

Yhteenvetoa VirKein- työpajoista

Henna Konu, Liisa Tyrväinen & Seija Tuulentie

VirKein: Uudet keinot metsä- ja vesialueiden kestävän virkistys- ja matkailukäytön kehittämiseksi ja turvaamiseksi (2016-2017)

Lokakuu 2017

Työpajojen osallistujat

	Kutsut	Ilmoittautuneet	Osallistujat	Osallistujien profiili	PVM
Lakeland (Savonlinna)	Kutsut lähetettiin alueellisten matkailuorganisaatioiden välityksellä sekä Metsähallituksen yhteistyöyrityksille	20	13	Yrityksiä 9, markkinointiorganisaatioita/kehittäjiä/julkisen sektorin edustajia 4, tutkimus/opetus 0	20.3.2017
Pääkaupunkiseutu (Helsinki)	Lähetetty OutdoorFinland yrityslistalle (Etelä-Suomi) sekä Metsähallituksen yhteistyöyrityksille	17	10	Yrityksiä 5, markkinointiorganisaatioita/kehittäjiä/julkisen sektorin edustajia 5, tutkimus/opetus 0	23.3.2017
Saaristo (Turku)	Lähetetty alueellisten matkailuorganisaatioiden kautta Turun seudulla sekä Metsähallituksen yhteistyöyrityksille	18	14	Yrityksiä 5, markkinointiorganisaatioita/kehittäjiä/julkisen sektorin edustajia 4, tutkimus/opetus 4, Muu 1	5.4.2017
Lappi (Rovaniemi)	Lähetetty yrityksille ja toimijoille, jotka ovat osallistuneet Lapin matkailuparlamenttiin sekä Metsähallituksen yhteistyöyrityksille	28	12	Yrityksiä 2, markkinointiorganisaatioita/kehittäjiä/julkisen sektorin edustajia 8, tutkimus/opetus 2	26.4.2017
	Osallistujien lisäksi kaikissa työpajoissa oli kolme fasilitaattoria ja kolme kirjuria.				

Aineiston yhteenveto ja analyysi

- Aineistona 57 sivua kirjoitettuja muistiinpanoja työpajoista + työpajoissa käytetyt suuret paperit
- Aineiston hyödyntäminen:
 1. Työpajakohdaiset raportit PP-muodossa (yhteenveto osallistujille)
 2. Kokoava yhteenveto kaikista työpajoista PP-muodossa
 3. Aineiston yhtenäinen analyysi loppuraportin toimenpide-ehdotusten pohjalle (ei erillistä julkaisua)

TUOTTEIDEN KEHITTÄMINEN

Näkemyksiä (luontomatkailun) tuotteista ja tuotteistamisesta

- Elämyksellisyyden korostaminen ja esille tuominen
 - Kulttuurinen ymmärrys elämyksellisten tuotteiden tarjonnan ja kehittämisen taustalla; elävöittäminen
- Opastetut retket
 - Erityisesti ulkomaalaisille. Voivat muuten kokea luonnon pelottavana.
 - Osallistuminen ja muistot (esim. villiruoan kerääminen ja valmistus)
- Luontoon liittyvät tapahtumat
- Reitit – paketoinnit (teema)reittien ympärille, valmiiden reittien hyödyntäminen
- Ympärivuotisuuden edistäminen: vuodenaikatuotteet (neljän vuodenajan mukaan, all-year-round paketit (vuodenajalla ei merkitystä), sulanmaan/avoveden vs. lumiajan/jään paketteja → Toimisi järviolueella
- Kestävyys mukana tuotteissa keskeisenä arvona

Tunnistettut resurssit tuotekehitystä ajatellen

- Viileä kesä
- Arktisuus
- Pimeät paikat (ilman valosaastetta), valoisat yöt, auringon nousut ja laskut, revontulet
- Erilaisten sääolosuhteiden hyödyntäminen
- Arkipäivän Suomi on vetovoimainen: pihasauna, mustikat, puhdas vesisade, paikallinen kulttuuri
- Alkuperäiseläimet ja –kasvit, perinnebiotoopit
- Vesistöt ja jää; rannat
- Suot
- Metsät (erilaiset metsäympäristöt)
- Sauna
- Aineeton kulttuuriperintö (esim. saamelaisuus, tarinat, arjen tavat ja käytännöt, suomalaiset arvot)
- Historia (sotahistoria, muinaismuistot)
- Alueille ominaiset kulttuuriresurssit (esim. kalamajat, kylät, majakat)
- Luonnontuotteiden hyödyntäminen
- Itäraja
- Luonnon terveysvaikutukset
- Hiljaisuus
- Matkailuinfra: mökit, panimot, ravintolat

Tuotteet – yhteisiä teemoja

- Luonto ja aktiviteetit luonnossa/luontoon liittyen
- Ruokamatkailu
- Historia ja kulttuuri
- Hiljaisuusmatkailu/Slow
- Hyvinvointi ja terveys
- Vapaaehtoismatkailu
- Uuden oppiminen ja luontoympäristö opetuksessa
- Kokousmatkailu
- Reitit ja kiertomatkat
- ”Sivutuotteet”/lisäpalvelut

Luontoresurssiin pohjautuvat tuotteet ja aktiviteetit

- Suomatkailu: suot matkakohteina → erilainen ympäristö
 - Suojalkapallojoukkueet; umpihankijalkapalloa; tapahtumaluontomatkailua; suon terveysvaikutukset, elämykset, marjat, haasteet, seikkailut
- Pimeät paikat: pimeyden mahdollistamat tuotteet
 - Valokuvaus (revontulet), tähtien tunnistaminen
- Lintumatkailutuotteet
 - Lajilistat, safarit
- Luonto toimintaympäristönä
 - Pikkulasten luontopaikat: lasten hoplop ulos metsään
 - Juhlapalvelut ulos luontoon
 - Paljasjalkapolut
- Vesistömatkailu (yhdistettynä aktiviteetteihin)
 - risteilymatkailu, vuokraveneilyn kehittäminen
 - uudet tuotteet sula-aika/jää (esim. jääreunamelonta, suplautailu, yömelonta, kuivapukukellunta, wakeboarding, sukellus, potkukelkkailu)

Luonto ja aktiviteetit luonnossa/luontoon liittyen

- Luontovalokuvauksen tuotteistaminen
 - digitaalisia karttoja, missä voi nähdä mitäkin ja kuvata
- Kalastus ja metsästys
 - Metsästyskurssi naisille ja sellaisille, joilla ei aiempaa kokemusta
 - Paikalliskulttuurin hyödyntäminen esim. talvikalastuksessa on mahdollista.
- Aktiviteettimatkailu
 - Retkipyöräily ja maastopyöräily, talvipyöräily, sähköpyöräily
 - Pyörämatkailu → Pyörämatkailun Euroreitit hyödyntäminen (merkitseminen)
 - Maastopyöräreitit ja esim. rinteiden hyödyntäminen kesällä
 - Ratsastusmatkailu
 - Lumikenkäily, geokätköily
 - Experience selviytyminen, survival-paketit
 - Hankihiihto, kuutamohiihto, pilkkiminen

Historia ja kulttuuri

- Luonnon ja kulttuurin yhdistäminen (paikallisiin ihmisiin ja elämään tutustuminen, aineeton kulttuuriperintö ja tarinat, suomalaisten arvot)
 - Paikalliseen elämäntapaan liittyvät tuotteet; Saamelaisuus: esim. kuka tekee käsitöitä, miten paikalliset elää
 - Suomalaisten arkeen perustuvia matkailupaketteja
 - Maatalon elämän tuotteistaminen → Matka maalle –sivusto; Päivä mummolassa: kasvimaata, mustikkapiirakkaa ym.; Päivä ammattikalastajan seurassa
 - Vanhojen pihapiirien ja perinteiden hyödyntäminen (rieskan teko, sauna ja saunottaminen, kyläkävelyt ja historian esille tuominen) → Yhteistyö paikallisten toimijoiden kanssa (esim. kylätoimikunnat)
 - ”Aikamatkat” menneisyyteen
- Kylämatkailu
 - Yhdistäminen erilaisiin reitteihin: maastopyöräreitit, vaellusreitit (liikkuminen päivärepun kanssa, nukkuminen lakanoissa ja syödään kunnolla); Maalaispyöräily: paikalliseen elämään tutustuminen pyörällä
 - Vetovoimatekijöinä kaunis ympäristö (talot), mahdollisuus asua kyläläisten keskuudessa (tyhjiä talojen hyödyntäminen). Kylien elinvoimaisuuden parantaminen ja resurssien ylläpito (huoltomiehelle töitä → talonmiespalvelut).
- Osallistavat palvelut
 - Poroerotus, huskyt, lammaspaimenena olo

Hiljaisuusmatkailu

- Edelleen alihyödynnetty resurssi
- Teemaan liittyviä tuotteita
 - Meditointi
 - Digipaasto
 - Metsäretket ja ”metsäkylvyt”
 - Mennään luontoon olemaan hiljaa
- Kohderyhmänä stressaantuneet kaupunkilaiset (burn outin partaalla olevat)
 - Tarjotaan räätälöity loma: ohjattua luontoliikuntaa/liikuntaa tehdyn ohjelman mukaan, luontoavusteinen terapia, yrtit, uni, digidetox. Hyödynnetään monipuolisesti luonnon antimia.
- Hyvä uni tuotteena
 - Puhdas ilma + liikunta, nukkuminen ulkona (vrt. suomalainen tapa nukuttaa lapsia ulkona)
- ”Oleminen on tekemistä”
- Hiljaisuusmatkailun äänettömät moottorituotteet → uuden teknologian hyödyntäminen

Hyvinvointimatkailu

- Saunan parempi tuotteistaminen ja hyödyntäminen
 - Luonto + sauna
 - Suomalainen spa: saunaturve ym.
 - Saunakulttuurin esille tuominen, ”Sauna suomalaisten kirkko”
 - Saunan vieminen sinne, missä luontoliikunta tapahtuu. Saunan terveysvaikutusten mittaaminen.
- FinRelax-tuotteet
- Lyhyet elämyskierrokset luonnossa (moniaistisuus: kohdennetaan huomiota eri aistien kautta)
 - Luontojoogat (metsäjooga, sammaljooga jne.), zen-hetket
 - Mielipuistot & hyvinvointipolut → harjoitteita/tehtäviä polkujen varrelle

Ruokamatkailu

- Paikallisen ruuan hyödyntäminen tuotteissa
 - Luonnon tuotteiden keräily → Tuotteistaminen paremmin mm. yhdistäminen jatkojalostus tuotteeseen (hillojen teko ym.)
 - Villiruokakurssit
 - Lähiruuan hyödyntäminen matkailukeskuksissa: lähiruokakaupat ja lähiruokakorit, paikallinen torimyynti. Ruuat tilattaviksi mökille.
 - Valmiit lounaspaketit paikallisista tuotteista
- Kiertomatkat: ruokamatkailuretket ja -tuotteet
 - Alkutuottajan luo, erikoisuuksien maistaminen eri paikoissa, alueen maut, panimot, viinitilat jne.
- Gourmetruoka luonnossa nautittuna ja itse hankittuna
 - Kalastaminen, marjastaminen; liiketoimintaa toiminnasta, jossa itse pyydetään ja valmistetaan

Vapaaehtoismatkailu ja luontoympäristö opetuksessa

- Talkooloma-ajatusta voisi laajentaa → perinteitä ja perinteisiä työtapoja, luonnonhoitoa → kulttuuriperinnön hoito ja matkailu
 - Perinnemaisemien hoitoon matkailijoiden panos. Perinnemaisemien hoitoon on muuten liian vähän resursseja.
- Ammattikokeilut: heinänteko, puunhakkaus
- Leirikoulut & KV-luontoleirikoulut → sesongin pidentämistä
 - Opetus metsään ja luontoon
- Ekovillage; ekomatkailualueet
 - Matkailun yhdistäminen luonnonsuojeluun → vapaaehtoismatkat

Kokousmatkailu

- Kongressimatkailijoiden hyödyntäminen sesonkiluonteisuuden vähentämiseksi
 - metsäkokoukset, luontoon kokemaan jotain
 - Kävelykokouskulttuuri
 - hiljaisuusvaellus
- Erilaisia aktiviteetteja tykytoimintaan

Hyvinvointipalvelut – yhteistyö toimialojen välillä

- Luontomatkailu osana sote-palveluita/sote- ja matkailun yhteistyö: erityisryhmät → hiljaisen ajan täyttö
 - Yhteistyössä terveysalan ohjaajat ja palveluita tarjoavien yritysten ohjaajat/ oppaat.
 - Aistikokemuksia luonnosta.
- Sote ja green care
 - asiakkaat ja ikäihmiset metsään/luontoon kuntoutumaan
 - lisää ikäihmisten pääsyä metsään/luontoon → hyvinvoinnin lisääminen ja luonnon kokemisen mahdollistaminen; lasten/perheiden kuntoutumista ja hyvinvointia maaseutumatkailulla/luonnolla
- Kunnat mukaan: ennaltaehkäisy → luonto tuottaa hyvinvointia
 - Hiljaisille ajoille → taloudellinen hyöty yrityksille
 - Erityisryhmien hyvinvoinnin edistäminen → hyödyttää kuntaa/aluetta

Lisäarvoa tuovia tuotteita

- ”Elämyksen jatkumo” matkailijoille → esim. luontokohteiden adoptointi
 - Oma halipuu, ”osta mänty”
 - Norppien, linnunpönttöjen, suolampien, puiden adoptointi
 - Digitaalisuuden hyödyntäminen (mahdollisuus kokea/nähdä käymisen lisäksi/sijaan kuvien tai videon välityksellä)
- Digitaalisuus osaksi tuotteita → uusien kohderyhmien houkuttelu
 - Peliteollisuus luontoteemaan (Escape ja virtuaaliluonto pelit)
 - Biohakkerivälineet käyttöön luontoretelle → Välineiden kautta luonnon kokeminen
 - Virtuaalinen metsäkävely
- Luontomatkatilapassi

Eroja alueiden välillä

- Temaattiset kiertomatkat
 - Lapissa mainittiin kylämatkailu (kylästä kylään)
 - Saaristossa majakalta majakalle, Pyhän Olavin merireitti
 - Järvialueella ruokamatkailutuotteet ja -retket (alkutuottajien luo, erikoisuuksien maistaminen eri paikoissa, panimot, viinitilat ym.)
- Järvialueella ja saaristossa korostui vesistömatkailun kehittäminen
- Kulttuuriperintö korostui eniten saaristossa ja rannikolla

Tuotteistaminen

- Yleisenä ongelmana on luonnon tuotteistamisen ”kotikutoisuus”
 - Tuotteistamista ei viedä loppuun ja hiota huippukuntoon
 - Hajotetaan eikä verkostoiduta riittävästi
- Tuotteita räätälöitävä nykyistä enemmän ja kohdennettava paremmin
- Paljon hyvää jo olemassa → ei aina uutta, vaan myös vanhan kehittämistä
- Tuotteiden toimintaympäristön edellytysten mahdollistaminen ja vahvistaminen keskeistä
 - Esim. reitit yritysten käyttöön mm. ratsastuksessa (ylläpito ja maanomistajuusongelmat)
- Laatuksiteerit
- Ostettavuus ja hinnoittelu tärkeää

KOHDERYHMÄT

Kohderyhmiin liittyvää keskustelua

- Kohderyhmävalinta riippuu yrittäjän tavoitteista → markkinoinnin kärjet kohderyhmälle pitää löytää
- Sesonkeja voidaan ehkä pidentää eri kohderyhmien avulla: tulevat eri aikaan
- Huomioitava eri kohderyhmien yhteensovittaminen

KV-kohderyhmät

KV-kohderyhmät	Tarkennusta, Vetovoimatekijä Suomessa/ kohdennettuja tuotteita
Kiina	StopOver, talviurheilu, Sound of Silence, Feel of Nature; niche vs. massa; Aamuvoimistelu metsässä, metsän istutus, kevyteräily, leirikoulut, luontosuhde
Japani	Enemmän indiksiä; Japanilainen design-matkailija luontoon: lyhyitä luontovisiittejä; Sound of Silence, Feel of Nature; Design, luonto, metsän istutus, kevyteräily, Muumimaailma
Venäjä	leirikoulut
Saksa/saksankielinen Keski-Eurooppa; Hollanti	metsän istutus, hyvinvointikokonaisuudet, kestävyys, aktiviteetit
Espanja/Etelä-Eurooppa	Suomen viileä kesän vetovoimaisuus
Intia	Sound of Silence, Feel of Nature
Lähi-itä	Arabimaat, joista päivittäisiä lentoja Suomeen, Millenia-muslimit; Esim. Suomen viileä kesän vetovoimaisuus kuumien maiden asukkaille; sateet

Kohderyhmiä

Tunnistettuja kohderyhmiä	
Seniorit/ikäihmiset	Matkat myös järjestöjen kautta; erityistarpeita omaavia ja/tai hyväkuntoisia
Harrastajaryhmät	Vaeltajat, luontopyhiinvaellus, hiihtäjät, pyöräilijät, kalastajat, metsästäjät, melojat, uimarit, lintubongaajat ym.
Hyvinvointimatkailijat; Terveysmatkailijat	Stressaantuneet, rauhaa kaipaavat; hoito ja toipuminen luonnon helmassa; allergiapotilaat; saunan rakastajat
"Once in a lifetime"/"high-end"/luksusmatkailijat	Eksklusiivisia palveluita odottavat
Sukulaismatkailu, lähimatkailu, perhematkailu (myös useat sukupolvet yhdessä), pariskuntamatkailu, paikalliset lähiluontoon	Minilomat kotimaisille asiakkaille, palvelut eri ikäisille
Erytishuomiota vaativat ryhmät	Esim. kuntoutujat, ongelmanuoret, rajoittuneet (esim. fyysisesti rajoittuneet), luonnosta vieraantuneet; Esteettömyys tärkeää
Digi-ryhmät	Diginatiivit/digiaddiktit

Kohderyhmiä

Tunnistettuja kohderyhmiä	
Tyhy & tyky, incentive, työmatkailijat	Kokousasiakkaat, teambuilding/problem solving, luontoympäristössä/mukana luontoaktiviteetteja; luontoseminaarit/yritysretriitit, mökkeilykokoukset; etätyöpaikat luonnon helmassa
Modernit humanistit	Aitoutta ja puhdasta luontoa etsivät; hyvinvoinnista ja terveydestä kiinnostuneet; Luonnonsuojelusta kiinnostuneet/suojeluun positiivisesti suhtautuvat
Nuoret sukupolvet	esim. turvallinen primitiivinen kokemus luksuksen ohessa; vapaa-ajan asukkaat ja uuden sukupolven vapaa-ajan asukkaat (erilaiset tarpeet!)
Yksin matkustavat/sinkut	
Urheilu-/liikuntaryhmät	Urheilutapahtumissa vierailevat, ammattiurheilijat
Koululaisryhmät	Leirikoulut, ekskursionit (luonnon linkittyminen opetussuunnitelmiin)

Alueelliset erot tavoitelluissa kohderyhmissä

- Kaikilla alueilla oli samankaltaisia näkemyksiä erityisesti kansainvälisistä kohderyhmistä
 - Painotukset vaihtelivat
- Lapissa kasvu haetaan pääasiassa kv-asiakkaista
- Kotimaisten matkailijoiden osuudet suurempia muilla alueilla suhteessa kansainvälisiin vierailijoihin
 - Pääkaupunkiseudulla, saaristossa ja rannikolla painottui lähimatkailu
- Saksalaiset pääkaupunkiseudulla suuri kävijäryhmä; isompi kuin venäläiset
- Järvi-Suomessa mainittiin erityisesti, ettei luontomatkailun osalta ole suurta kiinnostusta suuriin massoihin → kiinnostus kansainvälisiä pienryhmiä kohtaan

Kohderyhmälähtöisyys kehittämisessä

- Kohderyhmäajattelua vahvistettava alueella/yrityksissä
 - Mikä tuote soveltuu millekin ryhmälle/asiakkaalle
 - Oikeat jakelukanavat eri kohderyhmille
 - Luontokohteiden profiloituminen
 - Mihin mikäkin kohde profiloituu, asiakasryhmät, aktiviteetit
 - Yritysten sitouduttava siihen, että palveluita tarjolla (kannattavuus)
- Kulttuuriset merkitykset ja kielen huomioiminen
 - Digitaaliset sovellukset: Eri kohderyhmille eri appsit; Luonnon infran digitalisointi
 - (Tuote)tiedon saatavuus/markkinointi/myynti eri kielillä/kulttuuriset piirteet huomioiden

MITEN JA KENEN KANSSA?

Myynti ja markkinointi

Profiloituminen

- Suomen profiloituminen luontomatkailukohteena
 - Luonnon turvallisuus
 - Ekologisuus
 - Jokamiehen oikeudet
- Alueellinen profiloituminen/brändäys
 - Profiloituminen yhtenäiseksi matkailualueeksi, alueen tunnettuuden lisääminen
 - Keskeistä tuoda esille kokonaisvaltaisesti alueen ominaispiirteitä
 - Järvialueella keskustelua markkinoinnissa käytettävästä termistä: Lakeland vs. Saimaa
- Yritysten profiloituminen (esteettömyys)
 - VisitFinland tehnyt hyvää työtä imagomarkkinoijana
 - Alue- ja kuntarajat ylittävä markkinointi tärkeää
 - OutdoorsFinland -ohjelman/teeman hyödyntäminen markkinoinnissa

Markkinointi

- Tuotelupauksen tulee olla realistinen; keskeistä, että tuote kunnossa (hinta, laatu, sisältö)
- Kilpailu kovaa kv-markkinoilla: Tärkeää lisätä tietoisuutta → Tunteisiin vetoaminen markkinoinnissa → Synnyttää ostopäätöksiä
 - Luovuus, leikillisuus ”hulluus”, myös markkinoinnissa; elämyksellinen markkinointi
 - Tärkeää markkinoida hyvällä visuaalisella materiaalilla, joka on kohdennettu eri kohderyhmille → mielikuvien myyntiä
- Asiakaslähtöisyys
 - Kohderyhmäajattelu keskiöön: mitä tarjotaan kenellekin; myös indis-matkailijoiden huomioiminen
 - Minkä kanavan kautta asiakkaat ohjataan palvelun tarjoajille? → Tieto helposti saatavaksi asiakkaalle
 - Asiakasmarkkinointiin tarvitaan sopiva tekninen alusta; avoin data

Markkinointi

- Alueelliset ja kuntarajat ylittävät markkinointitoimet tärkeitä
 - Esim. Merellinen saaristo, OutdoorsFinland
 - Aluemarkkinoinnin merkitys suuri erityisesti Lapissa
- Matkailun myynnin ja kehittämisen organisaatiot
 - Ongelma: Liikaa alueellisia markkinointiorganisaatioita, jotka toimivat eri alueilla paikallisina.
 - Ongelma: Organisaatioissa tehdään usein markkinointia, mutta ei myyntiä
- Markkinointiresurssit pienet erityisesti mikroyrityksillä
 - Haasteina: Laadukkaan markkinointimateriaalin saatavuus, paketointi markkinointia ja myyntiä varten
 - Ratkaisuna: Sosiaalinen media hyötykäyttöön, yhteistyö ja rajapinnat

Myynti

- Puuttuu kansallinen myyntiorganisaatio
 - Lappi: ei tarvetta kansalliselle myyntiorganisaatiolle
 - Muut alueet: tarve yhdelle myyntikanavalle; tällä hetkellä monilla alueilla useita myyntijärjestelmiä, jotka eivät yhteydessä keskenään
- Useat alueelliset matkailun organisaatiot ovat pelkästään markkinointiorganisaatioita, jotka eivät hoida myyntiä
- Myynnin järjestäminen: kansallinen myynti vai alueellinen myynti
 - Kehitteillä useilla alueilla omia järjestelmiä: tarve kuitenkin laajemmille kokonaisuuksille tai linkittyville järjestelmille
 - Olemassa olevien järjestelmien hyödyntäminen ja ristiinmyynti asiakaslähtöisesti
 - Toimiva alueellinen myyntiorganisaatio vain Lapissa
 - Ostettavuus tärkeää → Matkailupalveluiden tarjoajat pieniä → tarve organisaatiolle, joka myy
- Tuotteiden saaminen kansainvälisiin myyntikanaviin
- Jakamistalouden hyödyntäminen

Markkinointi- ja myyntikanavat

- Eri toimijoiden osallistaminen markkinointiin
 - Asiakkaat; nuoret "KESÄsomettajat" → tiettyyn kohderyhmään vetoavaa materiaalia
- Vaikuttajamarkkinointi
 - julkisuuden henkilöt, mielipidevaikuttajat, somejulkkikset, matkailubloggarit
- Markkinoinnin kohdentaminen matkanjärjestäjille (mm. erityismatkanjärjestäjät)
- Yritykset myymään alueita: Destination Management Company

- Eri kansalliset ja kansainväliset myyntikanavat
 - Verkkomyynti (erilaiset kanavat)
 - Kotimaan markkinat: esim. elämyslahjakortit.fi, luontoon.fi sivuille myös varausmahd./mahdollisuus ostaa tuotteita
 - Kansainvälisten myyntikanavien hyödyntäminen (booking.com, airbnb)

- Varausjärjestelmät tulee olla toimivia

Sähköinen myynti

- Tuotteiden ostettavuus keskiöön nettisivuilla → "Osta"-nappi
- Kansallinen vai alueellinen myynti?
 - Alueorganisaatiot ja myynnin lisääminen → Hajauttamisesta keskittämiseen (ei useita pirstaloituneita maakunnallisia verkkokauppoja)
 - Tarve yksinkertaiselle kansalliselle verkkokaupalle (MyStay → nyt liikaa klikkauksia, tuotteen ostettavuus kärsii)
 - Yhteinen verkkokauppa-alusta – selvitettävä eri mahdollisuudet
- Ongelmia sähköisessä markkinoinnissa:
 - Ammattimaisuuden puute
 - Verkkomyynti: luotetaan englanninkieleen
 - Sähköiset kanavat hyödynnetty huonosti
 - Monet portaalit yksittäisten yrittäjien alla → portaaleja liikaa, osittain väärää tietoa tai väriä kuvia
- Tarvitaan: Alue-/maatasolla avoin data, jota eri toimijat/yritykset voivat hyödyntää

Myynnissä ja markkinoinnissa huomioitavia asioita

- Systemaattinen myynnin kehittäminen keskeistä (nopea reagointi muutoksiin)
- Tarjonnan on oltava helposti löydettävissä yhdestä osoitteesta.
 - Ongelmana on sekoittuminen: paljon tuotteita, joita myydään.
- Tiedon saatavuuden helpottaminen → Tarvitaan yritysten ja kohteiden nettisivuilla lisää informaatiota Suomesta ja tuotteesta eri kielillä
 - Yrittäjille mahdollisuus saada tukimateriaalia Suomesta, jota voi jakaa nettisivuilla/kohteessa ja käyttää markkinointiin.
 - Myös suomalaista kulttuuritietoa matkailijoille.
 - Perusinformaatiopaketti Suomen luonnosta/sisällöt: kootaan markkinointia varten eri kielillä. Jokainen voi käyttää markkinoinnissa/ nettisivuilla/ luonto-opastuksessa.
- Yhteiset viestintäkeinot palveluissa (brändin mukainen palvelutaso ja viestintä)
 - Henkilöstökoulutusta (esim. kansallispuisto-opaskoulutus)
 - Yhdenmukainen viesti ja tiedottaminen

Myynnissä ja markkinoinnissa huomioitavia asioita

- Kokonaisvaltaisen asiakaspolun rakentaminen
- Asiakaspolun suunnittelu
 - Nettisivuista eri kieliversiot.
 - Huomio asiakaspolkuun brändäyksessä.
 - Ennen matkaa ja matkan jälkeen vahvistetaan kokemusta.
 - Mitä täytyy tapahtua taustalla, jotta asiakkaan kokemus on mahdollisimman hyvä.
- Työnjako eri toimijoiden välillä koko asiakaspolun eri vaiheissa
 - Miten polku rakentuu eri toimijoiden kautta
 - Mikä on eri toimijoiden parasta osaamista
 - Linkitykset ja kokonaisuuden hallinta
 - Haasteena: kuka vastaa/koordinoi kokonaisuutta?

Markkinoinnin rahoittaminen

- Kansallinen markkinointi- ja myyntibudjetti pieni suhteessa muihin Pohjoismaihin
 - Matkailu tulon lähde; vientiteollisuutta: Valtio ei saa supistaa VisitFinland rahoitusta!
- Kohdennettua rahoitusta julkisen puolen (kansallisessa) markkinoinnissa.
- Panostusta sekä julkiselta että yksityiseltä sektorilta
- Alueellisia eroja näkemyksissä, miten kansallista matkailumarkkinointia tulisi kohdentaa esim. panos-tuotos-suhde, painotukset kesällä ja talvella

Toimintaympäristö

Matkailutoimialan merkityksen esille tuominen

- Matkailualan tuntemuksen ja luontomatkailun liiketoiminnan tuntemusta pitäisi parantaa päättäjien keskuudessa.
 - Maakunnan/ kunnan tasolla pitää nostaa elinkeino tärkeäksi
 - Matkailutulon esilletuominen ja siihen sijoittaminen, että paikallistaloudelliset vaikutukset kasvavat (retkien myynti sekä välillinen matkailutulo).
- Julkisen vallan tulisi tukea matkailua, koska se palvelee aluetta paljon laajemmin kuin vain matkailuyritysten osalta
 - Taloudellinen kestävyys: raha jää mahdollisimman paljon kuntaan

Matkailu suhteessa muihin toimialoihin

- Toimijoiden väliset roolit ja matkailun arvostus; eri toimialojen arvottaminen (esim. metsäteollisuus ja matkailu)
 - Kilpailevat maankäyttömuodot → alojen arvotukset politiikassa?
 - Metsähallituksen kaksi ristiriitaista strategiaa (puusta rahaa vs. suojele)
- Eri toimialojen tulisi osallistua myös toimialan kehittämiseen
 - Esim. kaupanalan toimijat, jotka hyötyvät matkailusta; liikennöitsijät
 - Panos-tuotos -ajattelu, matkailutuloa maksettua jäsenmaksua vastaan
- Epätasa-arvoisuus toimijoiden välillä
 - Esim. eriävät käytännöt kansallisella tasolla valtion maiden myynnissä ja vuokrauksessa → Mahdollisuus maan ostoon/omistukseen tietyillä alueilla (esim. suoalueet ja niiden osto valtiolta)

Toimintaympäristön muutosten vaikutus

- Maakuntauudistuksen vaikutus hankerahoitukseen ja muuhun toimintaan
- Digitaalisuuden tuomat muutokset ja mahdollisuudet
 - Erilaiset ratkaisut luontomatkailun edistämiseksi ja osana luontomatkailutuotteita
- Nopeat muutokset markkinoilla
- Suunta osittain pois matkailukeskuksista
 - Esim. hotellitontit, jotka eivät ole keskuksissa menevät nyt paremmin kaupaksi
- Toimialarakenteen vaikutukset
 - Sivutoimisuus / osa-aikaisuus ongelma yrittäjyydessä
 - Tärkeää: Kasvuyritysten tunnistaminen, uusien koulutettujen yrittäjien tuominen alalle (huom. myös, että osa yrittäjistä ei halua kasvua)

Luontomatkailun resurssit ja niiden käyttö

- Ympäristön laatu: turvallisuus ja valvonta tärkeää
 - Tiedon saatavuus keskeisessä roolissa luontomatkailussa: säätiedot, vedenlaatu, lumi- & jääolosuhteet ym.
- Eri matkailumuotojen haasteet (metsästysmatkailu vs. alueiden hallinta; reitistöt ym.)
- Yritysten mahdollisuudet käyttää julkista infraa
 - Mahdollisuus käyttää julkisia rakenteita yritystoiminnassa (esim. tilat ryhmien käyttöön)
 - Julkisen ja yksityisen raja tulee usein vastaan. Ehdotus: yrityksille suunniteltuja palveluita esim. ”varattava saari”.
 - Erämökkien käytön lisääminen (kansallispuiston sisällä). Varaustupien hyväksikäyttö. Julkiset nuotiopaikat.
- Fyysinen infra erilaisille aktiviteeteille: kansallispuistot vetovoimatekijöitä hyvällä palvelurakenteella
 - Luvat eri käyttömuodoille
 - Uusien husky-reittien saaminen ongelmallista → kysyntää olisi

Infrastruktuurin kehittäminen ja olemassa olevien resurssien hyödyntäminen

- Infrastruktuurin kehittäminen ja olemassa olevien resurssien hyödyntäminen
 - Valmiiden tilojen ja infran hyödyntäminen, esim. venekerhojen tilojen hyödyntäminen kalastusmatkailun ja melontamatkailun apuna
- Fasiliteettien tulee olla kunnossa, jotta voidaan tarjota laadukkaita palveluita
 - Sis. mm. polut, reitit ja opasteet
 - MH myös tuotekehittänyt laavuja ja kotia esim. UKK-puistossa Aurora-kodat → Mahd. pimeyden tuotteistamisen (revontulien näkeminen sisätiloista)
- Huomioitava eri kohderyhmien tarpeet (esim. lyhyet ja leveämmät polut suuremmille ryhmille ja aasialaisille matkailijoille, esteettömyys, eri harrastajaryhmät)
 - Reittien monikäytön selvittäminen turvallisuuden näkökulmasta (mm. pelastuspalvelumerkinnät)
 - Lähireittien kysyntä on suurta; reittien löytäminen ja merkitseminen tärkeää

Infrastruktuurin ylläpito

- Useat tahot reittien/rakenteiden ylläpitäjinä: tieto reittien ja fasiliteettien kunnosta saataville → haasteena rahoitus
- Vaikka infralla eri ylläpitäjiä, pitäisi olla saman tasoista laatua. Myös tiedon saatavuus yhdestä paikasta: mm. kartat ja karttamateriaalin saman tasoisuus.
- Kausisopimukset yritysten kanssa ja yrityksille mahdollisuus käyttää infraa.
 - Yrityksillekin eduksi se, että paikat pysyvät siistinä.

Työvoima, osaaminen ja koulutus

Työvoima

- Tarve osaaville työntekijöille:
 - Monipuolisuus, monitaitoisuus
 - Erikoistuneet asiantuntijat
 - Luontomatkailualan koulutus ajan tasalle → Osaavien tekijöiden puute; koulutusta puuttuu; oppisopimusmahdollisuus?
- Luontomatkailutyö syrjässä, millä houkuttelet ja sitoutat?
- Ympärivuotisuuden merkitys suuri, jotta saataisiin työntekijät sitoutettua

Osaaminen

- Oppaan osaaminen ja soveltuvuus
 - Soveltuvuus tuotteeseen, kielitaito; kohderyhmänäkemys
- Tunneällyn merkitys suuri (palvelua ihmiseltä ihmiselle)
- Vetovoimatekijöiden ja osaamisen parempi tunnistaminen
- Apua uusille yrittäjille: mistä löytyy mitään tietoa
 - Aloittelevan yrittäjän ”polku”: Miten pääsisi liikkeelle? Miten hinnoitellaan paketti ryhmäkoon mukaan? Miten tuotokuvaus rakennetaan tälle?
 - Ollaan perusasioiden äärellä.

Koulutusta matkailuyrittäjille

- Kielitaidon ja kulttuuriosaamisen merkitys → saatava laajemmin luontomatkaileuyrittäjille
 - kulttuurinen ymmärrys tavoiteltuun kohderyhmään liittyen
- Markkinointi- ja tuoteosaaminen
 - Missä kannattaa mainostaa ja markkinoida, digimarkkinoinnissa ajan tasalla pysyminen
 - Osaamisen kehittäminen hinnoitteluun ja tuotteistamiseen liittyen
 - Koulutus usein yrityskohtaista; ongelma: useilla yritysneuvojilla ei omaa yritystaustaa
- Koulutus on pirstaloitunutta
 - Yrittäjille suunnatut koulutukset usein toistavat toisiaan (Visit Finland) → Koulutuksen koordinointi ja jatkumon ilmeneminen
- SOME-koulutus ja osaamisen ylläpito

Koulutuksen kehittäminen ja koulutusyhteistyö

- Koulutussuuntautumisvaihtoehtojen mahdollinen lisääminen/erikoistumismahdollisuudet oppilaitoksissa
 - Tapahtumien luominen, erikoistuneet oppaat
- Koulutuksen tarjoajat
 - Visit Finland Akatemia; koulutuksen maksullisuus
 - Kunnat koulutusten tarjoajina?
- Yhteistyömallien kehittäminen oppilaitosten kanssa
 - Opiskelijoita tietotekniikasta ja matkailusta voisi hyödyntää esim. some-koulutuksessa.

Saavutettavuus

Saavutettavuus

- Saavutettavuus koko matkailun mahdollistaja: yhteyksien säilyttäminen ja infran ylläpito
 - Ongelma: Kuntapalveluiden ja perusinfran laadun vaihtelu, esim. teiden auroukset ja latujen ylläpito
 - Teiden kunto monin paikoin ongelmallinen: luontomatkailukohteet syrjäseuduilla
- Huomio niin tuotteiden ja palveluiden kuin alueen fyysiseen saavutettavuuteen
 - Usein tuotteen löytäminen, ostaminen ja paikalle pääsy vaikeaa
- Tärkeää rakentaa selkeät polut alueen ja tuotteiden saavutettavuuteen eri kohderyhmille
 - Tehtävä helpoksi asiakkaalle (loogiset polut)
 - Toteuttamiseen tarvitaan selkeää työnjakoa
- Matkustaminen myös osa elämystä

Julkisen liikenteen kehittäminen

- Luontomatkailussa tärkeää huomioida matkakohteiden sisäinen saavutettavuus
 - Esim. miten päästään eteenpäin isoilta kentiltä ja asemilta?
- Julkisen liikenteen kehittäminen tai vaihtoehtoisesti yritysten yhteiskuljetusten parantaminen ja sen mahdollistaminen järkevällä tavalla
 - Ongelma: julkisten liikenneyhteyksien jatkuva alueellinen väheneminen (junayhteydet ja bussilinjat)
- Alueellisesti saavutettavuudessa ongelmana myös sektori- ja maakuntarajat
- Lentoyhteydet
 - Kansallinen lentoyhtiö mukaan luontomatkailun kehittämiseen
 - Tarvetta kehittää ja lisätä mahdollisuuksia, esim. charter-lennot → vaatii laajemmin alueellista yhteistyötä
 - Lentoyhteydet parantuneet jonkin verran Lapissa

Tiedon lisääminen liittyen saavutettavuuteen

- Lisättävä myös asiakkaille tietoisuutta alueen fyysisestä saavutettavuudesta: miten alueelle pääsee mistäkin
- Lentokentältä tieto luontomatkailupalveluiden saatavuudesta/saavutettavuudesta (esim. Kolin polku lähtee Joensuussa jo lentokentältä)
- Sähköinen saavutettavuus
 - Ongelma: Tieto usein hajallaan eri kohteista (esim. hallinnolliset aluerajat) → tarve laajemmalle tiedolle

Saavutettavuuden esille nouseminen alueilla

- Kansallispuistojen saavutettavuus parantunut eri käyttäjäryhmille
- Järvialueella, pääkaupunkiseudulla ja saaristossa/rannikolla korostuivat alueellisten vetovoimatekijöiden parempi saavuttaminen asiakkaalle
 - Järven saavutettavuus
 - Ympärivuotiset saaristokohteet, joihin on helppo päästä; Saariston rengasreitillä vähän kohteita, joissa pääsee veden äärelle (esim. rannat on kasvaneet umpeen & julkisten rantojen puute)
 - Tällä hetkellä saaristokohteiden saavutettavuus heikko ja tulee kalliiksi → Merelle pääsyä helpotettava.
- Lapissa korostui fyysinen saavutettavuus ja erityisesti alueen sisäinen saavutettavuus → jatkoyhteydet liikenteen solmukohdista

Toimijoiden väliset roolit

Julkinen sektori

- Toimintaympäristön edellytysten kehittäminen ja yhteistyön käynnistäminen esim. osana elinkeinopolitiikkaa
 - Kaavoitus: maankäyttö; sääntöjen tarkistamista; kaavamääräysten joustavuus matkailutoiminnan kannalta
 - Yhteistyö kaavan suunnittelussa tärkeää, koska kaava määrää todella paljon → kaavan pitäisi toimia mahdollistajana
 - Julkinen valta voi toimia ”buustajana”; esim. teollisuusalueet → kaavoitus, edulliset vuokrat
 - Infran ylläpito ja kehittäminen – julkinen sektori vastuussa (kunnat, maakunnat, MH, valtio)
 - Markkinoinnin koordinointi – esim. kuntatasolla matkailu osa kunnan/kaupungin brändiä
 - Yhteistyön koordinointi
 - Tuki yksityiselle sektorille
- Julkisten toimijoiden tulisi koordinoida palveluketjua ja mahdollisuuksia elinkeinolle → Pois ”toisella kädellä kehitetään ja toinen käsi kieltää” -toiminnasta
- Ministeriöiden (TEM, YM, MMM) pitäisi tehdä yhteistyötä: mitä halutaan kehittää ja viedä eteenpäin? → Kokonaiskuva kehittämisessä

Yksityinen sektori

- Yksityisten tehtävä tehdä palveluita ja tuotteita
 - Aktiivista uusien avauksien etsimistä; tiedostamista, missä kannattaa olla mukana
- Yrityksillä päävastuu omien tuotteiden markkinoinnissa
 - Mahdollisuus hyödyntää julkisia kanavia
- Verkostoituminen muiden toimijoiden kanssa

Julkisen sektorin apu yksityiselle sektorille

- Rahoitusmahdollisuuksista tiedottaminen
 - Tietämyksen lisääminen yrityksiä tukevista työkaluista
- Yritystukia tarvitaan, jotta yritykset voivat kehittää toimintaansa
 - Tukea liiketoiminnan kehittämiseen, osaamiseen, tuotteistamiseen ja markkinointiin. Yhteismarkkinointitoimenpiteitä.
- Yhden luukun palvelu keskeisille luville
- Mahdollisuus hyödyntää kunnallisella tasolla matkailuyritysten palveluita myös eri sos.ryhmille (kunta ostaa palvelut paikallisilta toimijoilta)

Yhteistyön koordinointi julkisen sektorin vastuulla

- Verkostoitumisen tukija; välittäjä yrittäjien välillä
- Neutraalit verkostoitumisfoorumit julkisen tuen avulla
 - Yrittäjätapaamiset
 - Tapaamiset eri toimijoiden välillä: esim. bloggarit, tutkijat, yritykset, julkinen sektori
- Yhteistyön koordinointiin tarvitaan julkinen koordinoija
 - Jonkun on tuotava esimerkkejä ja luotava kokonaiskuva alueen elinkeinon kehittämisen näkökulmasta.
- Tärkeää mahdollistaa vuoropuhelu ja päätöksiin vaikuttaminen: visioiden esittäminen, miten voisi olla, tarpeiden esille tuominen.
- Reitistöjen ylläpito ja perustaminen yksityisille maille: kunta tai kaupunki voi avustaa neuvotteluissa.

Roolien sekoittuminen

- Tulevaisuudessa public and private -sektorit tulevat yhdistymään ja näiden roolit samalla sekoittuvat
- Public and private partnership:iin pitäisi mennä rohkeammin mukaan.
 - Soveltuvien toimintamallien löytäminen tärkeää

Yhteistyö

Verkostoituminen

- Keskeistä yhteistyökumppaneiden tunteminen ja luottamus, jaettu arvomaailma ja ajatukset
- Konkreettiset yhteistyötavat löydettävä
- Palveluntarjoajien tulisi osata hyödyntää toisten palveluntarjoajien palveluita
 - Tarve tietoisuuden lisäämiselle – mistä saisi kootusti tietoa muiden resursseista ja palveluista yhteistyötä ajatellen
- Eri (kehittämis)toiminnoissa tulisi myös huomioida yrittäjien asiantuntijuus → yritysnäkökulmaa vahvemmin esille

Yhteistyö kuntien ja yritysten välillä

- Yhteistyön taso vaihtelee alueittain (käytössä olevat resurssit)
- Koordinointi toimissa → päällekkäiset toiminnot minimoitava
- Kuntien välisen yhteistyön vahvistaminen
- Luontomatkailun kehittäminen vaiheittain, kun on pieniä toimijoita
 - Yhteiskehittämishankkeet kuntien ja yrittäjien kanssa → jatkuvuuden turvaaminen
- Kunnalla pitäisi olla kokonaisvastuu matkailun kehittämiskohteista (kokonaiskuva)
- Toimitilat yrittäjille yhteistoimintana (mikroyritysten on hankala investoida tiloihin)
 - Esim. pukeutumistilat ryhmille ulkoaktiviteetteja varten, ja varusteiden varastointitilat.

Toimijoiden väliset roolit ja yhteistyötavat

- Kestävyyden edistäminen ja varmistaminen yhteinen asia
 - Esim. luontokävijöiden ohjaaminen ja koordinointi – yhteistyötä kysyntäpaineen tasaamiseen mm. pääkaupunkiseudulla
- Tuloksellinen tekeminen – tarvitaan innostunut koordinaattori ja ote, jotta asiat etenevät.
- Yritykset saatava ymmärtämään ettei kaikkea tarvitse tehdä itse → Pienten toimijoiden yhteistyö olennaista
 - Keskittyminen omaan ydinosaan → palvelupaketeista tulee laadukkaampia
- Isompien matkailutoimijoiden saaminen alueille
 - Esim. tavoitteena saada investointeja Itä-Suomeen ja järviolueelle
- Luontomatkailun edunvalvonta?

Yhteistyömallit

- Kumppanuussopimukset
 - Miten Metsähallituksen kumppanuusyrityksenä toimiminen näkyy? Voisiko hyödyntää paremmin?
- ”Kauppakeskusmalli”
 - kaupunki hoitaa jätehuollon, pysäköinnin ja infran; yritykset investoi ja hoitaa liiketoiminnan; markkinointi hoidetaan yhdessä → Sitoutuminen palveluiden tarjoamiseen.
 - Kriteerit toiminnalle kauppakeskusmallissa: esim. Metsähallituksen yhteistyöyrittäjillä ei ole laatukriteereitä tai velvollisuutta tarjota tuotetta tietyssä aikana.
- Matkailutoimijoiden muodostamat yhdistykset (joillakin alueilla on iso rooli alueen kehityksessä)
- Valtion rajat ylittävään yhteistyöhön pitää panostaa
 - Saavutettavuus ja tuoteysteistyö

Teemapohjainen verkostoituminen

- Tarve laajalle verkostoitumiselle (erityisesti special interest matkailijat)
- Verkostoituminen omista lähtökohdista → teemapohjainen verkostoituminen
 - Esim. hiljaisuusmatkailuhanke
 - Yksittäisillä yrityksillä voi olla kumppaneita eri puolella Suomea
- Kiertomatkatuotteissa verkostojen merkitys suuri
 - Mahdollisuudet uusille tuotteille reitistöjen varrella
- Yhteistyön hallinnolliset esteet tulisi poistaa (hallinnollisten rajojen vaikutus)
- (Ylimaakunnalliset) hankkeet verkostoitumisen mahdollistajina
- Kuntien strategiat keinona edistää teemapohjaista verkostoa
- Verkostoitumisen keinoja: Maailman perintökohde, Geopark, Kansallispuisto, Alueelliset kehitysyhtiöt

Yhteistyö tuotteisiin liittyen

- Tuotteiden mahdollistaminen: Alueellisen yhteistyön edistäminen esim. yksityismaiden läpi menevät reitit (ratsastus ym.) → reittien ylläpito ja lupa-asiat
- Mahdollisuus: asiantuntijuuksien hyödyntäminen matkailutuotteissa
 - Biologit mukaan matkailutoimintaan, esim. opastustehtävät ja muut asiantuntijuutta hyödyntävät toimet
- Sisältöjen ja tarinoiden tuotteistaminen yhteistyössä: paikalliset asukkaat ja tarinat
 - Kuvapankit/ tarinapankit yhteistyössä
 - Mm. kunnan museotoimi voisi tuotteistaa sisältöjä reiteille.
 - Kolmannella sektorilla oma roolinsa
- Tuotteistaminen yli maakuntarajojen → Kiertomatkat
- Toimialojen välinen yhteistyö
 - Peliteollisuus mukaan tuotteistamiseen (Rovio, SuperCell)

Yhteistyön haasteellisuus

- Alueiden halu ”vetää kotiinpäin” (rahoitus voi olla aluerahoitusta ja kunnan rahoitusta).
- Matkailun alueorganisaatioiden pirstaleisuus ja päällekkäisyys tietyillä alueilla
- Yritysten tiiviimpi linkittäminen ja kannustaminen mukaan kehittämistoimintaan (matkailun asiantuntijaryhmät)
- Haasteet: miten eri alojen osaajia tuodaan yhteen
 - Mahdollisuus hyödyntää työttömiä helpommin (molemminpuolinen kannattavuus), esim. graafisen alan osaajat yritysten apuna
- Kun on asiakkaat valmiina, löytyy yhteistyötä – jos ei ole tiedossa, tuleeko asiakkaita, on hankalampaa
- Jos tuotteessa tai palvelussa on paljon osasia, miten paketoidaan, miten oikeudenmukaisesti hinnoitellaan; yhteinen laatukäsitys

Säädökset, rahoitus ja kehittämistoiminta

Luontomatkailuun vaikuttavat lait ja säädökset

- Matkailun lainsäädännön tunteminen tärkeää
 - Kartoitus pieniin luontomatkailuyrityksiin vaikuttavista laeista ja säädöksistä
- Lupaviidakko
 - Tulen teko, kalastusluvut eri tilanteissa, metsästysluvut, ruokatarjoilu, luonnon hyödyntäminen matkailutuotteissa ja kuntoutuspalveluissa, avantouintiin liittyvä byrokratia ym.
 - Moottorikelkkareiteistä säädetty laissa, mutta rekikoiratoimintaa ei ole säännelty.
- Turvallisuus- ja terveystäätökset
 - Turvallisuuspassien valvonta
- Byrokratian keventäminen pienyritysten toiminnan tukemiseksi
 - Pienyritysten toimintaa helpotettava (esim. 1-2 työntekijän työnantajakulujen vähentäminen)
 - Syrjäisillä alueilla mahdollisuus omiin kuljetuksiin: lupakäytäntöjen selvittäminen, kannattavuus

Luontomatkailuun vaikuttavat lait ja säädökset

- Valmismatkasäännökset ja vakuuskäytännöt
 - Selvitettävä vaikutukset pienyrittäjille: kannattavuus (vakuudet), eriarvoisuus pienten ja suurten yritysten välillä, kokeilutoiminnan mahdollisuuksien väheneminen tuotepakettien osalta
 - Uhkia: Muutos aiheuttaa yritystoiminnan vähenemistä pienissä luontomatkailuyrityksissä, ”pimeäpakettimatkat”
 - Luontomatkailuyrittäjän mahdollisuus jatkossa hoitaa kuljetuksia? → Ongelmana: mitä enemmän paketoit, sitä lähempänä olet vastuullista matkanjärjestäjää → luontokohteiden saavutettavuus vähenee entisestään
- Hilma – julkisten hankintojen kilpailuttamisessa kohtaanto-ongelma

Kestävyys – yritystoiminnan kannattavuus

- Pienyritysten suuret kustannukset → ehkäisee yrityksen kasvua
 - Pyhätyökorvaukset (matkailijat liikkuvat usein viikonloppuisin ja pitkinä vapaina)
 - Vaikutuksia tulisi arvioida laajemmin; paikallinen sopiminen ja työn organisointi (työntekijällä mahdollisuus olla töissä kahdessa eri yrityksessä → työehtosopimusten vaikutus); työn kannattavuus yrittäjän ja työntekijän näkökulmista (nollasopimukset)
 - Palveluiden käytön edistäminen sesonkien ulkopuolella
 - Synergiaetuja eri palvelujen välillä; peräkkäiskäyttöä
- Yritystuet tärkeitä
- Kehittäminen valtion puolelta ei kannattavaa, jos ei ole yritystoimintaa.
 - Ei kannata luoda mahdollisuuksia alueelle, jossa ei ole yrityksiä tekemässä.

”Luonnon maksullisuus”

- Palveluiden kunnossa pysyminen
 - Kuuluuko enää maksaa verovaroilla → nimellinen kansallispuistomaksu tai suurkuluttajille ”kansallispuistopassi”
- Matkailun yhdistäminen luonnonsuojeluun, ansaintamallit, suojelun rahoittaminen
 - Asiakas maksaa suojelualueiden käyttöön korvamerkittyä rahaa (neliön adoptointi); perintömetsäsäätiön tyylinen rahankeräys suojelualueiden hoitoon: osta oma puu tai osa maisemaa.
 - Vapaaehtoinen maksu; tiedotetaan, mihin rahaa käytetään
- Matkailijat maksamaan yleisistä palveluista
 - Usein kansallispuisto- tai luontokeskusvierailusta ihmiset valmiita maksamaan, mutta lahjoituksia ei kyetä ottamaan vastaan.
 - Kokeilu polttopuiden maksullisuudesta: puuvajan ovesta pääsee esim. koodilla maksettuaan maksun.
- Matkailuveron/majoituseuron veloittaminen turisteilta → mahdollistaa palveluiden kehittämisen tai saavutettavuuden parantamisen.
 - Haasteena, että Suomi on kallis kohde muutenkin.

Rahoitus

- Rahoituksen suuntaaminen
 - Tarve markkinointi- ja myyntirahoitukselle
 - Ministeriön pitäisi tukea hankkeita, joilla tuettaisiin käytännön välineiden kehittämistä/välittämistä yrittäjille.
- Investoinnit
 - Tulisi saada investointeja niin kuin muussakin bisneksessä
 - ”Luomubisnessenkelit” → varakkaat ihmiset, jotka haluavat brändäytyä hyvinvointiin
- Aluerajat ylittävä rahoitus
 - Tarve saada tietoa eri rahoitusmallien tuomista mahdollisuuksista ja eri alueilla olevista säännöistä.
 - Tukea yli aluerajojen → joustavuus ja rajojen ylitys eri tukijärjestelmissä
 - Rahoittajien ohjeistukset ja niiden yhdenmukaistaminen
- EU-tuen rahoituksen jakautuminen alueittain

Hankerahoitus

- Kehityshankkeet ongelmat:

- Hankkeita tehdään vain hankkeitten vuoksi.
- Jatkuvuuden puuttuminen
- Rahoituslähteet kieltävät esim. markkinointitoimenpiteitä
- Toisaalta yrittäjät tottuneet siihen, että julkinen puoli rahoittaa → oman panostuksen osuus?
- Yrittäjien resurssit: milloin ja millaisissa kehittämishankkeissa kannattaa olla mukana

- Hanketoiminnan jatkuvuus

- Kiinnitettävä huomiota enemmän siihen, että hanke tuottaisi pysyvää toimintaa
- Public-private partnership -mallit

- Ongelma: rahoitusta jatkolle voi olla mahdoton saada → Kehittäjä vs. toiminta/ylläpito.

- Esim. reittikehityksestä: rakennetaan ja rahoitetaan reitin rakentaminen, mutta ylläpitoa ei resursoida

Hankerahoitus

- Kehittämistoiminnan tehostaminen ja pitkäjänteisyys
 - (Alueellisilla) hankkeilla pitää olla yhteinen päämäärä
 - Pienistä hankkeista suuriin kokonaisuuksiin
 - Tiedon välittyminen kehittämistoiminnan jatkamiseksi
- Tulisi keskittyä tekemiseen jatkuvan kehittämisen sijaan.
- Kasvuohjelmat sikäli onnistuneita, että suuntaa oikeaan suuntaan

Kokeiluiden mahdollistaminen

- Kokeiluyritysten tukeminen → Miten annetaan innovatiivisille kokeilulle mahdollisuus?
 - Lainsäädännön tuomat haasteet (esim. paketointi) ja mahdollisuudet
 - Mahdollistavat rahoitusmallit
 - Yrityssryppäiden tukeminen (maaseututuki?)
- Kokeilutoimintaan ja -hankkeisiin vähän mahdollisuuksia matkailussa
 - Riskirahoitus?
 - Tekesin innovaatioaseteli matkailuyrityksissä: sulkee kuitenkin ulkopuolelle toiminimellä toimivat mikroyrittäjät

Innovoinnin mahdollistaminen matkailutoimialalla

- Matkailuun liittyvät ammattimesat pääasiassa erilaisia yritysseminaareja → ei välttämättä keskustelu ja työpajatilaisuuksia
- Kehitysrahat, palkinnot ja tapahtumat voisivat innostaa yrittäjiä
- SLUSH-matkailuun voisi viedä asiaa eteenpäin → "MUSH"-tapahtuma matkailuun!
 - Innovointi- ja verkostoitumistapahtuma, jossa erit. yrittäjiä mukana
 - Ajankohta sellainen, että matkailuyrittäjät pääsevät mukaan. Loka-marraskuu?
 - Matkailun tuotekehitys: Otetaan rahoitusmaailmasta esimerkkejä. Joukkorahoitukset ja mallit maailmalta. Tuodaan kansainvälisiä asiantuntijoita. Kiinalaiset kiinnostuneita investoimaan?

Sesonkiluonteisuuden tasaaminen

Sesonkiluonteisuuden haasteet

- Vuodenaikojen vaihtumiseen liittyvää matkailun kehittämistä ei ole tarpeeksi
- Järvialueilla tarve talvimatkailun edistämiselle
 - Ympärivuotisuus edellytyksenä yritystoiminnan jatkuvuudelle (esim. sukupolvenvaihdokset, kannattavaa jatkaa toimintaa)
- Pääkaupunkiseudulla ei perinteistä sesonkiluonteisuutta, vaan ”viikonloppusesongit”
 - pyhätoiden ja viikonlopputoiden kustannukset → potentiaaliset tarjontapäivät lauantaina ja sunnuntaina → liiketoiminnan kannattavuus
- Sesonkiluonteisuuden tuomat haasteet Lapissa
 - Talvikauden kiire ja siitä aiheutuva kesän toiminnan puute
 - Miten pystytään reagoimaan somessa, kun on kiire tai ollaan poissa (talvi vs. kesä)
 - Talven kiire vs. kesän hiljaisuus; talvea ei voi kasvattaa ellei kesä kasva

Ympäriavuotisuuden edistäminen

- Tärkeää palvelujen skaalautuvuus → keskeistä piikkien tasaaminen
- Matkailupalveluiden saatavuus ympäri vuoden
 - Palveluiden aukipitäminen ympäri vuoden: tarjonnan turvaaminen turisteille.
 - Etukäteisvaraukset mahdollistavat aukioloaikojen laajentamisen ja muidenkin asiakkaiden palvelemisen
 - Sääolosuhteisiin varautuminen; varusteet ja palvelut
 - Tietyt olosuhteet vetovoimatekijöitä tietyille kohderyhmille → oikeat lupaukset suhteessa luonnon olosuhteisiin
- Koulujen loma-aikojen muutokset ja lomien jaksottaminen yhtenä vaihtoehtona
- Varautuminen eri olosuhteisiin (esim. ilmastonmuutoksen vaikutukset)
 - Esim. talvivaellusreitien markkinointi retkiluistelun sijaan (erilaiset talviolosuhteet)
 - Maastopyöräilyreitistö (käyttöä rospuuttoajalle)
 - Matkailupakettien monipuolisuus; vaihtoehtoiset tuotteet ja palvelut

Kestävyys

Toimintaympäristön edellytysten säilyttäminen

- Kestävyyden (myös kulttuurinen kestävyys) säilyttäminen keskeisessä asemassa → ei kaikkea kaikille eikä massamatkailua
- Matkailu elinkeinona tarvitsee ihmisiä ja volyymia, luonto ei kestä kuitenkaan kaikkea → Kantokyky huomioitava matkailualueilla
 - Julkisten tahojen tulee tasapainottaa kysyntää eri alueiden välillä, jotta kaaosta tai luonnon tuhoutumista ei aiheudu.
- Kestävyydessä tärkeää myös eri toimijoiden välinen yhteistyö resursseihin liittyen
 - Eri toimijat keskustelemaan saman pöydän ääreen (luonnonsuojelijat, yrittäjät) → keskustelun kautta yhteinen näkemys toiminnoista alueilla. Hyvänä esimerkkinä kosteikkojen hoito.
 - Fasiliteettien ylläpito ympärivuotisesti
- Resurssien ylläpito
 - Mahdolliset ajoittaiset kalastuskiellot → saaliskalat kasvaisivat
- Paikallisten hyväksyttävä matkailu

Kestävyys

- Kestävyyttä lisääviä ratkaisuja esim. liikennöintiin ja saavutettavuuteen
 - Ilmastonmuutos vs. lentomatkat. Kestävyys paranee viipymää pidentämällä.
 - Halpa lentäminen kestävämmällä pohjalla; pitää olla vaihtoehtoja
- Imago, terveysvaikutukset: voidaanko yhteiskunnan toimilla, energia ym. ratkaisuilla, ohjata niin, että saataisiin hiilineutraaleja kohteita; jätehuollolla suuri merkitys
- Kestävyyden kertominen ja esille tuominen tärkeää
 - Ei voida olettaa, että kestävyys on aina sisäänrakennettu luontomatkatuun
 - Ekosertifikaatit
- Matkailu tukee luonnonsuojelua
- Virtuaalimatkat lisääntyvät ja parantaa 'kestävyyttä'