa ryhmätyöskentelyyn. Ryhmätyöskentely mahdollisti etätoteutuksessa osallistujien aktiivisemmän osallistumisen sekä haastoi osallistujia löytämään yhteisiä teemoja, huomioiden eri alueiden ja erilaisten toimijoiden lähtökohdat ja tarpeet. Ryhmäkeskusteluiden keskeisiä aiheita avataan tarkemmin tämän yhteenvetoraportin kappaleessa kolme.

Työpajoihin ilmoittautui 250 matkailualan toimijaa yli 60 paikkakunnalta ympäri Suomea. Työpajoihin osallistui yhteensä 465 henkilöä, eli moni ilmoittautuneista osallistui useampaan kuin yhteen työpajaan. Ilmoittautuneet edustivat laajasti matkailun keskeisiä toimijoita ja alueita. Valtakunnallisesti toimivien organisaatioiden lisäksi edustettuina oli erikoisia yrityksiä, yhdistyksiä ja oppilaitosten sekä aluemarkkinointi- ja kehitysorganisaatioiden edustajia. Työpajoissa keskeisten matkailutoimijoiden (ks. kuvio 1) osalta osallistujista jäivät puuttumaan valvontaviranomaisten edustajat sekä yhdistyksistä yrittäjien edunvalvontajärjestöt ja suurten valtakunnallisten hotelliketjujen edustajat.

Ennakkokyselyt ja ryhmätyöskentelyt toteutettiin verkkopohjaisella kyselyalustalla. Pääosin kysymykset muotoiltiin avoimiksi, sillä vastauksia ei haluttu johdattaa tiettyyn suuntaan. Työpajasarjan päätteeksi laadittiin strukturoitu loppukysely, jonka tavoitteena oli nostaa esille odotuksia mahdollisen kansallisen koordinaation roolista työpajatyöskentelyssä nousseiden teemojen osalta. Vastaukset kerättiin anonymisti. Ennako- ja loppukysely sekä ryhmätöiden kysymykset löytyvät liitteistä 2-11.

Kuvio 1. Matkailualan keskeisiä toimijoita

JULKISET TOIMIJAT JA RAHOITTAJAT	TOIMINTA-EDELLYTYSTEN MAHDOLLISTAJAT	KOULUTUS- JA TUTKIMUS-ORGANISAATIO	MATKAILU-PALVELUIDEN EDUSTAJAT	SAAVUTETTAVUUS	YHDISTYKSET JA JÄRJESTÖT
Työ- ja elinkeinoministeriö ja muut keskeiset ministeriöt Liikennevirasto Business Finland Valvira AVI ELY Tukes	Visit Finland Helsinki Marketing, VisitRovaniemi Muut alueelliset visit-organisaatiot Alueelliset kehittämiss-organisaatiot Alueelliset matkailuyhdistykset Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry Kauppakamarit Yrittäjät	Haaga-Helia Itä-Suomen yliopisto Lapin yliopisto Oulun yliopisto Matkailualan ammattikoulutusta ja ammattikorkeakoulutusta kehittävät organisaatiot	Majoituspalvelut Ravitsemis- ja palvelut Henkilöliikenne Vuokraus ja leasingpalvelut Kylpylä, ohjelma- ja huvipuistopalvelut Luontopalvelut (Metsähallitus) Kulttuuripalvelut Matkaopas- ja palvelut Urheilu- ja virkistyspalvelut Alueiden kärkiyritykset	Finavia Finnair VR Matkahuolto Laivayhtiöt Vesiliikennepalvelut Aurinkomatkat, muut tärkeät matkanjärjestäjät Matkailun kotimaiset ja kansainväliset digitoimijat	Suoma ry Lomalaidun ry Suomen matkailualan liitto SMAL ry SF-Caravan ry Suomen Matkailututkimuksen seura ry Pyörämatkailukeskus Suomen Hiihtokeskusten yhdistys ry Valitut alueelliset matkailuyhdistykset

Työpajojen kutsuissa ja osallistujien edustamien organisaatioiden kattavuuden arvioinnissa hyödynnettiin järjestäjien kokoamaa kaaviota matkailualan keskeisistä toimijoista. (Lak, Kivilahti, Järvenpää 2021)

2 Kotimaanmatkailun kehittämistyöpajat

Kotimaanmatkailun kehittämistyöpajat toteutettiin syksyn 2021 aikana viiden etätyöpajan sarjana. Työpajoihin osallistui matkailutoimijoita, -asiantuntijoita ja -yrittäjiä laajasti eri puolilta Suomea. Työpajoissa tuettiin matkailupalveluita tarjoavia organisaatioita tuotekehityksessä tunnistetuille kotimaanmatkailun matkailijatyypeille sekä tarjottiin mahdollisuus osallistua keskusteluun kotimaanmatkailun yhteistyön edistämisestä ja kansallisen koordinaation tarpeesta.

2.1 Työpajat 1 ja 2: Yhdessä enemmän – kansallinen yhteistyö ja koordinaatio

Työpajasarjan kahden ensimmäisen työpajan tavoitteena oli kotimaanmatkailun yhteistyön tiivistäminen, alueellisten ja kansallisten yhteistyömahdollisuuksien tunnistaminen sekä keskustelun jatkaminen kotimaanmatkailun yhteistyöverkoston ja kansallisen koordinaation tarpeesta.

Työpaja 1 oli suunnattu erityisesti matkailun aluetoimijoille ja -organisaatioille, kuten alueellisille ja kunnallisille kehitysyhtiöille, aluemarkkinointiorganisaatioille sekä hanketoimijoille ja alueellisille ja valtakunnallisille matkailuyhdistyksille. Edellä mainittujen teemojen lisäksi työpajassa 1 keskusteltiin kotimaanmatkailun huomioarvon hyödyntämisestä eri alueilla. Työpaja 2 oli puolestaan suunnattu matkailupalveluiden tarjoajille. Tavoitteena oli kuulla matkailuelinkeinon edustajien näkemyksiä kotimaanmatkailun kansallisen koordinaation ja yhteistyön tiivistämisen tarpeesta. Työpajojen toteutuksessa koettiin tärkeäksi kerätä aiheista ensin näkemyksiä alueellisilta matkailutoimijoilta, sillä heillä on kattava kokonaisnäkemys alueidensa osalta.

Työpajatyöskentelyä alustettiin työ- ja elinkeinoministeriön johdatuksella. Vierailevan asiantuntijan puheenvuorossa kerrottiin onnistumisesta alueellisen yhteistyön kehittämiseksi. Ryhmätyöskentelyn tueksi alustuksessa avattiin työ- ja elinkeinoministeriön aiempien kotimaanmatkailun selvitysten keskeiset tulokset ja tunnistetut kehittämistoimenpiteet erityisesti yhteistyön tiivistämisen ja kansallisen koordinaation näkökulmasta. Tämän toivottiin edistävän aiheiden käsittelyä tiivistämällä elinkeinon edustajien odotuksia aiheista. Aiempien selvitysten lisäksi tuotiin esille matkailutase ja matkailutilinpito vuosien

2017-2018 (Visit Finland 2018) ja vuosien 2018-2019 osalta (Nurmi 2021), yöpymistilastoja (Tilastokeskus 2020) sekä kotimaanmatkailun kansalliseen koordinaatioon liittyen erilaisia yleisiä organisaatiomallivaihtoehtoja. Tavoitteena oli kuulla matkailuelinkeinon näkemyksiä kotimaanmatkailun kansallisen koordinaation tarpeista, yhteistyön tiivistämisestä sekä odotuksista mahdollisen kotimaanmatkailun kansallisen koordinaation organisaatorakenteelle.

2.2 Työpaja 3: Tiedolla johdettu ja elämyksellinen tarjonta

Työpajan tavoitteena oli matkailuyritysten tuotteiden ja palveluiden kehittäminen kotimaanmatkailun kohderyhmäselvityksessä (Honkanen ym. 2021) tunnistetuille kotimaanmatkailun kohderyhmille; kaupunkilomailijoille, kyläilijöille ja mökkeilijöille, aktiivilomailijoille, nautiskelijöille sekä kulttuurista ja luonnosta kiinnostuneille. Työpajassa tuotteiden kehittämistä lähestyttiin tiedolla johtamisen näkökulmasta huomioiden hintamielikuvan vaikuttaminen elämyksellisen tarjonnan, ansaintalogiikan ja hinnoitteluvaihtoehtojen tuomin mahdollisuuksin. Tiedolla johdettua asiakaspolun kehittämistä käsiteltiin myös digitaalinen saavutettavuus huomioiden.

Työpajatyöskentelyä alustettiin asiantuntijapuheenvuoroilla elämyksellisestä tarjonnasta korostaen henkilökunnan roolia elämysten tekijöinä sekä kotimaan pakettimatkojen asiakslähtöisestä kehittämisestä korostaen vastuullisuutta ja turvallisuutta. Työpajassa keskityttiin kehittämään matkailutoimijoiden osaamista sekä tunnistamaan yritysten olemassa olevien tuotteiden ja palveluiden vastaavuus kotimaanmatkailun kohderyhmien tarpeisiin. Uusien palveluiden kehittämisestä kiinnostuneiden osallistujien tarpeisiin esitettiin palvelumuotoiluprosessin hyödyntämistä. Digitaalista saavutettavuutta käsiteltiin erityisesti tiedonhaun ja jakelukanavavalintojen näkökulmasta tiedolla johtamisen menetelmiä hyödyntäen.

Aiemmissa kotimaanmatkailun selvityksissä nousutta kehittämistoimenpidesuosituksista hintamielikuvan muuttamisesta (Honkanen ym. 2021) käsiteltiin asiakkaan kokeman hinta-laatumielikuvan ja tiedolla johtamisen näkökulmasta. Tässä korostettiin avointen asiakaspalautteiden vaikutusta asiakkaiden ostopäätökseen ja matkailutoimijan maineeseen. Hinnoittelun mahdollisuuksia asiakkaan ostopäätöksessä avattiin eri asiakasryhmien hinnoittelumalleilla ja erityisesti dynaamisen hinnoittelun eli kysyntään pohjautuvaa hinnoittelua avaamalla. Tiedolla johtamisen ansaintalogiikkaa käsittelevässä osuudessa avattiin yritysten tuloksen parantamiseen vaikuttavia osa-alueita sekä niiden merkitystä tuotteiden kehittämisessä. Ympärivuotisen kysynnän kehittämisessä, ohjaamisessa ja mittaamisessa painotettiin tiedolla johtamisen merkitystä. Työpajassa havainnoitiin vuositilastojen (museotilasto.fi 2021) sekä kuukausi- ja päivätrendien (benchmarkingalliance.com 2021)

hyödyntämisen eroja kotimaanmatkailun ympärivuotisen liiketoiminnan mahdollisuuksien tunnistamisessa, ennakkoinnin kehittämisessä ja palveluiden hinnoittelussa.

Tuotekehityksen ja työskentelyn tueksi laadittiin ”Tunnista oman yrityksen tuotteiden ja palveluiden sopivuus kotimaan kohderyhmille” -taulukko, jota osallistujat saivat hyödyntää työpajatyöskentelyssä sekä halutessaan työpajan jälkeen.

2.3 Työpaja 4: Brändi ja markkinointi

Työpajan tavoitteena oli valmentaa matkailuyrityksiä kotimaanmatkailun huomioarvon hyödyntämisen keinoista, kotimaanmatkailun hintamielikuvaan vaikuttavista tekijöistä, yritysten digitaalisen löydettävyyden ja ostettavuuden varmistamisesta sekä markkinoinnin kehittämisessä kotimaanmatkailun kohderyhmäselvityksessä (Honkanen ym. 2021) tunnistetuille kohderyhmille.

Ryhmätyöskentelyä alustettiin käytännön esimerkein yritysten brändinhallinnasta alleviivaten strategisen markkinointisuunnitelman ja toimivan asiakaspolun tärkeyttä digitaalisen myynnin varmistamiseksi. Aluematkailun asiantuntija kuvasi erilaisia malleja digitaalisen löydettävyyden ja ostettavuuden ratkaisuihin ja rajapintojen haasteista yhteisen digitaalisen alustan kehittämisessä. Viestinnän osuutta vastuullisen, turvallisen ja inklusiivisen palvelutarjonnan kehittämisessä painotettiin. Osallistujille esiteltiin käytettävissä olevia vastuullisuustyökaluja ja sertifiointiohjelmiä, kuten Visit Finlandin ”Työkaluja turvallisuuteen”-ohjeistuksia (Business Finland 2021a).

Työpajassa syvennettiin osallistujien osaamista matkailutuotteen kanavahallinnan ja jakelukustannusten vaikutuksesta yrityksen liiketoiminnan kannattavuuteen. Osana kanavahallintaa kiinnitettiin huomiota monikanavaisuuden tärkeyteen niin markkinointi-, myynti- ja jakelukanavavalinnoissa kuin myynnin optimoinnissa. Strategisesti johdetut valinnat auttavat yrityksiä kotimaanmatkailun huomioarvon hyödyntämisessä ja hintamielikuvan muuttamisessa.

2.4 Työpaja 5: Saavutettavuus

Työpajan tavoitteena oli jatkaa keskustelua aiemmin tunnistetun kotimaanmatkailua rajoittavan tekijän eli heikon saavutettavuuden osalta (Työ- ja elinkeinoministeriö 2019). Saavutettavuutta käsiteltiin digitaalisen ja fyysisen saavutettavuuden parantamisen näkökulmista. Digitaalisen löydettävyyden ja ostettavuuden optimoinnin ymmärryksen lisääminen ja kehittämiskohteiden tunnistaminen matkailualueilla ja -yrityksissä oli yksi työpajan tavoitteista. Lisäksi tavoitteena oli tunnistaa osallistujien odotuksia digitaalisten

markkinointi- ja myyntikanavien kehittämisen osalta kansallisella tasolla ja niiden hyödyntämisestä kotimaanmatkailussa.

Työpajan alustuksessa hyödynnettiin kotimaanmatkailun kohderyhmäselvitystä (Honkanen ym. 2021) ja työpajojen 1–4 tuloksia saavutettavuuden näkökulmasta. Lisäksi esiteltiin matkailijoiden liikkumisen, digitaalisten matkaketjujen ja saavutettavuuden parantamiseen keskittyvien hankkeiden tuloksia sekä käynnissä olevan VTT:n ja Lapin yliopiston koordinoiman yksilömatkailijoiden liikkumismahdollisuuksien kehittämiseen keskittyvän FIT ME! -hankkeen tavoitteita. Osana saavutettavuutta kuultiin myös asiantuntijaesitys esteettömyyden merkityksestä matkailussa, sen tuomista hyödyistä kaikille asiakaskohderyhmille ja esteettömien palveluiden lisäkysynnän mahdollisuuksista.

Digitaalisen löydettävyyden ja ostettavuuden parantamista syvennettiin tavoitteena ympärivuotisen saavutettavuuden kehittäminen. Esimerkkinä jakelukanavahallinnan työkaluista esiteltiin hotellikanavahallintajärjestelmä Siteminder sekä TOP10 -myyntikanavat Suomen hotellivarausten suhteen (Siteminder.com 2021). Jakelukanavahallinta on digitaalisesti kehittyneintä hotellialalla, eikä vastaavia ratkaisuja ja tietoja ole saatavilla kootusti muilta matkailutoimialoilta tällä hetkellä. Digitaalista saavutettavuutta avattiin tarkemmin myös saavutettavuusselosteen läpikäynnin muodossa (Aluehallintovirasto 2021).

Työpajasarjan päätteeksi koostettiin yhteen keskeisiä teemoja työpajojen 1–5 ennakkokyselyiden ja ryhmätyöskentelyiden vastauksista koskien osallistujien odotuksia kotimaanmatkailun yhteistyön tiivistämisestä ja kansallisen koordinaation tulevaisuudesta, suhteessa työ- ja elinkeinoministeriön teettämässä aiemmissa selvityksissä tunnistettuihin tarpeisiin ja tämän työpajasarjan tavoitteisiin.

3 Kehittämistyöpajojen tulokset

Aiemmissa kotimaanmatkailun selvityksissä tunnistettu tarve kansalliselle kotimaanmatkailun koordinaatiolle sai vahvistusta työpajatyöskelyissä. Palautteista ilmeni myös, että vastaaville kehittämistyöpajoille toivotaan jatkoa. Enemmistö työpajoihin osallistuneista ja loppukyselyyn vastanneista koki verkostonsa kasvaneen työpajoihin osallistumalla.

Kotimaanmatkailun kehittämistyöpajasarjan tavoitteena oli tukea matkailutoimijoita ja -yrityksiä uusien tuotteiden ja palveluiden kehittämisessä kotimaanmatkailijoille hyödyntäen työ- ja elinkeinoministeriön aiempia kotimaanmatkailun selvityksiä. Työpajasarja oli rakennettu siten, että eri aihealueet tukivat matkailuyritysten tuotteiden ja palveluiden kehittämistä. Työpajassa 3 tuotekehittämisen käynnistämisen tueksi jaetun taulukkotyökalun avulla yritykset aloittivat tuotteiden jalostamista ja uusien tuotteiden konseptointia. Täysin valmiiden tuotteiden kehittäminen työpajasarjassa, jossa osallistujat edustavat hyvin erilaisia ja eritasoisia toimijoita eri puolilta maata, on haasteellista. Työpajoissa keskityttiin kehittämiseen yritysten omista lähtökohdista, eikä tavoitteena ollut yhteisten tuotekonseptien jalkauttaminen. Näin ollen mahdollisten kehittämistyöpajojen pohjalta luotujen uusien tuotteiden määrää ei kertaluontoisen työpajasarjan aikana seurattu. Tuotekehitys, konseptointi, strateginen viestintä ja tiedolla johtamisen kehittäminen vaativat aikaa. Jatkokehittäminen jää yritysten ja osin aluetoimijoiden päätösten ja resurssien varaan.

Osallistujien palautteista ilmenee usean osallistujan kokeneen saaneen hyötyä työpajoista omien tuotteidensa ja palveluidensa kehittämisessä ja työpajojen tavoitteen voidaan todeta tältä osin toteutuneen. Matkailualan osaamisen ja laajemman ymmärryksen kehittyminen on osallistujien palautteiden mukaan myös lisääntynyt. Yksittäisissä palautteissa kiiteltiin ryhmäkeskusteluja, joiden koettiin osaltaan laajentaneen matkailualan moninaisuuden ymmärtämistä. Toisaalta osallistujien erilaisia taustoja kuvastaa se, että yksittäisten palautteiden mukaan kehittämistyöpajat eivät tuoneet lisäarvoa osallistujille, joilla työpajoissa käsitellyt tiedot olivat jo käytössä.

Työpajasarjan tavoitteena oli tiivistää kotimaanmatkailun yhteistyötä sekä jatkaa keskustelua kotimaanmatkailun kansallisen koordinaation tarpeesta, jonka rooli tuli esille kaikissa viidessä työpajassa. Kyselyiden ja ryhmätöiden perusteella kotimaanmatkailun kansallisen koordinaation tarve on ilmeinen. Loppukyselyyn vastanneiden työpajaosallistujien palautteista ilmeni osallistujien verkostojen kasvaneen työpajojen aikana.

3.1 Kotimaanmatkailun yhteistyö ja kansallinen koordinaatio

Kotimaanmatkailun yhteistyön toimivuudesta keskusteltaessa esille nousivat alueiden väliset erot. Osa aluetoimijoista koki, että verkostot ja yhteistyö toimivat hyvin niin alueiden sisällä kuin alueiden välilläkin. Erityisesti oman paikkakunnan toimijoiden ja lähialueiden välisen yhteistyön koettiin toimivan jo nykyisellään. Osa vastaajista taas koki, ettei yhteistyö toimi. Yhteistyön toimiessa niin verkostojen kuin tiedon jakamisen koettiin olevan kunnossa. Matkailuyritykset kokivat myös yhteistyön viranomaisvalvonnan kanssa toimivan hyvin, esimerkiksi matkapakettilainsäädännön haasteita tai koronapandemian aikana käytössä olleita anniskeluohjeita koskevan neuvonnan ja ohjeistuksen osalta. Keskusteluissa korostui niin alue- kuin yrityskohtaisten tarpeiden vaihtelevuus.

Kotimaanmatkailun kehittäminen koetaan tärkeäksi ja kansallisen koordinaation tarve korostui ryhmätyöskentelyissä. Kotimaanmatkailun ja kansainvälisen matkailun kehittämisen erottamista kyseenalaistettiin, sillä matkailun kokonaisvaltainen kehittäminen koetaan tärkeäksi. Kotimaisten ja kansainvälisten matkailijoiden tarpeet ovat pitkälti yhteneväisiä ja kehittämistoimenpiteiden nähdään palvelevan toisiaan eikä niitä tule erottaa keinotekoisesti.

Kotimaanmatkailun kansallista koordinaatiota tarvitaan ja kotimaanmatkailun yhteistyön kehittämistä tulee edistää valtakunnallisesti koordinoitusti ja käsitellen Suomea kokonaisuutena matkailuelinkeinon tärkeyttä korostaen. Koordinaatiotahon tulisi olla neutraali ja eri alueet tasapuolisesti huomioiva. Koko matkailualan toiminnan läpinäkyvyyden ja yhteistyöhön sitouttamisen esimerkiksi tapaamisilla, työpajoilla ja toimivalla tiedottamisella sekä verkostoitumisella koetaan vahvistavan yhteistyön pohjaa.

Kansallisen koordinaation organisoitumisen osalta ohjaus ylhäältä alas toimijakentän suuntaan nähdään toimivimpana mallina, vaikkakin samalla ruohonjuuritason osallistamista toivotaan mukaan enemmän. Kotimaanmatkailun kansallisessa yhteistyössä ja sen johtamisessa toivotaan ryhmätyöskentelyn pohjalta olevan mukana pitkälti jo aiemmin tunnistettuja matkailualan keskeisiä toimijoita (ks. kuvio 1). Ryhmätyöskentelyissä ei nousut esille selkeitä ehdotuksia kotimaanmatkailun kansalliseksi koordinaattoriksi toivottavista yksittäisistä organisaatioista tai toimijoista, vaan näkemykset hajaantuivat. Monet osallistujista kuitenkin näkevät Visit Finlandin luontevana toimijana myös kotimaanmatkailun kehittämisessä sen toiminnan ollessa monille matkailualan toimijoille jo ennalta tuttua. Tämä ei kuitenkaan nykyisen Business Finlandin lainsäädännön (finlex.fi 2021) puitteissa ole mahdollista, vaan Visit Finlandin tehtävänä on vastata Suomeen suuntautuvan kansainvälisen matkailun edistämisestä (Business Finland 2021b).

Suomen kansallisen matkailustrategian tavoitteet ja kotimaanmatkailun markkinointi nousivat yhteistyökeskusteluissa esille. Suomen Matkailuorganisaatioiden yhdistys Suoma ry:n koordinoiman kansallisen kotimaanmatkailun kampanjan (100 syytä matkailla Suomessa) koetaan toimineen niillä alueilla, jotka ovat kampanjassa aktiivisesti mukana. Toimivasta yhteistyöstä nostettiin esille myös Sustainable Travel Finland -merkki ja Visit Finlandin kansainvälisen matkailun edistämiseksi käyttämän toimintamallin hyödyntäminen. Yhteinen tahtotila yhteistyön tiivistämiseen on olemassa.

Matkailutoimialan laajan toimijakentän yhdistämiseen tähtäävä yhteinen edunvalvonta nousi usean ryhmän keskusteluissa esille. Osallistujat kokivat, että keräämällä matkailutoimijat laajasti yhteen osaksi yhtenäistä matkailuteollisuutta ala saa paremmin näkyvyyttä ja yhdenvertaisempia vaikutusmahdollisuuksia muiden teollisuuden alojen rinnalla. Edunvalvontaa kaivataan niin matkailualan koulutuksen saatavuuden varmistamiseksi kuin työehtojen ja palkkauksen osalta, joissa tiiviimmällä yhteistyöllä nähtiin olevan suurempi vaikutusmahdollisuus matkailualan kehittymiselle. Joissakin keskusteluissa mainittiin toive mm. Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry:n toiminnan laajentamisesta aloille, joilla ei ole vastaavaa edunvalvontaa. Työvoimapulaan tulee vastata koulutuksen keinoin eriasteisilla koulutusohjelmilla sekä matkailualan arvostusta nostamalla. Yhteistyön tiivistämisellä toivotaan voivan paremmin edistää niin työvoiman saantia, alan mielikuvaa ja vetovoimaa kuin keskustelua kesälomien siirron tarpeesta tai tuulivoima- ja kaivostoiminnan asettamista haasteista matkailualalle. Keskusteluissa nousi esille voimakkaasti, miten kotimaanmatkailun irrottamista matkailun laajemmista kokonaisuuksista ei nähty mielekkäänä, sillä matkailun eri osa-alueiden nähdään linkittyvän toisiinsa.

Viestinnän tärkeys oli keskusteluissa merkittävä. Viestinnän ei koeta tavoittavan tasapuolisesti kaikkia matkailutoimijoita yhteisen viestintäkanavan ja kumppanuusverkostojen puuttuessa. Matkailutoimialan merkityksestä, tarpeista sekä erityispiirteistä viestimistä erityisesti median, julkisten toimijoiden ja kuntapäätäjien suuntaan korostettiin keskeisenä viestinnän kehittämistarpeena. Ryhmätyöskentelyissä nostettiin esille, miten matkailukokonaisuuden hahmottaminen on monesti haastavaa päättävälle taholle, koska matkailu koostuu useasta toimi- ja hallinnonalasta.

Julkisten palveluiden hallintorajojen koetaan rajoittavan matkailutoimintaa ja -kehittämistä. Yhteistyön rakentaminen yli kunta-, maakunta-, hallinto- ja hankerajojen sekä päällekkäisyyksien poistaminen ja tämän yhteistyön laajentaminen saavutettavuuteen ja kohutuuhintaisiin yhteyksiin korostuivat ryhmäkeskusteluissa. Kunnilta toivotaan lupaprosessien nopeuttamista ja toiminnan ketteryyttä.

Ympärivuotisen liiketoiminnan kehittämisen haasteena on puuttuva kysyntä ja toisaalta tarjonnan saatavuus. Keskusteluissa mainittiin myös tarve kulttuurimuutokselle sekä rohkealle palveluiden ympärivuotiselle tarjonnalle. Matkailupalveluiden tuottamisen

kustannukset kysynnän puuttuessa tai kysynnän kasvun ollessa epävarmaa korostuvat tällöin ja tähän kaivataan tukea. Tuen tarpeessa on alueellisia eroja. Ympärivuotisuuden kehittämisessä ja etätyön mahdollisuuksien hyödyntämisessä kaivataan eri toimialojen rajoja ylittävää yhteistyötä.

Matkailun kehittämisen resurssit ovat rajalliset. Rahoitusten ehtoja toivotaan kehitettävän siten, että ne kohtaavat paremmin matkailualan tarpeet. Ryhmäkeskusteluissa myös yritysten rooli nähtiin tärkeänä osana yhteisten toimien rahoitusta, sillä kaikkea kehittämisrahaa ei voida odottaa tulevan yritysten ulkopuolelta.

Matkailun kehittämishankkeet herättivät aktiivista keskustelua. Matkailuhankkeiden koordinoitua, niiden tuloksista ja kehittämistoimenpiteistä viestimistä toivotaan edistettävän. Matkailun kehittämiselle toivotaan selkeämpää yhteisten suuntaviivojen ja tavoitteiden luomista, joiden edistämiseksi hankkeet nähtiin yhtenä toimivana työkaluna. Matkailuhankkeiden koordinoitua nähtiin kotimaanmatkailun kansallisen koordinaation mahdollisena tehtävänä.

Yhteistyökeskusteluissa matkailualan toimijoiden mukaan luotettavia yhteistyökumppaneita on helppo löytää ja yhdessä saadaan aikaan enemmän. Kansallispuistojen roolin tunnistaminen ja yhteistyökumppaneiden, kuten Lomarenkaan, toimiminen yhteistyökumppanina monen kokoisille mökkiyrittäjille nähtiin toimivana. Toisaalta kaivattiin yritysten ymmärryksen lisäämistä yhteistyön ja kokemusten jakamisen tärkeydestä keskinäisen kilpailun sijaan.

Ryhmäkeskusteluissa matkailutuotteiden ja -palveluiden kehittämisen koetaan tarvitsevan edelleen tukea. Tuotekehityksessä yhteistyön tiivistäminen yli rajojen korostui erityisesti reittien rakentamisessa matkailijan näkökulmasta. Yrityksiä tulee auttaa asiakasymmärryksen suhteen, eli ymmärtämään kenelle palveluita tehdään, sekä tukea kotimaanmatkailun kohderyhmille kohdistetussa yhteismarkkinoinnissa. Yritysten osaamisen eritasoisuuden vuoksi on tunnistettu tarve yksilöllisempään tukeen erityisesti pienille yrityksille.

Kansallista koordinaatiota toivotaan vietävän eteenpäin ”jalat maassa, nyrkkit savessa, pää pilvissä ja katse tulevaisuudessa”. Kotimaanmatkailun kansallisen koordinaation ja yhteistyön kehittämisessä tulee etsiä yhdessä uusia tapoja yhteistyömallien rakentamiseksi ja uusien mahdollisuuksien hyödyntämiseksi.

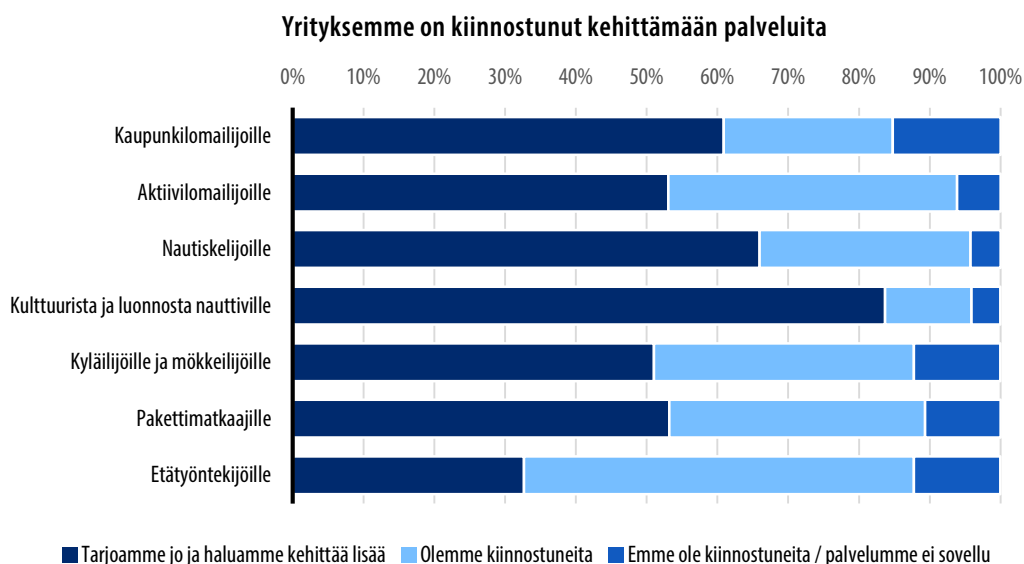
3.2 Tiedolla johdettu tuotekehitys

Työpajan 3 ennakkokyselyn tavoitteena oli hahmottaa yritysten nykyiset tuotteet suhteessa tunnistettuihin kotimaanmatkailijatyyppeihin sekä käytössä oleviin hinnoittelumalleihin. Tuotteiden kehittäminen on yrityskohtaista, ja työpajan työskentelyvaiheet toteutettiin itsenäisenä työskentelynä, tarkoituksena käynnistää yritysten tuotekehitys. Osallistujilla oli työpajan aikana mahdollisuus vaihtaa mielipiteitä muiden osallistujien ja työpajan vetäjien kanssa.

Tuotekehitystä ei ole mahdollista saada kokonaisuudessaan valmiiksi yhdessä työpajassa erityisesti, kun osallistujien lähtökohdat eroavat merkittävästi toisten ollessa jo hyvin pitkällä oman yrityksensä tuotekehityksessä ja toisten vasta hahmottaessa kehitystarpeita. Työpajan tavoitteena oli luoda pohjaa tuotekehitykselle ja kohderyhmien tarpeiden tunnistamiselle oman yrityksen ja markkina-alueen näkökulmasta.

Ennakkokyselyllä haluttiin selvittää yritysten kiinnostusta kirkastaa olemassa olevia tai kehittää uusia matkailutuotteita ja -palveluita kohderyhmäselvityksessä (Honkanen ym. 2021) tunnistetuille kotimaanmatkailun kotimaanmatkailijatyypeille (kuvio 2).

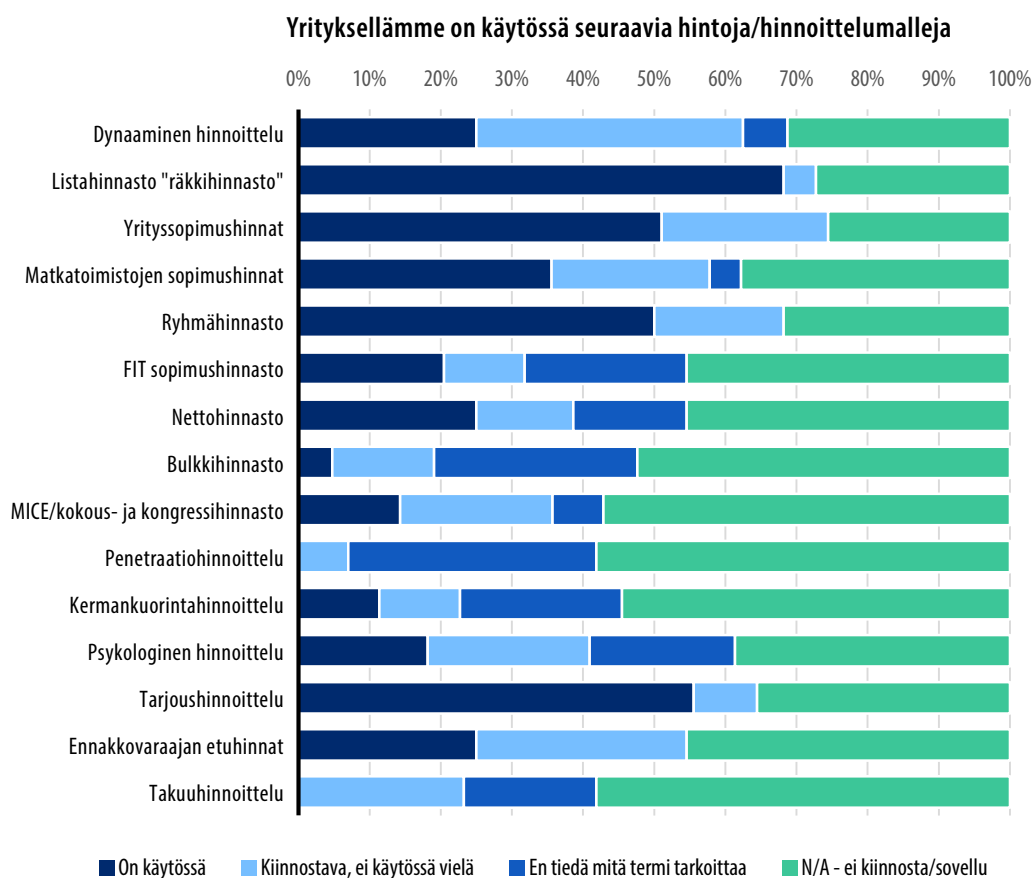
Kuvio 2. Ennakkokysely TEM kotimaanmatkailun työpaja 15.10.2021, kysymys 2 – Palveluiden kehittäminen tunnistetuille matkailijatyypeille (51 vastausta)



Työpajatyöskentelyn ohjaamisen haasteet eri tasoisille, eri alueita edustaville ja eri matkailupalveluita tarjoaville yrityksille, joiden tavoitteet eivät ole yhteneväiset, tunnistettiin työpajassa.

Kotimaanmatkailun kohderyhmäselvityksessä (Honkanen ym. 2021) kuvattiin kotimaanmatkailun hintamielikuvaa asiakkaiden mielestä liian kalliiksi. Hintamielikuvan rakentamisen pohjustukseksi kysyttiin työpajan osallistujilta ennakkokyselyssä yritysten käytössä olevia hinnoittelumalleja. Tulokset on esitelty kuviossa 3, josta ilmenee, että yrityksillä käytössä olevien hinnoittelumallien hyödyntämisessä on eroja.

Kuvio 3. Ennakkokysely TEM kotimaanmatkailun työpaja 15.10.2021, kysymys 3 – Yritysten käyttämiä hinnoittelumalleja (50 vastausta)



Vastauksissa korostuu osin sellaisten osallistujien vastaukset, joilla ei ole myytäviä tuotteita (esim. kuntatoimijat). Työpajassa tuotiin esille, miten eri hinnoittelumalleja voidaan hyödyntää asiakasryhmäkohtaisesti ja luovasti. Strategisesti suunnitellun hinnoitteluarkkitehtuurin tavoitteena on asiakkaan kokeman arvon ja hinta-laatusuhteen tavoittamisen ohella yrityksen tuloksen optimointi. Hinnoittelumallit luodaan yritysکوhtaisesti ansaintalogiikka huomioiden. Työpajassa keskityttiin metodien ja vaihtoehtojen muistuttamiseen, ei yritysten yksittäisten tuotteiden hinnoitteluun.

3.3 Laadun ja brändin kehittäminen

Työpajassa 4 todettiin, että kotimaanmatkailun kohderyhmille suunnatun markkinoinnin, digitaalisen löydettävyyden ja ostettavuuden osalta tuotteiden tulee olla samoissa kanavissa kuin kansainvälisille asiakkaille suunnattujen palveluiden. Työpajassa käytyjen keskustelujen pohjalta osallistujat toivoivat Visit Finlandia vastaavaa Visit Kotimaa -organisaatiota edistämään kotimaanmatkailun yhteistyötä ja toimivaa tiedon kulkua, joka huomioi erikokoisten toimijoiden resurssit ja budjetit. Kotimaanmatkailun brändin kehittäminen nähdään kansallisen koordinaatiotahon tehtävänä. Kotimaanmatkailun markkinoinnin mielikuvan kehittämisessä keskusteluissa painotettiin, että alueiden ominaispiirteitä tulee korostaa.

Kotimaanmatkailun kohderyhmäselvityksessä (Honkanen ym. 2021) kehittämistoimenpiteeksi nostetun hintamielikuvan muuttamisen erääksi mahdollisuudeksi mainittiin kotimaanmatkailun laatukäsikirjan laatiminen. Työpajoissa käytyjen keskustelujen pohjalta laadittiin ehdotus kotimaanmatkailun laatukäsikirjan pohjaksi sekä ylläpidon vastuutahoksi. Laatukäsikirjan laatiminen koettiin kotimaanmatkailun kansallisen koordinaatiotahon tehtäväksi. Yhteistyö kotimaanmatkailun laatukäsikirjan laatimisen osalta koetaan tärkeäksi yli alue- ja toimijarajojen, jos se halutaan osaksi kehittämisen työkaluja ja pohjaksi kotimaanmatkailun hinta-laatumielikuvan nostamisessa. Laatukäsikirjan toivotaan olevan koko kotimaanmatkailun toiminnan huomioivaa, nykyiset matkailun käsikirjat yhdistävää sekä helpokäyttöinen ja digitaalisesti toteutettu. Työpajaosallistujien tärkeimmiksi katsomat kotimaanmatkailun laatukäsikirjan keskeiset teemat löytyvät koottuna sivun 23 laatikossa.

Ryhmäkeskusteluissa alueellisessa markkinoinnissa kehittämistä kaivataan sisällöntuotantoon, yhteismarkkinointiin ja viestintään. Yhteismarkkinoinnin osalta mainittiin toive, että yritykset osallistuvat aktiivisemmin oman alueen muiden yritysten suositteluun osana yhteismarkkinointia. Viestinnän ja markkinoinnin rahoittamisessa yritysten rooli nähdään tärkeänä. Tuotteiden löydettävyyden ja ostettavuuden ratkaisuksi toivotaan yhteistä koko maan kattavaa myyntialustaa. Keskusteluissa alustojen hyödyntämisessä korostui tarve nostaa esille alueiden pieniä helmiä ja tapahtumia matkailijan näkökulmasta.

Minkälaista laatukäsikirjaa kotimaanmatkailun kehittämiseksi tarvitaan?

Kotimaanmatkailun laatukäsikirjaa käsiteltiin brändiin ja markkinointiin keskittyneessä työpajassa 4. Työpajaosallistujien tärkeimmiksi katsomat ominaisuudet laatukäsikirjan sisällön suhteen on koottu alle.

Yhtenäistävä

- Nykyiset laatukäsikirjat yhdistävä ja yhtenäistävä laatukäsikirjajärjestelmä.
- Kotimaanmatkailulle ei erillistä laatukäsikirjaa, vaan mm. Visit Finlandin ohjeistuksia kotimaisille kohderyhmille sopivalla materiaalilla täydentäen.

Koko toiminnan huomioivaa ja toimialalähtöistä

- Yrittäjien osaamista ja laadun parantamiseen kannustavaa, koko toiminnan huomioivaa matkailijan näkökulmasta.
- Toimialalähtöisyys, pysyvyys, jatkuvuus ja läpinäkyvyys.

Helppokäyttöinen työkalupakki

- Selkeä ja helppokäyttöinen, jotta toimii työkaluna pienenkin yrittäjän arjessa matkailutuotteen laadun parantamiseksi.

Digitaalisuus

- Digitaalinen järjestelmä, joka sisältää mm. asiakas- ja henkilökuntatyytyväisyyden mittarit, vastuullisuusasteen, myynti- ja markkinointikanavat, avainluvut, suuntaa antavat ja päivitettävät laatustandardit sekä kohderyhmät.

Kriteeristö, sertifikaatit, sähköinen auditointi

- Kotimaisen matkailijan laatu-käsitteen avaaminen sekä kriteerien määrittely.
- Laatusertifikaattien / ISO-standardien käyttäminen.

Saavutettavuus ja vastuullisuus

- Turvallisuus, kestävä kehitys, inklusiivisuus sekä fyysinen ja digitaalinen saavutettavuus huomioonottaen.

Palvelumuotoilu

- Palvelumuotoilu sekä asiakkaiden toiveiden jatkuvien muutosten ja laatuvaatimusten huomioiminen.

3.4 Digitaalinen ja fyysinen saavutettavuus

Työpajassa 5 käsiteltiin digitaalista ja fyysistä saavutettavuutta osana kotimaanmatkailun kehittämistä. Työpajatyöskentelyssä digitaalisen ostettavuuden ja löydettävyyden haasteina tunnistettiin vanhanaikaiset verkkosivut ja sivustojen sekavuus, matkailutoimijoiden heikko osaaminen sekä resurssi- ja motivaatiopula kehittää sisältöä. Jatkuvasti muuttuva tekniikka, lukuisat erilaiset alustat ja rajapinnat koetaan kaupanteon haasteeksi niin yrityskuin aluetasolla. Ostopolkuja halutaan hiottavan toimivammiksi, sillä nykyisellään ne katkeavat usein kesken. Järkevien yhteisten varauskanavien puute sekä tietojen sirpaleisuus aiheuttavat sekä yrityksille että asiakkaille haasteita sujuvan kaupankäynnin osalta. Laadukkaan ja jatkuvan sisällön tuottaminen ja ajan tasalla pitäminen vaatii järjestelmällistä ja pitkän tähtäimen toimintaa. Saavutettavuusdirektiivin tuomat haasteet korostuvat erityisesti pienissä yrityksissä. Digiloikka vaatii pienyrittäjältä paljon taitoa ja resursseja, joihin yritykset tarvitsevat koulutusta. Digitalisaatio on yritykselle selviytymisen ja kilpailukykyyn edellytys, mutta samalla tuotteiden ja palveluiden tulee olla kunnossa ja asiakkaita houkuttelevia.

Fyysisen saavutettavuuden haasteiden osalta niin julkiset liikenneyhteydet kuin liikkumisen digitaalinen saavutettavuus koetaan toimivaksi vain kaupungeissa, mutta ei haja-asutusalueilla. Julkisen liikenteen puutteen takia oman auton käyttö on välttämätöntä useiden kohteiden saavuttamiseksi. Yhteyksien toimiminen lento-, juna- tai linja-autoasemilta majapaikkoihin ja matkakohteisiin sekä kohteiden välillä on hankalaa tai mahdotonta ilman omaa autoa tai taksia. Haasteita tähän aiheuttavat pitkät etäisyydet, asiakasvolyymin rajallisuus, liikennöitsijöiden puute sekä aikatauluhaasteiden aiheuttamat kohtuuttoman pitkät matka-ajat. Puutteiksi koettiin tietojen löytäminen ja opasteet kohteiden ja pysäköinnin suhteen sekä paikan päällä että verkossa. Omalla autolla liikkuvien matkantekoa hankaloittaa auton ylläpito- ja polttoainekustannusten kohtuullisena pitäminen sekä tieverkon ja infran laatu.

Kotimaanmatkailun digimarkkinointia tulee tukea rakentamalla koordinoitu tietokanta ja alusta, ostopolkua ja sisältöä tulee selkeyttää ja yhteistyötä markkinoinnissa rakentaa. Fyysisten liikenneyhteyksien parantamista yritysten taloudellisilla panostuksilla ja kuljetusliikkeiden tukemisella tulee jatkaa. Lisäksi tulee parantaa mahdollisuuksia tehdä tiiviimpää yhteistyötä matkatoimistojen ja matkanjärjestäjien kanssa pakettimatkojen kehittämisessä. Liikkumisen esteettömyyttä tulee kehittää ja luoda ohjeistus, mitä siinä tulee huomioida.

Ympärivuotisuuden rakentamisessa tulee aktiviteetteja ja palveluita sekä erikokoisia tapahtumia olla tarjolla ympäri vuoden. Lisäksi kotimaan matkakohteisiin pitää olla mahdollisuus päästä julkisilla kulkuvälineillä vuodenajasta tai sesongista riippumatta. Asiakkaille tulee olla helposti ostettavat ja varattavat viikko-ohjelmat, jotka ovat tarjolla myös

yksinmatkaajille ympäri vuoden. Suomen neljää vuodenaikaa tulee hyödyntää erilaisilla teemoilla ja sesongeilla, kuten keskusteluissa esille noussut esimerkki pimeyden hyödyntämisestä tuotteistuksessa.

3.5 Työpajojen palautteet

Kehittämistyöpajojen osallistujilta kerättiin palautetta työpajojen järjestelyistä ja sisällöistä. Palaute työpajoista oli pääosin positiivista, ja työpajat koettiin monen osallistujan mielestä hyödyllisiksi.

Aiempien selvitysten avaaminen alustuksissa koettiin valaisevaksi, jopa niiden osallistujien osalta, jotka olivat selvitykset niiden ilmestyttyä jo lukeneet. Tuotekehityksen tueksi luotu taulukko sai hyvän vastaanoton ja moni osallistuja suunnitteli taulukon hyödyntämistä omassa työssään jatkossa.

Monen osallistujan vastauksissa tuotiin esille heidän saamansa hyöty oman toiminnan kehittämiseen, kun taas toisissa koettiin osa sisällöstä itsestäänselväksi. Muutamissa palautteissa tietoa koettiin olevan yhdelle päivällä liikaa, ja muutamien mielestä työpajat olivat siitä huolimatta liian pitkiä. Tarve osaamisen kehittämiseksi jatkossa tuli kuitenkin ilmi niin palautteissa kuin työpajojen keskusteluissa.

Ennako- ja ryhmätyöskentelyiden kysymykset koettiin osin haastavina, ja osa palautetta jättäneistä oli kaivannut tarkempia kysymyksiä. Tästä huolimatta palautteista ilmenee, että ryhmissä käytiin hyviä ja rakentavia keskusteluja. Ryhmätyöskentelyyn osallistuneet kokivat työskentelyn antoisaksi ja erittäin oivalliseksi tavaksi työstää asioita. Vastaaville kotimaanmatkailun kehittämistyöpajoille vaihtuvilla teemoilla toivotaan säännöllistä jatkoa tulevaisuudessa.

Keskusteluissa ja palautteissa korostuivat selkeä tahtotila ja toive, että kotimaanmatkailua aletaan kehittää määrätietoisesti niin, että jo nyt olemassa olevat rakenteet, tietotaito ja resurssit käytetään mahdollisimman tehokkaasti hyväksi. Ryhmätyöskentelyt avasivat monen katsantoa ja osallistajat havaitsivat, miten erilaisten ja suurten asioiden parissa matkailutyötä päivittäin tehdään. Vaikka paljon jäi vielä tekemistä ja yhteistä ratkaistavaa, syksyn työpajat toimivat hyvin kotimaanmatkailun kansallisen yhteistyön ja kehittämisen keskustelujen avaajina.

4 Ehdotuksia kotimaanmatkailun kehittämiseen jatkossa

Työpajojen keskustelujen pohjalta tunnistettiin ehdotuksia kotimaanmatkailun kehittämiseksi jatkossa. Osallistujat toivovat yhteistyön tiivistämistä yli alue- ja hankerajojen jatkettavan ja edistettävän huolimatta siitä, miten hyväksi yhteistyö koetaan parhaillaan. Kotimaanmatkailun kansallisen koordinaation järjestämistä toivotaan ylhäältä alas johdettuna hyödyntäen jo olemassa olevia ja toimivia organisaatioita, toimintamalleja ja rakenteita.

Työpajoissa korostuivat matkailualueiden erilaisuus ja matkailuhankkeiden pirstaloituneisuus. Osallistujien palautteissa toivottiin jatkoa vastaaville kotimaanmatkailun kehittämistyöpajoille.

Kansallisen koordinaation käynnistäminen

Työpajoissa jatkettiin keskustelua matkailun kansallisen koordinaation tarpeesta aiempien kotimaanmatkailun selvitysten pohjalta (Honkanen ym. 2021; Työ- ja elinkeinoministeriö 2019). Syksyn työpajoissa kuultiin laajasti matkailuelinkeinon edustajien näkemyksiä ja aiemmissa selvityksissä tunnistettu tarve kotimaanmatkailun kansalliselle koordinaatiolle vahvistui. Tarpeet eivät ole suuresti muuttuneet pandemiasta huolimatta ja näkemykset olivat pitkälti samoja kuin aiemmassa vuoden 2019 kotimaanmatkailun kehittämistarpeiden selvityksessä (Työ- ja elinkeinoministeriö 2019). Työpajatyöskentelyssä mukana olleilla on vahvaa halukkuutta osallistua matkailualan yhteistyön tiivistämiseen ja kehittämiseen. Tästä huolimatta alhaalta ylöspäin rakennettu, itseohjautuva keskeisistä matkailutoimijoista koostuva kansallisen koordinaation organisaatiomalli ei saanut kannatusta. Valtaosassa näkemyksiä kotimaanmatkailun koordinaatiotahoksi toivotaan selkeää ylhäältä johdettua mallia, joka toimii työ- ja elinkeinoministeriön alaisuudessa, sillä tämän mallin koetaan huomioivan eri alueet tasapuolisesti. Selkeää yksittäistä koordinaatiotahoa ei työpajojen keskusteluissa noussut esille. Kansallisen koordinaation käynnistämiseksi olisi hyvä käydä tiiviimpää keskustelua työhön sopivasta toimijasta tai organisaatiosta huomioiden matkailuelinkeinon näkemykset. Työpajasarja koettiin tärkeäksi panostukseksi, joka vaati osallistujilta resursseja, ja näin ollen osallistujien odotukset konkreettisiin tekoihin työn päätyttyä ovat korkealla.

Kansallisen koordinaation tehtävät

Työpajasarjatyöskentelyssä odotukset kansallisen koordinaatiotahon tehtäviksi olivat osin vastaavia kuin aiemmassa kotimaanmatkailun kehittämistarpeiden selvityksessä (Työ- ja elinkeinoministeriö 2019) tunnistetut. Selkeä tarve kotimaanmatkailun koordinaatiolle on säilynyt ennallaan, mutta keskusteluissa nousivat esiin myös laajemman matkailutoimialan edunvalvonnan ja viestinnän kehittämisen tarve sekä kotimaanmatkailun brändin kehittäminen. Nämä tehtävät nostettiin kansallisen koordinaatiotahon päävastuulle liitteestä 12 löytyvän loppukyselyn vastauksissa. Vastauksissa korostettiin yhteistyön merkitystä kaikessa tekemisessä, eikä yhden tahon oleteta vastaavan näistä itsenäisesti. Mahdollisen kotimaanmatkailun kansallisen koordinaatiotahon on hyvä käydä tiivistä keskustelua siitä, miltä osin kotimaanmatkailua voidaan edistää yhteistyössä alan muiden keskeisten toimijoiden kanssa sekä miltä osin kotimaanmatkailuun tarvitaan uusia toimintamalleja.

Kotimaanmatkailun kansallisen koordinaatiotahon rooli ja tehtävät tulee määrittellä selkeästi ja läpinäkyvästi huomioiden matkailun keskeisten toimijoiden nykyiset roolit sekä eri kokoisten matkailutoimijoiden, -yritysten ja -alueiden resurssit ja budjetit. Roolien ja vastualueiden jako matkailutoimialan, kotimaan- ja kansainvälisen matkailun kehittämisen välillä on erityisen hyvä tarkentaa, jotta toimialalla on yhtenäinen ymmärrys eri organisaatioiden keskeisistä tehtävistä.

Myös aluejaot ja alueiden määrittelyt nousivat esiin työpajojen keskusteluissa. Matkailun keskeisten toimijoiden organisaatiot tai se, että esimerkiksi alueellisen "Visit"-nimen alla voidaan toimia hyvin erilaisin lähtökohdin, eivät ole kaikille tuttuja asioita. Koordinaatiotahon tehtävänä voisi olla myös matkailun aluejakojen sekä keskeisten toimijoiden määrittelyn täsmentäminen siten, että matkailutoimialalla on yhteneväinen ymmärrys matkailukentän toimijoista valtakunnallisen tason keskusteluissa.

Visit Finlandin kansainvälisen matkailun edistämässä käyttämän toimintamallin hyödyntäminen kotimaanmatkailun kehittämisessä nousi usein esille. Osallistujien keskusteluissa korostuivat kotimaanmatkailun ja kansainvälisen matkailun kehittämisen monesti yhteneväiset toimenpiteet, ja näiden osalta toivotaan resurssiviisautta ja toimivien rakenteiden hyödyntämistä. Työpajoissa nousivat esille mm. tuotekehittäminen, sillä kotimaisten ja kansainvälisten asiakaskohderyhmien odotukset ovat pitkälti yhteneväiset ja tuotekehityksen metodit samat asiakaskohderyhmästä huolimatta. Visit Finlandin kestävä matkailun Sustainable Travel Finland (STF) -ohjelma jakoi osallistujien mielipiteitä siitä, tulisiko kotimaanmatkailulle olla oma helpommin saavutettava kestävä toimintaa osoittava merkki, vai tuleeko hyödyntää jo olemassa olevaa STF-mallia.

Keskustelua kotimaanmatkailun kohderyhmien markkinoinnin, digitaalisen löydettävyyden ja ostettavuuden osalta tulee edelleen jatkaa. Työpajatyöskentelyssä vahvistui näkemys siitä, että kotimaanmatkailun tuotteiden tulee löytyä samoista kanavista kuin kansainvälisille asiakkaille suunnattujen tuotteiden ja palveluiden, kuten myös aiemmassa kotimaanmatkailun selvityksessä (Honkanen ym. 2021) esitettiin. Monikanavaisuuden hyödyntäminen asiakaskohderyhmäkohtaisesti tulee huomioida matkailun eri toimialojen jatkokehittämiskeskusteluissa, joissa kotimaanmatkailun koordinaatiotahon olisi hyvä huomioida niin kansallisia kuin eri alueiden tarpeita ja näkemyksiä. Myös merkittävien hotelliketjujen ja lentoyhtiöiden kanavahallinnan erityisasiantuntijoiden kuuleminen aiheesta on suositeltavaa.

Matkailualan viestinnän kehittäminen osana kotimaanmatkailun kansallista koordinaatiota

Työpajakeskusteluissa nousi esiin tarve kehittää matkailualan viestintää kaikille matkailun sidosryhmille. Viestinnän tehostamista keskusteluissa kaivattiin niin median suuntaan kuin julkisille toimijoille ja matkailutoimialalle. Tällä hetkellä kansallisen viestinnän koetaan olevan sirpaleista ja hajautuneen eri organisaatioille. Kotimaanmatkailun kansallisen koordinaatiotahon tulisi kehittää matkailualan viestintää niin sisäisille kuin ulkoisille sidosryhmille.

Tiedottamista ja koordinoitumpaa viestintää ehdotetaan kehitettävän matkailuelinkeinon toimijoille erityisesti kotimaanmatkailun kehittämisen ja kehittymisen osalta. Keskusteluissa nousi esille toive myös muiden kuin kotimaanmatkailuun keskittyvien aiheiden koordinoitun viestinnän järjestämisestä matkailuelinkeinon edustajille. Keskusteluissa arvioitiin kansallisella koordinaatiotaholla olevan paremmat mahdollisuudet saada matkailutoimialan näkökulmia tehokkaasti osaksi julkista keskustelua kuin nykyisin hajallaan olevilla matkailuorganisaatioilla ja -alueilla, erittelemättä kotimaanmatkailun ja muita matkailualan viestinnän tarpeita.

Matkailualan edunvalvonnan kokoaminen

Matkailualan edunvalvontaa tulee kehittää huomioiden sekä alueiden erilaiset että yhteiset haasteet. Alan yhteisen edunvalvonnan koordinoinnin koetaan vaikuttavan positiivisesti matkailualaan yleisesti, ei vain kotimaanmatkailun osalta. Tiivistämällä yhteistyötä edunvalvonnan osalta nähdään paremmat mahdollisuudet alan vetovoiman parantamisessa kotimaan eri matkailualueiden houkuttavuuden osalta ja opiskelijoiden/työntekijöiden silmissä. Keskustelua koululaisten kesälomien siirtämisestä tulisi jatkaa, kuten aiemmissa työ- ja elinkeinoministeriön kotimaanmatkailun selvityksissä on todettu. Tällä olisi vaikutusta sesonkien pidentymiseen ja sen koetaan edistävän kotimaanmatkailun ympärivuotisuutta, joka on edellytys päätoimisesti ja ympärivuotisesti alalla työskenteleville.

Kotimaanmatkailun yhteistyöverkoston rakentaminen

Matkailun toimijakenttä on hyvin laaja ja tiiviin koordinaatioverkoston luominen on haasteellista. Nykyiset, pitkälti alueorganisaatioveitoiset yhteistyömallit koetaan pääosin toimiviksi. Yhteistyötä yli alue- ja kuntarajojen halutaan kuitenkin kehittää, sillä matkailija ei tunne kuntarajoja. Kotimaanmatkailun yhteistyöverkoston tulee rakentua niin alueellisten matkailutoimijoiden kuin kansallisesti toimivien yhdistysten ja organisaatioiden sekä yritysten osallistamisella tarpeiden mukaan. Mahdollinen kotimaanmatkailun koordinaatio-taho nähtiin keskusteluissa potentiaalisena vastuutahona yhteistyöverkoston rakentajaksi ja ylläpitäjäksi.

Matkailuhankkeiden koordinointi ja laajempi hyödyntäminen

Syksyn keskusteluissa nousi esille tarve hankkeiden tietotaidon aiempaa tehokkaammasta hyödynnettävyydestä hankkeiden päättymisen jälkeen, joka koetaan nykyisessä toimintamallissa haasteelliseksi. Matkailuhankkeiden koetaan kehittävän myös kotimaanmatkailua vaikka päätavoitteena on usein kansainvälisen matkailun kehittäminen.

Matkailun saavutettavuutta kehitetään työpajojen osallistujien mukaan lähinnä eri hankkeissa. Kotimaanmatkailun eräänä suurena haasteena on heikko fyysinen saavutettavuus, sillä moniin kohteisiin pääsee vain henkilöautolla, julkisen liikenteen puuttuessa alueelta kokonaan tai matkailijoita palvelevien yhteyksien puuttuessa. Saavutettavuutta kehitettävien hankkeiden yhteinen koordinointi voisi siten toimia ensin tiedon kokoamisessa ja tämän jälkeen tietojen pohjalta voidaan käydä keskustelua keiden toimijoiden tulee eri saavutettavuusnäkökulmien kehittämisessä olla mukana.

Kansallisen koordinaatiotahon tulisi yhdessä alueiden ja rahoittajatahojen kanssa koota tiedot eri matkailun kehittämishankkeista sekä rakentaa toimintamalli hankkeiden tulosten tehokkaampaan viestintään. Hankekoordinaatiossa tulee varmistaa resurssien optimaalinen käyttö sekä varmistaa, etteivät hankkeet ole päällekkäisiä. Matkailuhankkeiden koordinaation koetaan mahdollistavan jo todistettujen hyvien käytäntöjen monistamisen ja tehokkaamman käyttöönoton eri alueilla.

Kotimaanmatkailun kehittämistyöpajojen jatkumo

Kehittämistyöpajojen keskusteluissa todettiin, että pandemia-aika on muuttanut kotimaanmatkailua merkittävästi, ja nämä opit tulee hyödyntää tulevaisuuden kotimaanmatkailun kehittämisessä ja ennakoinnissa samalla valmistautuen mahdollisiin tuleviin yllättäviin toimintaympäristön muutoksiin.

Kotimaanmatkailun kehittämistyöpajojen jatkosta vastaanotettiin useita toiveita. Lopukyselyssä pyrittiin selvittämään tarkemmin minkälaisia työpajoja matkailuelinkeinon

parissa erityisesti kaivataan, sillä erilaisia matkailun kehittämistyöpajoja on jo nyt tarjolla eri puolilla Suomea monipuolisesti. Loppukyselyn (liite 12) vastauksissa kotimaanmatkailun kansallisen koordinaatiotahon vastuu valtakunnallisten kehittämistyöpajojen järjestämisessä korostui, vaikka potentiaalisiksi vastuutahoiksi nostettiin myös muita toimijoita. Osallistujien palautteiden pohjalta voidaan todeta, että valtakunnallisissa toteutuksissa on laajempi verkottumis- ja ristiinoppimismahdollisuus kuin pienemmissä alueellisissa tai toimialakohtaisissa työpajoissa. Mahdollinen kotimaanmatkailun kansallinen koordinaatiotaho voidaan nähdä luonnollisena vastuutahona säännöllisten valtakunnallisten kehittämistyöpajojen tai yhteistyökeskustelufoorumien järjestäjänä.

Tuotekehittäminen ja digitaalisen osaamisen vahvistaminen erikseen kotimaisille ja kansainvälisille matkailijoille ei ole kaikilta osin resurssiviisasta. Jo olemassa olevien toimintamallien ja työkalujen pohjalta tulee laadukkaan, vastuullisen ja ympärivuotisen tuotetarjonnan kehittämistä jatkaa. Kotimaanmatkailun ja asiakkaiden tarpeiden huomioimisessa erilaisissa valmennuksissa voidaan ottaa mallia Visit Finlandin toimintamallista.

Kotimaanmatkailun laadun kehittäminen

Valtakunnallinen kotimaanmatkailun laatukäsikirja jakoi osallistujien näkemyksiä, mutta se nähtiin tästä huolimatta edelleen toimivana vaihtoehtona yritysten osaamisen kehittämiseksi ja kotimaanmatkailun hintamielikuvan parantamiseksi.

Liitteestä 12 työpajasarjan loppukyselyyn vastanneiden vastauksista nähdään, että mahdollisen kotimaanmatkailun koordinaatiotahon tehtäväksi tulisi vastata laatukäsikirjan luomisesta ylläpitämisen roolin jakautuessa tasaisemmin myös muille toimijoille. Laatukäsikirjan luomisessa vastauksissa ja keskusteluissa korostui jo olemassa olevien käsikirjojen hyödyntäminen ja laaja yhteistyö eri toimijoiden kanssa.

5 Pohdinta

Työpajat toteutettiin keskellä pandemia-aikaa, jonka vaikutus näkyi työpajojen keskusteluissa korona-ajan kokemuksista sekä epävarmuudesta tulevaisuuden suhteen. Koronapandemian ja erityisesti kokoontumisrajoitusten lieventyessä fyysisten ja hybriditapahtumien tarjonnan lisääntyminen jo aiemmin suuren webinaaritarjonnan lisäksi koettiin vaikuttaneen työpajoihin osallistumiseen. Lisäksi matkailu piristyi syys-lokakuussa ja samanaikaisesti työvoiman saatavuudessa oli alueellisia haasteita, jotka vaikuttivat erityisesti matkailuyritysten edustajien mahdollisuuksiin osallistua useaan kehittämistyöpajaan.

Matkailualan yrityksiä olisi mahtunut mukaan kehittämistyöpajoihin enemmänkin. Työpajoihin ilmoittautuneita oli alkusyksystä lähes 200 henkilöä, eikä voimakasta lisämarkkinointia tämän vuoksi koettu tarpeelliseksi, sillä ryhmätyöskentelyn järjestäminen toimivasti webinaariympäristössä valitulla tekniikalla olisi noussut haasteeksi. Kun työpajojen 3-5 osallistujamäärät jäivät noin 60 prosenttiin ilmoittautuneista, todettiin, että työpajojen markkinointia yrittäjille olisi voitu jatkaa aktiivisemmin koko syksyn ajan. Odotettua vähäisemmästä osallistujamäärästä huolimatta työpajasarjan koettiin onnistuneen ja sen tavoitteiden toteutuneen.

Osallistujien aktiivisuus ja sitoutuminen työskentelyyn kertoo toteuttajien näkökulmasta alan toimijoiden innokkuudesta kehittää kotimaanmatkailua. Osallistujien palaute työpajojen toteutuksesta oli valtaosin hyvää, ja osallistujat toivoivat vastaavia kotimaanmatkailun kehittämistyöpajoja järjestettävän myös jatkossa. Osallistujien taustat olivat hyvin vaihtelevia lähtien alueorganisaatioiden pitkäaikaisista konkareista aina lyhyen aikaa mikroyrittäjinä toimineisiin, joten osaamisen erilainen lähtötaso toi ajoittain haasteita työpajasisältöjen kohdentamiseen. Kehittämistyöpajojen osallistujien laaja alue- ja toimialaedustus toimivat erityisen hyvin työpajojen 1 ja 2 yhteistyö- ja koordinaatiokeskusteluissa, joissa saatiin kattavasti erilaisia mielipiteitä työpajoihin osallistuneilta. Osallistujien palautteissa mainittiin heidän verkostojensa, osaamisensa ja ymmärryksensä lisääntyneen kehittämistyöpajojen myötä, mikä kuvasti työpajojen onnistumista.

Tarve kotimaanmatkailun kansalliselle koordinaatiolle on olemassa, ja kotimaanmatkailun arvostuksen nostamiseen, viestintään ja kehittämiseen kaivataan selkeää tukea. Keskustelujen pohjalta todettiin, että olemassa olevaa tietotaitoa tulee hyödyntää ja jalostaa paremmin kotimaanmatkailun kehittämiseen sopivaksi. Työpajoissa ei kuitenkaan tunnistettu yhtä selkeää kotimaanmatkailun kansallista koordinaatiotahoa, vaikkakin laajasti oltiin samaa mieltä, että toimijan tulee olla Visit Finlandin kaltainen "Visit Kotimaa" -toimija.

Tiedonkulun tärkeys korostui keskusteluissa. Kansalliseen viestintään kaivataan selkeyttä, ja tiedon pirstaleisuudesta liian monissa eri kanavissa tulee päästä eroon. Kotimaanmatkailun yhteisen työskentelyalustan hyödyntäminen nähtiin kannattavaksi. Esimerkiksi monelle matkailualan toimijalle entuudestaan tuttu Howspace-alusta on jo käytössä usealla matkailualueella, minkä lisäksi myös Visit Finland hyödyntää alustaa omassa työssään. Tutun alustan hyödyntäminen kotimaanmatkailun ja kansallisen koordinaation viestinnässä voisi tuoda mahdollisia synergiaetuja. Tuttu yhteistyöalusta olisi myös voinut tehostaa työpajojen toteutusta ja informaation kulkua osallistujille.

Kotimaanmatkailun yhteistyön kehittäminen yli aluerajojen, pandemia-ajan oppien hyödyntäminen kotimaanmatkailun kehittämisessä sekä ympärivuotisuuden edistäminen luovat hyvän pohjan kotimaanmatkailun kehittämisen edistämiseksi ja matkailualan merkityksen vahvistamiselle osana Suomen taloutta ja hyvinvointia.

Työpajojen ryhmätöiden keskusteluissa rakentui selkeitä kehitysehdotuksia tuotteiden ja palveluiden edelleen jalostamiseen ja kehittämiseen tunnistetuille kohderyhmille. Kansallisuistot, luonto- ja pyörämatkailu ja muut aktiviteetit ovat pandemian myötä tavoitaneet paljon uusia asiakasryhmiä. Näiden palveluiden kehittäminen edelleen voi tuoda nämä uudet kohderyhmät kanta-asiakkaiksi kotimaan matkakohteisiin. Olemassa olevien tuotteiden ja palveluiden jatkojalostaminen hyödyntäen asiakaspalautteita sekä uusien, hyvän hinta-laatusuhteen tuotteiden ja konseptien kehittäminen ovat monilla yrityksillä vielä työvaiheessa. Asiakkaan hintamielikuvan parantamiseksi tarvitaan monissa yrityksissä vielä kehitystyötä. Toimijoiden väliset erot ovat huomattavat ja tieto kehittämisen tukena, kuten asiakaspalautteen seuraaminen osoittavat tarkemmin, mitä kunkin palveluntarjoajan tuotteissa tai palveluissa tulee kehittää – vai ovatko tuote, palvelu ja laatu jo huippuun hiottuja. Selkeä konsepti, kärkituote- ja pääkohderyhmä-ajattelu sekä viestinnän johdonmukaisuus auttavat selkeyttämään toimintaa. Elämyksellisen brändinhallinnan avulla palvelutarjoama kirkastuu niin matkailuyrittäjälle kuin asiakkaalle.

Monikanavaisuus korostuu digitaalisen löydettävyyden ja ostettavuuden kehittämisessä. Eri asiakasryhmät tavoitetaan eri kanavista, jolloin on tärkeää tietää, ketä tavoitellaan ja rakentaa työkalut sen mukaan. Kanavavalinnoissa tulee huomioida, mistä asiakaskohderyhmät tällä hetkellä varauksia tekevät sekä yrityksen oman toiminnanohjaus- ja varausjärjestelmän yhteensopivuus ja kokonaiskustannukset automatisaation hyötyihin nähden. On hyvä muistaa, että pelkän varauskanavan rakentaminen ei vielä ole tae kaupasta vaan jokainen alusta vaatii panostusta markkinointiin.

Tiedolla johtamisen ansaintalogiikka keskittyy palvelualan pitkäjänteiseen ja vastuulliseen kehittämiseen ja johtamiseen, ja sitä tulee edistää alalla. Tämä laaja kokonaisuus tulee purkaa selkeämpiin ymmärrettäviin kokonaisuuksiin ja tiedolla johtamisen ansaintalogiikan opit pitää mukana toiminnan eri vaiheissa osana kokonaisuutta.

Liitteet

Liite 1. Kotimaanmatkailun kehittämistyöpajojen ohjelmat

2.9.2021 Työpajan ohjelma

Yhdessä enemmän - kansallinen yhteistyö aluetoimijoille ja -organisaatioille

10:00	Tervetuloa Johdatus päivän aiheisiin, Ida Honkanen, Työ- ja elinkeinoministeriö Yhdessä enemmän – kansallinen yhteistyö, Hanna Lak, Supervoimat.net Yhdessä enemmän – onnistumisten monistaminen, Mats Lindfors, Ruka-Kuusamo Matkailu ry
11:30	Lounastauko
12:30	Yhdessä enemmän – nopeammin, korkeammalle, voimakkaammin, Hanna Pitkänen, Mielitreffit Ennakkokyselyn tulokset ja ryhmätyöskentelyn ohjeistus, Supervoimat.net
13:30	Ryhmätyöskentely ja iltapäivän tauko
15:15	Työpajojen ryhmätöiden purku
16:00	Työpajan päätös

27.9.2021 Työpajan ohjelma

Yhdessä enemmän - kansallinen yhteistyö matkailupalveluiden tarjoajille

10:00	Tervetuloa Johdatus päivän aiheisiin, Ida Honkanen, Työ- ja elinkeinoministeriö Yhdessä enemmän – kansallinen yhteistyö, Hanna Lak, Supervoimat.net Yhdessä enemmän – onnistumisten monistaminen, Mats Lindfors, Ruka-Kuusamo Matkailu ry
11:30	Lounastauko
12:30	Yhdessä enemmän – nopeammin, korkeammalle, voimakkaammin, Hanna Pitkänen, Mielitreffit Ennakkokyselyn tulokset ja ryhmätyöskentelyn ohjeistus, Supervoimat.net
13:30	Ryhmätyöskentely ja iltapäivän tauko
15:15	Työpajojen ryhmätöiden purku
16:00	Työpajan päätös

15.10.2021 Työpajan ohjelma Tiedolla johdettu elämyksellinen tarjonta

10:00	Tervetuloa ja johdatus päivän aiheisiin Hupimestarit ainutlaatuisten elämysten menestyksen takana, Sivi Purmonen / Linnanmäki Tunnista oman yrityksen tuotteiden ja palveluiden sopivuus kotimaan kohderyhmille
12:00	Lounastauko
13:00	Kotimaan kohderyhmien saavutettavuus ja jakelukanavat Kotimaan pakettimatkojen asiakaslähtöinen kehittäminen ja haasteet, Lauri Laakso / Matkapojat Luo elämyksellisten, erottuvien ja vastuullisten tuotteiden asiakaspolku
14:30	Tauko
14:40	Asiakas- ja kysyntälähtöiset hinnoittelumallit Tiedolla johtamisen ansaintalogiikka Ympärivuotisen kysynnän ohjaaminen
16:00	Työpajan päätös

2.11.2021 Työpajan ohjelma Brändi ja markkinointi

10:00	Tervetuloa ja johdatus päivän aiheisiin Brändin kirkastaminen ja elämyksellisen ja erottautuvan ydintarinan jalkauttaminen, vastuullisuusnäkökulma huomioiden Brändinhallinta, Johanna Jäkälä / VR Group
11:30	Lounastauko
12:30	Digitaalinen ostettavuus ja löydettävyys sekä kanavahallinta Rajapinnat Helsingin matkailun edistämisessä, Jukka Punamäki / Helsingin Kaupunki Ryhmätyöskentely
14:30	Tauko
14:40	Strateginen matkailumarkkinointisuunnitelma ja asiakaspolku Miten kotimaanmatkailu säilytetään kilpailukyisenä? Hannu Komu / Suoma ry Kotimaanmatkailun huomioarvon hyödyntäminen Kotimaanmatkailun hintamielikuvan muuttaminen
16:00	Työpajan päätös

9.11.2021 Työpajan ohjelma

Saavutettavuus

10:00	Tervetuloa ja johdatus päivän aiheisiin Digitaaliset matkaketjut, Janne Jakola, Tuomo Kinnunen, Matkahuolto
11:30	Lounastauko
12:30	Tavoitteena digitaalisen saavutettavuuden parantaminen Esteettömyys osana saavutettavuutta, Sanna Kalmari, Palmuasema Ryhmätyöskentely
14:30	Tauko
14:40	Tavoitteena ympärivuotisen saavutettavuuden kehittäminen FIT ME! -hanke: kohti vaivatonta kestävästä yksilömatkailusta, Toni Lusikka, VTT Yhteenveto: Alueellinen yhteistyö ja kansallinen koordinaatio tulevaisuudessa
16:00	Työpajasarjan päätös

Liite 2. Ennakkokysely – TEM kotimaanmatkailun työpaja 2.9.2021

Avoimet kysymykset

Mikä kotimaanmatkailun yhteistyössä toimii hyvin tänä päivänä?

Mitkä ovat kotimaanmatkailun yhteistyön tärkeimmät kehitystarpeet?

Miten kotimaanmatkailun yhteistyön kehittämistä lähdetään viemään eteenpäin?

Mitä toimijoita tulee olla mukana kotimaanmatkailun kansallisessa yhteistyössä ja sen johtamisessa?

Mitkä ovat alueenne matkailun kehittämisen tavoitteet ja teemat?

Liite 3. TEM kotimaanmatkailun työpaja 1 – ryhmätyöskentely

Avoimet kysymykset

Mikä kotimaanmatkailun yhteistyössä toimii hyvin tänä päivänä?

Mitkä ovat kotimaanmatkailun yhteistyön tärkeimmät kehitystarpeet?

Miten kotimaanmatkailun yhteistyön kehittämistä lähdetään viemään eteenpäin?

Mitä toimijoita tulee olla mukana kotimaanmatkailun kansallisessa yhteistyössä ja sen johtamisessa?

Ryhmän keskusteluissa muita esiin nousseita aiheita kotimaanmatkailun kehittämisestä

Liite 4. Ennakkokysely – TEM kotimaanmatkailun työpaja 27.9.2021

Avoimet kysymykset

Mikä kotimaanmatkailun yhteistyössä toimii hyvin tänä päivänä?

Mitkä ovat kotimaanmatkailun yhteistyön tärkeimmät kehitystarpeet?

Miten kotimaanmatkailun yhteistyön kehittämistä lähdetään viemään eteenpäin?

Mitä toimijoita tulee olla mukana kotimaanmatkailun kansallisessa yhteistyössä ja sen johtamisessa?

Mitkä ovat yrityksenne matkailun kehittämisen tavoitteet ja teemat?

Liite 5. TEM kotimaanmatkailun työpaja 2 – ryhmätyöskentely

Avoimet kysymykset

Mikä kotimaanmatkailun yhteistyössä toimii hyvin tänä päivänä?

Mitkä ovat kotimaanmatkailun yhteistyön tärkeimmät kehitystarpeet?

Miten kotimaanmatkailun yhteistyön kehittämistä lähdetään viemään eteenpäin?

Mitä toimijoita tulee olla mukana kotimaanmatkailun kansallisessa yhteistyössä ja sen johtamisessa?

Ryhmän keskusteluissa muita esiin nousseita aiheita kotimaanmatkailun kehittämisestä

Liite 6. Ennakkokysely – TEM kotimaanmatkailun työpaja 15.10.2021

Q1. Yrityksemme/organisaatiomme seuraa

Vuosittain / muutaman kerran vuodessa / kuukausittain / viikottain / päivittäin

Alueemme matkailutulotutkimuksia

Alamme tilastoja ja trendejä

Yrityksemme myyntiä

Yrityksemme asiakasmääriä

Yrityksemme tuloslaskelmaa

Yrityksemme asiakaspalautteita

Q2. Yrityksemme päätoimiala on (Matkailutilinpidon toimialaluokitus)

Hotelli- ja muu majoitustoiminta	Kulkuneuvojen vuokraus
Ravitsemustoiminta	Urheilu- ja virkistyspalvelut
Vapaa-ajan asuntopalvelut	Kulttuuripalvelut
Lentoliikenteen henkilökuljetus	Matkatoimistot ym.
Tieliikenteen henkilökuljetus	Muut toimialat
Rautateiden henkilökuljetus	Muu (kerro tarkemmin)
Vesiliikenteen henkilökuljetus	

Q3. Yrityksemme on kiinnostunut kehittämään palveluita

Tarjoamme jo palveluita ja haluamme kehittää lisää / Olemme kiinnostuneita / Emme ole kiinnostuneita / palvelumme ei sovellu

Kaupunkilomailloille	Kyläilijöille ja mökkeilijöille
Aktiivilomailloille	Pakettimatkaajille
Nautiskelijoille	Etätyöntekijöille
Kulttuurista ja luonnosta nauttiville	

Q4. Yrityksellämme on käytössä seuraavia hintoja/hinnoittelumalleja

Hinnasto/hinnoittelu on käytössä / Kiinnostava malli, ei käytössä vielä / En tiedä mitä termi tarkoittaa / N/A - Hinnoittelumalli ei kiinnosta/sovellu

Dynaaminen hinnoittelu	MICE/kokous- ja kongressihinnasto
Listahinnasto "räkkihinnasto"	Penetraatiohinnoittelu
Yrityssopimushinnat	Kermankuorintahinnoittelu
Matkatoimistojen sopimushinnat	Psykologinen hinnoittelu
Ryhmähinnasto	Tarjoushinnoittelu
FIT sopimushinnasto	Ennakkovaraajan etuhinnat
Nettohinnasto	Takuuhinnoittelu
Bulkkihinnasto	

Q5. Myyntikommissio käytännöt

Annamme nettohinnat matkanjärjestäjille/yhteistyökumppaneille

Maksamme komissiota matkatoimistoille/-järjestäjille/yhteistyökumppaneille

Emme maksa komissioita

Muu (kerro tarkemmin)

Liite 7. Ennakkokysely – TEM kotimaanmatkailun työpaja 2.11.2021**Q1. Yrityksemme/organisaatiomme seuraa****Vuosittain / muutaman kerran vuodessa / kuukausittain / viikottain / päivittäin**

Web-analytiikkaa (esim. Google Analytics)

Google Ads -analytiikkaa

Toiminnanohjaus/kassajärjestelmän analytiikkaa (mm. myyntiraportit)

Verkkokaupan/varausjärjestelmän analytiikkaa (jos eri kuin ed. myyntiraportit)

Kärkituotemyyntiä

Varauskanavien voluumeja, myyntejä ja tuottoja

Markkinointibudjettia

Vuosikelloa

Q2. Yrityksemme/organisaatiomme markkinoinnin/myynnin työkaluihin kuuluu

Brändiohjeistus

Ydintarina

Kanavahallintajärjestelmä

Facebook Business Manager

LinkedIn Campaign Manager

Google Ads

Pre arrival -viestintä (ennakkoviestintä/lisämyynti)

Visit Finlandin alueellinen brändilupaus ja vetovoimatekijät

Visit Finlandin Datahub

Q3. Analysoitteko jokaisen mainoskampanjan datan ja tulokset

Kyllä

Ei

Muu (kerro tarkemmin)

Q4. Onko yrityksellänne/tuotteellanne

Konsepti

Kärkituote/tuotteita

Pääkohderyhmä/ryhmiä

Vastuullisuusstrategia

Q5. Yrityksemme markkinointipanostukset kohdistuvat seuraaville kohderyhmille (valitse tärkeimmät)

Kaupunkilomailijoille

Aktiivilomailijoille

Nautiskelijoille

Kulttuurista ja luonnosta nauttiville

Kyläilijöille ja mökkeilijöille

Pakettimatkaajille

Etätyöntekijöille

Ei mikään yllä olevista / ei kuulu toimintaamme

Q6. Yrityksemme päätoimiala on (Matkailutilinpidon toimialaluokitus)

Hotelli- ja muu majoitustoiminta

Kulkuneuvojen vuokraus

Ravitsemustoiminta

Urheilu- ja virkistyspalvelut

Vapaa-ajan asuntopalvelut

Kulttuuripalvelut

Lentoliikenteen henkilökuljetus

Matkatoimistot ym.

Tieliikenteen henkilökuljetus

Muut toimialat

Rautateiden henkilökuljetus

Muu (kerro tarkemmin)

Vesiliikenteen henkilökuljetus

Liite 8. TEM kotimaanmatkailun työpaja 2.11. – ryhmätyöskentely

Avoimet kysymykset

Q1. Ryhmänumeronne (valitse 1-9)

Q2. Miten kansallisen koordinaation tulee tukea kotimaanmatkailun kohderyhmien markkinointia, digitaalista löydettävyyttä ja ostettavuutta?

Q3. Minkälaista laatukäsikirjaa kotimaanmatkailun kehittämiseksi tarvitaan?

Q4. Mitä kansallisia mittareita kotimaanmatkailussa tulee olla?

Q5. Ryhmän keskusteluissa muita esiin nousseita aiheita kotimaanmatkailun kehittämisestä

Liite 9. Ennakkokysely – TEM kotimaanmatkailun työpaja 9.11.2021

Avoimet kysymykset

Q1. Mitkä ovat digitaalisen löydettävyyden ja ostettavuuden suurimmat haasteet organisaatiollenne?

Q2. Mitkä ovat fyysisen saavutettavuuden suurimmat haasteet asiakkaillenne?

Q3. Mitä tukea kaipaatte kansalliselta yhteistyöltä ja koordinaatiolta fyysisen ja digitaalisen löydettävyyden sekä saavutettavuuden kehittämiseksi?

Q4. Yrityksemme päätoimiala on (Matkailutilinpidon toimialaluokitus)

Hotelli- ja muu majoitustoiminta	Kulkuneuvojen vuokraus
Ravitsemustoiminta	Urheilu- ja virkistyspalvelut
Vapaa-ajan asuntopalvelut	Kulttuuripalvelut
Lentoliikenteen henkilökuljetus	Matkatoimistot ym.
Tieliikenteen henkilökuljetus	Muut toimialat
Rautateiden henkilökuljetus	Muu (kerro tarkemmin)
Vesiliikenteen henkilökuljetus	

Liite 10. TEM kotimaanmatkailun työpaja 9.11. – ryhmätyöskentely

Avoimet kysymykset

Q1. Ryhmänumeronne (valitse 1-9)

Q2. Miten kansallisessa koordinaatiossa voidaan pienentää alueellisia eroja saavutettavuuden ja liikenneyhteyksien haasteissa? Mitkä haasteet ovat kansallisia, mitkä alueellisia?

Q3. Mitä mahdollisia yhteisiä markkinointi- ja jakelukanavia kotimaanmatkailussa tulee olla ja kuka niistä vastaa? Esim. tuleeko eri matkailutuotteiden olla varattavissa samalta sivustolta? Mitä ovat alueelliset tarpeet matkaketjujen parantamiseksi?

Q4. Miten alueiden vetovoimatekijöitä hyödynnetään ympärivuotisesti? Minkälaisia toimia tarvitaan ympärivuotisen kysynnän ohjaamiseen ja kapasiteetin hallintaan kotimaanmatkailun kehittämiseksi? Yritysten / matkanjärjestäjien / alueiden tarpeet

Q5. Ryhmän keskusteluissa muita esiin nousseita aiheita kotimaanmatkailun kehittämisestä

Liite 11. Kotimaanmatkailun kehittämistyöpajasarjan loppukysely

Q1. Yrityksemme päätoimiala on

Hotelli- ja muu majoitustoiminta	Urheilu- ja virkistyspalvelut
Ravitsemistoiminta	Kulttuuripalvelut
Vapaa-ajan asuntopalvelut	Matkatoimistot ja matkanjärjestäjät
Lentoliikenteen henkilökuljetus	Muut toimialat
Tieliikenteen henkilökuljetus	Edustan alue- tai hankeorganisaatiota
Rautateiden henkilökuljetus	Edustan koulutusorganisaatiota
Vesiliikenteen henkilökuljetus	Muu (kerro tarkemmin)
Kulkuneuvojen vuokraus	

Q2. Minkä toimijan vastuulla työpajoissa nousseiden kehittämistarpeiden tulee ensisijaisesti olla? Valitse Matkailualan yritykset / Matkailualan yhdistykset ja järjestöt / Alueorganisaatio (Visit- ja kehitysorganisaatiot, kaupungit/kunnat) / Matkailuhankkeet / Hankerahoittajat / Kansallinen koordinaatiotaho / En osaa sanoa

Vetovoimatekijöiden ja ominaispiirteiden hyödyntäminen matkailun kehittämisessä	Hinta-laatusuhteen kehittäminen
Kotimaanmatkailun hintamielikuvan muuttaminen	Tuotteen/palvelun konseptointi
Ympärivuotisen tarjonnan kehittäminen	Tuotteen/palvelun tuotekehitys eri kohderyhmille
Ympärivuotisen kysynnän kehittäminen	Kotimaanmatkailun brändin kehittäminen
Asiakaskokemuksen parantaminen	

Q3. Minkä toimijan vastuulla työpajoissa nousseiden kehittämistarpeiden tulee ensisijaisesti olla? Valitse Matkailualan yritykset / Matkailualan yhdistykset ja järjestöt / Alueorganisaatio (Visit- ja kehitysorganisaatiot, kaupungit/kunnat) / Matkailuhankkeet / Hankerahoittajat / Kansallinen koordinaatiotaho / En osaa sanoa

Fyysisen saavutettavuuden ja matkaketjujen kehittäminen	Matkailu- ja tapahtumatoimialan edunvalvonta
Digitaalisen saavutettavuuden, löydettävyyden ja ostettavuuden kehittäminen	Laatukäsikirjan laatiminen
Verkostojen rakentaminen ja ylläpitäminen	Laatukäsikirjan ylläpito
Matkailuhankkeiden koordinointi	
Matkailuhankkeiden tulosten jalkauttaminen ja seuranta hankkeen päätyttyä	

Q4. Miten tärkeänä koet kansallisen koordinaatiotahon roolin työpajoissa esiin nousseissa viestinnän osa-alueissa? Arvioi asteikolla ”Merkityksetön – Melko merkityksetön – Tärkeä - Erittäin tärkeä”

Yhteistä viestintää alan tärkeydestä medialle
Yhteistä viestintää alan erityispiirteistä julkishallinnolle
Matkailualan aiheiden ja ajankohtaisten asioiden tiedottaminen verkkosivulla
Matkailualan aiheiden ja ajankohtaisten asioiden tiedottaminen interaktiivisella yhteistyöalustalla

Q5. Syksyn palautteista ilmeni halu vastaavien kehittämistyöpajojen jatkolle, miten ja kenen toimesta kotimaanmatkailun kehittäminen tulisi jatkossa järjestää? (voit valita useita vaihtoehtoja)

Valitse Matkailualan yritykset / Matkailualan yhdistykset ja järjestöt / Alueorganisaatio (Visit- ja kehitysorganisaatiot, kaupungit/kunnat) / Matkailuhankkeet / Koulutusorganisaatio - ja oppilaitokset / Kaupalliset toimijat / Kansallinen koordinaatitaho

Alueellisissa työpajoissa	Alueellisissa koulutuksissa
Valtakunnallisissa työpajoissa	Valtakunnallisissa koulutuksissa
Toimialakohtaisissa työpajoissa alueellisesti	Toimialakohtaisissa koulutuksissa alueellisesti
Toimialakohtaisissa työpajoissa valtakunnallisesti	Toimialakohtaisissa koulutuksissa valtakunnallisesti
Tutkimukset ja selvitykset	Yritysten verkostoitumistilaisuuksissa

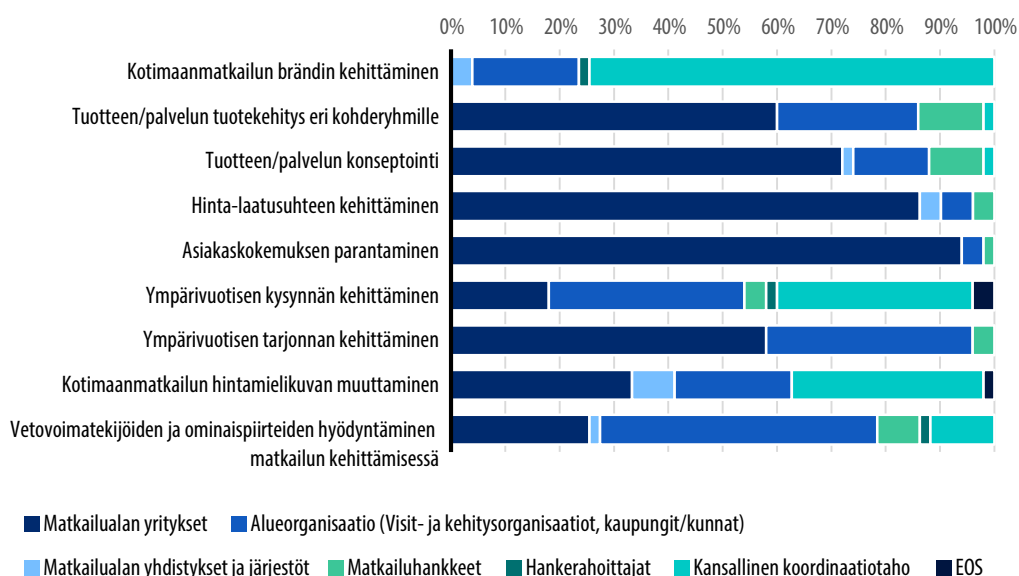
Q6. Ammatillinen verkostoni kasvoi kotimaanmatkailun kehittämistyöpajoissa.

Kyllä
Ei
En osallistunut työpajoihin

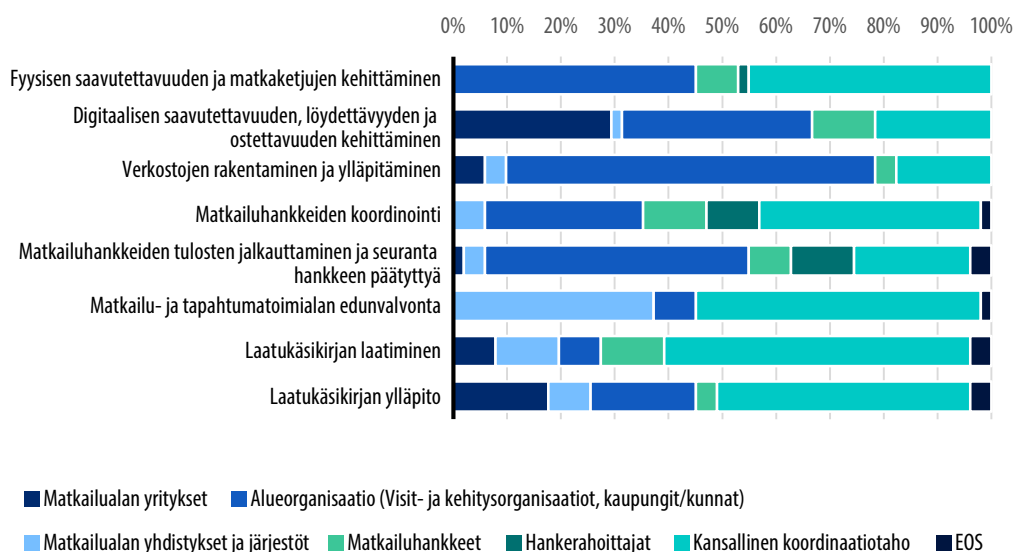
Q7. Muuta palautetta tai terveisiä kotimaanmatkailun jatkokehittämiseksi.

Liite 12. Kotimaanmatkailun kehittämistyöpajasarjan loppukyselyn vastauksia

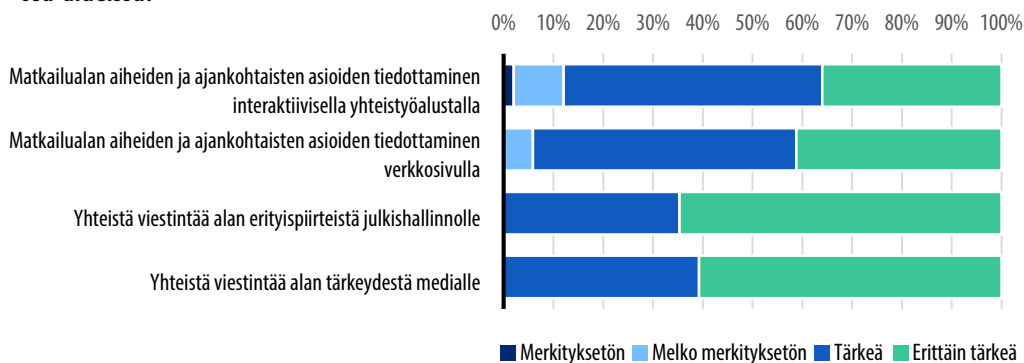
Minkä toimijan vastuulla työpajoissa nousseiden kehittämistarpeiden tulee ensisijaisesti olla?



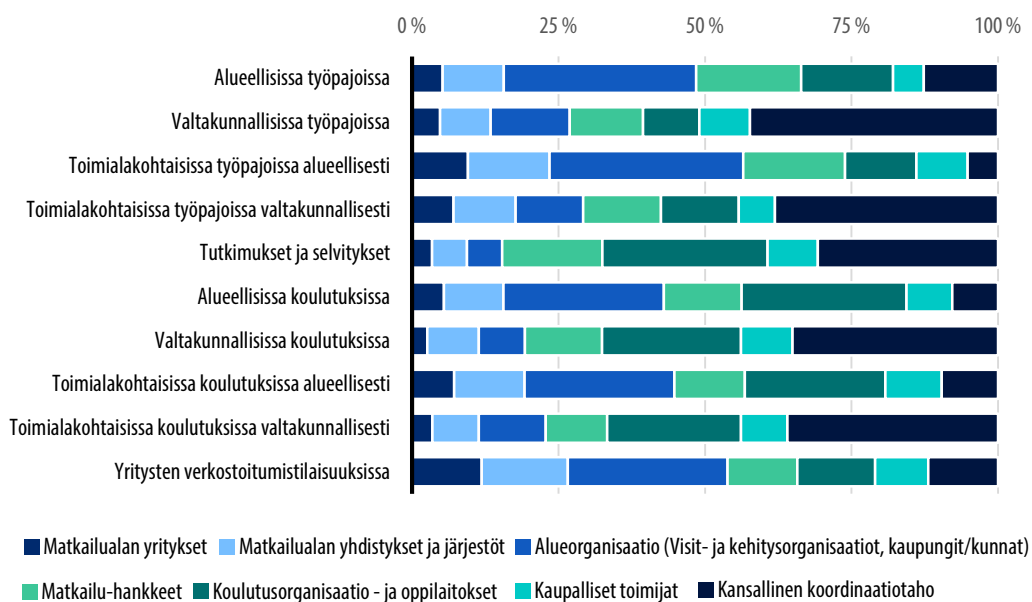
Minkä toimijan vastuulla työpajoissa nousseiden kehittämistarpeiden tulee ensisijaisesti olla?



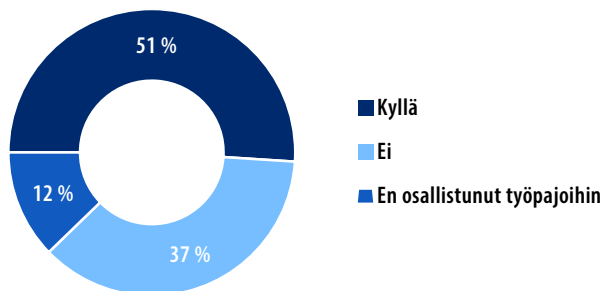
Miten tärkeänä koet kansallisen koordinaatiotahon roolin työpajoissa esiin nousseissa viestinnän osa-alueissa?



Miten ja kenen toimesta kotimaanmatkailun kehittäminen tulisi jatkossa järjestää?



Ammatillinen verkostoni kasvoi kotimaanmatkailun kehittämistyöpajoissa



Lähteet

- Aluehallintovirasto (2021). Digi kuuluu kaikille. Luettu 21.10.2021 osoitteesta: <https://www.saavutettavuusvaatimukset.fi/>
- Benchmarking Alliance (2021). When you need to know your market environment. Luettu 10.8.2021 osoitteesta: <https://www.benchmarkingalliance.com>
- Business Finland (2021a). Työkaluja turvallisuuteen. Luettu 4.10.2021 osoitteesta: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/tuotekehitys-ja-teemat/tyokaluja-turvallisuuteen>
- Business Finland (2021b). Lainsäädäntö Business Finlandin toiminta on tarkoin säänneltyä. Luettu 22.7.2021 osoitteesta: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/rahoitus/ohjeet-ehdot-ja-lomakkeet/lainsaadanto>
- Finlex (2021). Laki Innovaatorahoituskeskus Business Finlandista ja Business Finland -nimisestä osakeyhtiöstä. Luettu 22.7.2021 osoitteesta: <https://finlex.fi/fi/laki/alkup/2017/20171146>
- Honkanen, Sammalkangas, Satokangas (2021). Kotimaanmatkailun nykytila ja potentiaali – selvitys kohderyhmistä ja kehittämistoimista. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisu 2021:14. Luettu 16.6.2020 osoitteesta: https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/162882/TEM_2021_14.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Lak, Kivilahti, Järvenpää (2021) Matkailualan keskeiset toimijat, Yhdessä Enemmän – kansallinen yhteistyö, Kotimaanmatkailun kehittämistyöpajat, Työpaja 1 alustusmateriaali 16.6.2021
- Museotilasto (2021). Museotilasto - tilastohaku Luettu 21.7.2021 osoitteesta: <https://www.museotilasto.fi/>
- Nurmi Ossi (2021). Matkailutilinpito: Matkailun talous- ja työllisyysvaikutukset 2018–2019. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisu 2021:49. Luettu 8.9.2021 osoitteesta: <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/163395>
- Siteminder (2021). Showcase your property on all top performing booking channels. Luettu 19.10.2021 osoitteesta: <https://www.siteminder.com/channel-manager/>
- Tilastokeskus (2020) Liitetaulukko 18. Yöpymisen sisältäneitä matkoja tehneet 1–84-vuotiaat matkaryhmittäin vuonna 2019. Luettu 10.7.2021 osoitteesta: https://www.stat.fi/til/smat/2019/smat_2019_2020-06-11_tau_022_fi.html
- Työ- ja elinkeinoministeriö (2019). Selvitys kotimaanmatkailun kehittämistarpeista. Luettu 16.6.2020 osoitteesta: https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161636/34_19_Selvitys_kotimaanmatkailu.pdf?sequence=4&isAllowed=yzxczxc
- Visit Finland (2018). Matkailutilinpito: matkailun talous- ja työllisyysvaikutukset 2017–2018. Helsinki. Business Finland, Visit Finland. Visit Finland -tutkimuksia. Luettu 1.7.2021 osoitteesta: https://www.businessfinland.fi/493d39/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2020/matkailutilinpito_raportti_2017-2018.pdf

Verkkajulkaisu
ISSN 1797-3562
ISBN 978-952-327-939-1

Sähköinen versio: julkaisut.valtioneuvosto.fi
Julkaisumyynti: vnjulkaisumyynti.fi