



KESKI-POHJANMAAN LIITTO
MELLERSTA ÖSTERBOTTENS FÖRBUND



Keski-Pohjanmaan matkailustrategia

2021 - 2025

| | |
|--|-----------|
| 1. JOHDANTO | 1 |
| I. Tausta | 1 |
| II. Valmistelun vaiheet | 2 |
| 2. KESKI-POHJANMAA MATKAILUKOHTENA | 4 |
| I. Keski-Pohjanmaan matkailukohteita | 4 |
| II. SWOT-analyysi | 7 |
| 3. VISIO | 12 |
| 4. STRATEGISET TAVOITTEET | 14 |
| I. Yhteistyön organisointi | 14 |
| II. Kestävä kehitys ja hyvinvointimatkailu | 16 |
| III. Innovatiivinen toiminta | 18 |
| 5. KONKREETTISET TAVOITTEET | 21 |
| I. Kehityksen perusta | 21 |
| II. Keskipohjalainen brändi | 25 |
| 6. TYÖNJAKO JA SEURANTA | 28 |
| I. Roolitus | 29 |
| II. Foorumi | 30 |
| III. Yhteenveto | 33 |
| 7. LÄHTEET | 35 |

1. JOHDANTO

I. Tausta

Keski-Pohjanmaan matkailustrategian tavoitteena on tarkentaa sekä täydentää Keski-Pohjanmaan maakuntaohjelmassa asetettuja matkailun ja kulttuuritoimialojen kehittämistavoitteita. Strategia on tiiviin projektin lopputulos, joka tukee Keski-Pohjanmaan matkailukentän organisoitumista ja pitkäjänteistä tulevaisuuden suunnittelua.

Keski-Pohjanmaan maakuntasuunnitelma, maakuntaohjelma, sekä vetovoimastrategia tunnistavat matkailun jo nyt olennaisena veto- ja pitovoiman tekijänä. Sidosryhmät matkailuyrittäjistä korkeakoululaitoksiin ovat kuitenkin huomioineet, että vaikka maakunnalla on runsaasti matkailullista potentiaalia, ei sitä välttämättä ole vielä hyödynnetty siinä mittakaavassa kuin olisi mahdollista. Keski-Pohjanmaan liiton jäsenkunnat ja osajäsenkunnat ovat myös hahmottaneet matkailun merkityksen. Esimerkiksi Vetelin kuntastrategiassa alueen omista vahvuuksista ammentavaa matkailua tuodaan erinomaisesti esille. Tämän lisäksi mm. Toholampi ja Lestijärvi ovat strategioihinsa kirjanneet matkailullisia tavoitteita. Upea, elävä kulttuuriperintö, joka kulminoituu Kaustisen kansanmusiikkijuhlilla, Salamajärven kansallispuisto ja ympäröivät erämaat sekä Kokkolanseutu, Neristan ja Tankar ovat kaikki kokonaisuuksia, jotka eivät kalpene kansainvälisessä vertailussa. Koko maakunta on täynnä erilaisia festivaaleja ja museoita, nähtävää ja koettavaa. Tuotteet ja osaajat ovat siis jo olemassa, mutta esimerkiksi tuotteistamista ja verkostoitumista tarvitaan.

Matkailustrategia on jatkumoa maakunnan vetovoimastrategialle. Vetovoimastrategia on kulttuurin, liikunnan, matkailun ja viestinnän alojen yhteisstrategia aluekehityksen ja työllisyyden edistämiseksi. Siinä kyseiset alat yhdistettiin aluekehitysnäkökulmasta (Keski-Pohjanmaan liitto, 2015). Matkailun osalta strategiassa kartoitettiin kohderyhmiä, hahmoteltiin päämääriä ja asetettiin tavoitteet vuodelle 2020. Nykyisellä, puhtaasti matkailuun keskittyvällä kokonaisuudella, pyritään vahvistamaan näitä pyrkimyksiä. Matkailustrategian ehdotuksia ja näkemyksiä tullaan

sisällyttämään tulevaisuudessa myös laajemmin maakunnan liiton suunnitelmiin ja strategiatyöhön. Näin varmistetaan toimialalle mahdollisimman laaja kattavuus Keski-Pohjanmaan tulevaisuutta suunniteltaessa.

Matkailustrategian malliksi on valikoitunut kevyt ja jatkuvan päivityksen mahdollistava malli, joka pyrkii huomioimaan globaalit matkailutrendit ja muutokset Keski-Pohjanmaan matkailukentässä, sillä matkailu on herkkä nopeille vaihteluille esimerkiksi ihmisten arvoja ajatellen. Tämä strategia on luonteeltaan selvitysmäinen, jotta sen päälle voidaan vuosittain päivittää ja rakentaa ajankohtaisempaa toimintamallia sekä tarkentaa tavoitteita.

Strategiassa on yleisesti nostettu niitä teemoja, jotka alueelliset toimijat ovat mm. kyselyssä ja haastatteluissa pitäneet tärkeänä. Näitä ovat mm. innovatiivisuus, digitaalisuus, kestävyys ja yhteistyön vahvistaminen. Kohderyhmiä ajatellen pyritään huomioimaan kansainvälisesti tunnistetut demografiset muutokset ja niihin liittyvä matkailijoiden tarpeiden kehitys esimerkiksi turvallisuuden ja digitalisaation suuntaan.

Teemat kulkevat vahvasti työ- ja elinkeinoministeriön valtakunnallisen matkailustrategian vuosille 2019–2028 sekä Suomen matkailun kasvun ja uudistumisen tiekartta 2015–2025:n linjausten mukaan. Tiekartan strategiset painopisteet, kuten teemapohjaisen yhteistyön vahvistaminen ja kilpailukykyisen ja monipuolisen tarjonnan kehittäminen matkailun ja muiden alojen rajapinnoista, näkyvät kaikki tavalla tai toisella strategiassa. Suomen matkailustrategian nostoista mm. kestävyden merkitys, matkailualan digitalisointi, saavutettavuus, kestävä kasvu ja yhteistyön vahvistaminen ovat myös läsnä.

II. Valmistelun vaiheet

Matkailustrategian valmistelu on toteutettu Keski-Pohjanmaan liiton johdolla yhteistyössä mm. Pohjanmaan kauppakamarin palveluvaliokunnan sekä Kokkolanseudun Kehitys Oy:n ”Reittien ja matkailupalvelujen Keski-Pohjanmaa II” -hankkeen toimijoiden kanssa. Tämän lisäksi strategiassa on

hyödynnetty Kokkolan yliopistokeskus Chydeniuksen hallinnoimaa ”Matkailusektori ja alueellisen yhteisöoppimisen kokeilut (MAYKO)” -hanketta ja hankkeen selvityksiä matkailusektorin tilasta ja kehittämistarpeista Keski-Pohjanmaan eri kunnissa. Myös kuntien strategiat on huomioitu taustatyössä.

Strategian valmistelu alkoi keväällä 2020 yhteistapaamisella Pohjanmaan kauppakamarin palveluvaliokunnan jäsenten kanssa. Näkemyksiä strategian painopisteisiin saatiin mm. maakunnasta muutamien verkkotapaamisten ja luontoon siirrettyjen palaverien kautta. Tämän lisäksi prosessin aikana haastateltiin muita maakuntien liittoja heidän kokemuksistaan matkailustrategiakehityksestä. COVID-19-pandemian takia ajatukset työpajoista ja tapaamisista jäivät toteutumatta, ja strategian tavoitteeksi vahvistui kentän organisoituminen.

Päätiedonhankitaväyläksi muodostui verkkokysely, joka suunnattiin kunnille, matkailuyrityksille (mm. Keski-Pohjanmaan yrittäjien, Pohjanmaan kauppakamarin ja maakunnan eri aluekehitysorganisaatioiden kautta) ja kolmannelle sektorille. Kyselyssä haettiin seitsemän avoimen kysymyksen kautta toimijoiden näkemyksiä mm. siihen, mikä on maakunnan vahvuus ja mikä heikkous liittyen matkailuun, mikä voisi olla matkailustrategian visio ja mikä on Keski-Pohjanmaan matkailullinen brändi. Kysely tuotti neljäkymmentä kattavaa näkemystä asetettuihin kysymyksiin kunnalliselta, yksityiseltä ja julkiselta sektorilta ja loi pohjan strategialle. Oli tärkeää huomata, että jo vetovoimastrategiassa esiintyneet elementit liittyen maakuntamme matkailukehitykseen toistuivat maakunnan matkailutoimijoille osoitetussa kyselyssä myös tätä strategiaa valmisteltaessa.

-
- *Matkailun merkitys tunnistettu maakunnassa*
 - *Uusi matkailustrategia jatkumoa liiton vetovoimastrategialle*
 - *Strategian malli kevyt ja jatkuvan päivityksen mahdollistava*
 - *Strategian valmistelu alkoi keväällä*
 - *Strategia pohjautuu pääasiallisesti verkkokyselystä mm. kunnilta ja matkailuyrittäjiltä saatuihin vastauksiin*
 - *Vetovoimastrategiassa nostetut haasteet myös esillä kyselyvastauksissa*

2. KESKI-POHJANMAA MATKAILUKOHTENA

I. Keski-Pohjanmaan matkailukohteita

Kyselyssä konkreettisiksi matkailun vetovoimatekijöiksi maakunnassa nostettiin alla olevat kohteet ja tapahtumat. Kyseessä on siis pääasiallisesti toimijoiden näkemyksiä siitä, mitkä ovat Keski-Pohjanmaan vetonaulat. Tämä ei siis ole kattava lista maakunnan monipuolisesta matkailutarjonnasta, vaan kyseessä on otos vastauksista. Nyt mainittujen lisäksi maakunnassa on runsaasti muitakin tapahtumia kuten esimerkiksi Vetelin Irtonaisviikot ja Kaustisen kamarimusiikkiviikko. Toivosen eläinpuisto ja talonpojanmuseo Kälviällä vetää vuosittain tuhansia matkailijoita. Kaustiselta löytyy myös kiinnostava kansanparannuskulttuuri ja Kansantaiteenkeskus sekä valtakunnalliset Kansansoitinmuseo ja Kansanmusiikki-instituutti. Metsäpeuranmaa Lestijärvellä vetoaa varmasti vaeltajiin ja luonnonrauhaa etsiviin vierailijoihin. Kulttuurikohteiden ja luontokohteiden lisäksi Keski-Pohjanmaalla on runsas potentiaali myös urheiluun liittyvän matkailun suhteen. Kemoran moottorirata on kansallisesti ja kansainvälisesti tunnettu kohde, jossa vierailee vuosittain n. 30 000 kävijää (Kemora.fi, n.d.). Hiihdon maakuntaviesti tarjoaa kiertävänä kisana matkailullisia mahdollisuuksia ja Kokkola Cup on Suomen toiseksi suurin juniorijalkapalloturnaus, johon osallistuu yli 400 kansainvälistä ja kotimaista joukkuetta. Maakunnassa myös investoidaan uuteen infrastruktuuriin niin maakuntakeskuksessa kuin muissakin kunnissa. Esimerkiksi kesällä 2021 valmistuva Kokkolan urheilu- ja tapahtumapuisto tuo merkittävän pirstysruiskeen alueelle, ja puistossa voidaan toteuttaa tuhansien vierailijoiden tapahtumia. Matkailun vetovoimatekijät ovat maakunnassa selvästi kulttuurin ja hyvinvoinnin (liikunta & luonto) puolella.

Visit Finlandin suuraluejaossa Keski-Pohjanmaa on osa rannikko & saaristo - aluetta. Tämä on maakunnalle luonnollinen asemointi, mutta erityisesti maakunnallista kokonaisuutta ajatellen suuraluejako ei saa olla liian määräävä. Esimerkiksi Salamajärven kansallispuistoa ja sen ympärillä olevaa matkailuverkostoa ei välttämättä ole mielekästä markkinoida

rannikotematiikan kautta, vaan linjausten ja teemojen tulisi olla erämaasta ammentavia.

- **Kokkola / Neristan**

Vanhakaupunki Neristan on 12 korttelin puutalokokonaisuus. Vanhimmat rakennuksista ovat 1600-luvulta, ja Neristan on yksi Suomen yhtenäisimmistä ja laajimmista puutalokaupungeista (Visit Kokkola, n.d.).

- **Ohtakarın ja Öjan kalajastajakylät**

Pinta-alaltaan noin 30 hehtaarin kokoisesta Ohtakarın kalastajakylästä ensimmäiset merkinnät ovat jo 1500-luvulta. Se kuvastaa erinomaisesti Pohjanmaan rannikon kalastuselinkeinon kehitystä ja muodostaa kokonaisuutena eräänlaisen museoalueen. Alueelta löytyy myös paikalliseen kalastushistoriaan erikoistunut erikoismuseo, luontopolkuja ja näkötorni yms (Museovirasto, n.d.). Öjan kalajastajakylä on taas yksi rannikon vahvimmin kasvavista matkailukeskuksista ja erinomainen esimerkki Kokkolanseudun merellisyydestä ja saaristolaiselämästä. Kalastajakylät ovat myös hieno mahdollisuus toteuttaa tällä hetkellä trendinä olevaa ”Live like a local” ajattelua.

- **Vattaja**

Vattajanniemen hietikot kuuluvat Pohjois-Euroopan edustavimpiin dyyniluontokohteisiin ja ovat Suomen laajimmat ja luonnontilaisimmat. Avointa, yhtenäistä hiekkarantaa on yli 15 km (Kulmanen, 2016).

- **Tankar**

Tankarin majakkasaari sijaitsee avomeren äärellä noin 15 km Kokkolan satamasta luoteeseen. Tankar (noin 22 ha) on Kokkola-Pietarsaaren välisen saariston pohjoisin metsäinen saari. Se kuuluu Luodon saariston Natura-2000 alueeseen. Kokkolan kaupungin omistama saaren eteläosa on rauhoitettu luonnonsuojelualueeksi (Kokkola, n.d.).

- **Salamajärven kansallispuisto**

Salamajärven kansallispuisto sijaitsee Perhon, Kivijärven ja Kinnulan kuntien alueella kahdessa maakunnassa, Keski-Suomessa ja Keski-Pohjanmaalla. Kansallispuisto on pinta-alaltaan 62 neliökilometriä ja merkittäviä polkuja alueella on yhteensä noin 60 km. Kansallispuistosta alkaa myös **Peuran polku -retkeilyreitistö**, joka sisältää noin 115 kilometriä retkeilyreittejä Perhosta Reisjärvelle saakka (Luontoon.fi, n.d.).

- **Kaustinen Folk Music Festival**

Satoja esiintymisiä ja työpajoja sisältävä Kaustisen kansanmusiikkijuhlat ovat vuosittain heinäkuussa Kaustisella järjestettävä Pohjoismaiden suurin kansanmusiikki- ja -tanssifestivaali. Festivaali järjestettiin ensimmäisen kerran vuonna 1968 (Pro Kaustinen ry, n.d.).

- **Talviharmonikka**

Kokkolan Talviharmonikka on vuonna 1998 aloittanut musiikkifestivaali Kokkolassa, joka järjestetään yleensä helmikuun loppupuolella. Viikon mittainen festivaali pyrkii tuomaan esille monimuotoista musiikkia, jossa harmonikka on mukana instrumenttina tavalla tai toisella. (Wikipedia, n.d.).

- **Lohtajan kirkkomusiikkijuhlat**

”Lohtajan Kirkkomusiikkijuhlat on jo yli 30 vuotta kuulunut oman musiikkialansa laajimpiin vuosittaisiin katselmuksiin. Korkeatasoisia konsertteja, yhteislaulua, runoa, sanaa ja musiikkia maalaismaisemassa.” (Lohtajan kirkkomusiikkifestivaalit Facebook, n.d.).

- **Kokkolan Talvitanssit Festivaali**

”Kokkolan Talvitanssit Festivaali on 25-vuotisen historiansa ansiosta saavuttanut arvostetun paikan Suomen nykytanssifestivaalien joukossa. Festivaali on oman alueensa laajin vuosittainen

tanssikulttuurin tapahtuma. Se tarjoaa merkittävän foorumin tanssitaiteen julkiselle esittäytymiselle sekä taiteilijoiden ja yleisöjen kohtaamiselle.” (Talvitanssit Facebook, n.d.).

- **Kokkolan Kinojuhlat**

”Kokkolan Kinojuhlia järjestää Kokkolan Kinoyhdistys, joka on perustettu vuonna 2018 edistämään elokuvakulttuuria Kokkolassa. Kinoyhdistyksessä vaikuttavat Kokkolasta kotoisin olevat elokuvantekijät ja -rakastajat. Kinojuhlien tavoite on toimia kerran vuodessa kokoontuvana elokuvakerhona, joka tuo kaupunkilaiset ja elokuvan ystävät muualta maasta yhteen yhden viikonlopun ajaksi kesälomien jälkeen, ennen kaamokseen laskeutumista”. (Kokkolan Kinojuhlat, n.d.).

II. SWOT-analyysi

Visit Finlandin tietokanta RUDOLFIn mukaan Keski-Pohjanmaan vuodekapasiteetti vuonna 2019 oli 1333 vuodetta (Visit Finland, 2020). Tämä on 0,82 % koko maan vuodekapasiteetista. Keski-Pohjanmaan majoitusmyynti oli taas 0,6 % koko Suomen majoitusmyynnistä. Huomiot, joita voidaan RUDOLF-tietokannasta tehdä, korreloivat hyvin maakunnan matkailutoimijoiden nostamien haasteiden kanssa. Majoituskapasiteetin määrä ja monimuotoisuus maakunnassa nousee keskusteluissa kerta toisensa jälkeen esille. Majoitusmyynnin kotimaisuusaste oli Keski-Pohjanmaalla yli 85 % vuonna 2019. Kansainvälistyminen onkin yksi matkailutoimijoiden kiinnostuksen kohteiden kärjistä toimialan kehittämiseen suhteen.

Vaikka haasteita maakunnan matkailukentällä löytyy, Keski-Pohjanmaalla on myös omat vahvuutensa, jotka tekevät siitä uniikin matkakohteen ja mielenkiintoisen vaihtoehdon niin kotimaista kuin kansainvälistä matkailuakin ajatellen. Keski-Pohjanmaan maakuntasuunnitelma 2040 on tunnistanut kolme erityisesti matkailuelinkeinon kehittämiseen tukeutuvaa aluetta, joista yksi, ”ankkuri”, sijoittuu Kokkolan edustan saaristoon ja rannikolle, toinen, ”viulu”, Perhonjokilaaksoon ja kolmas, ”metsäpeura”, Lestijärvi-Halsua-Perho-

metsämaille (Keski-Pohjanmaan liitto, 2017). Toimijoiden vastaukset mm. alueen matkailuvahvuuksista noudattavat hyvin samanlaisia linjoja. Vastauksissa painottuu hyvin vahvasti luonnon ja luontomatkailun tärkeys erityisesti Salamajärven kansallispuiston alueella, Lestinjokilaaksossa ja rannikolla (ankkuri ja metsäpeura). Tämän lisäksi tärkeä elementti on kulttuuri, erityisesti Kaustisen alueen vahva ja elävä kulttuuriperintö, mutta myös esimerkiksi Kokkolan alueen Neristan ja muut urbaanimmat vetovoimatekijät ja kulttuurilaitosten tuottamat taide- ja kulttuuripalvelut (ankkuri ja viulu). Luonnon ja kulttuurin monimuotoisuus alueella, jossa välimatka ovat kuitenkin suhteellisen lyhyitä, koettiin selväksi vahvuudeksi. Toisaalta isona haasteena esitettiin julkisen liikenteen ongelmat.

Seuraavaan SWOT-analyysiin on nostettu ne elementit, jotka ovat esiintyneet niin kyselystä saaduissa vastauksissa kuin myös toimijoiden kanssa käydyissä keskusteluissa. Taulukkoon teemat on nostettu pelkistetysti tietomäärän tiivistämiseksi. Esimerkiksi luonto on nostettu vahvuudeksi monelta eri kannalta (rauhottuminen, reitistöt, maisemat, jne.) ja kulttuurin suhteen tilanne on hyvin samanlainen (kulttuurihistoria, Neristan, Kaustinen, kansanparannus, jne.).

| VAHVUUDET | HEIKKOUEDET |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - monipuolinen luonto - vahva kulttuuriosaaminen - pienet etäisyydet - turvallisuus - tapahtumatuotanto - yhteisöllisyys | <ul style="list-style-type: none"> - infrastruktuuri - sijainti - tuntemattomuus - pienet resurssit - massakohteiden puute - majoituspaikkojen puute - ammattimaisuuden puute - kärkiyritysten puute |
| MAHDOLLISUUDET | UHAT |
| <ul style="list-style-type: none"> - tuntemattomuus - yhteistyöverkostot - Unescon aineettoman kulttuuriperinnön luettelo - matkailun megatrendit | <ul style="list-style-type: none"> - globaalit uhat (COVID-19) - matkailun megatrendit - julkisen liikenteen heikkeneminen |

Monipuoliset luontomahdollisuudet ja elävä kulttuuriperintö ovat selkeät kärjet. Niiden alle mahtuu tunnettuja vetovoimatekijöitä kuten Vattajan hiekkadyynit

ja Kaustisen musiikkifestivaali sekä tulevaisuuden mahdollisia matkailuventureita, vaikkapa tuotteistettu kansanparannuskulttuuri ja laajempi pyöräilymatkailuverkosto. Tarkkailemalla kansainvälisen ja kansallisen matkailun trendejä ja vastaamalla nouseviin matkailutarpeisiin voi Keski-Pohjanmaasta kehittyä nopealla aikataululla yksi kotimaisen matkailukentän nousevista tähdistä. Esimerkiksi Kaustislaisen viulunsoiton ja siihen liittyvien käytänteiden ja ilmauksien todennäköinen lisääminen Unescon aineettoman kulttuuriperinnön luetteloon vuonna 2021 tulee tarjoamaan ennennäkemättömät mahdollisuudet Keski-Pohjanmaan matkailukehitykselle. Kehitettäessä matkailua elinkeinona tavoitteena tulee olla Keski-Pohjanmaan matkailuelinkeinon tukeminen monialaisesti julkisen, yksityisen ja kolmannen sektorin yhteistyön kautta.

Heikkouksista kahdeksi kärkiteemaksi ovat nousseet infrastruktuuri ja julkinen liikenne sekä majoituskapasiteetti ja sen monimuotoisuuden puute. Molempiin haasteisiin tulee jatkossa vastata mm. hanketoiminnan ja matkailupalveluiden kehittämisen kautta. Paranevat liikkumismahdollisuudet maakunnan sisällä edesauttavat matkailukentän pyrkimyksiä, mutta esimerkiksi Pietarsaari-Kokkolan lentokentän vaikeudet tuovat lisähankaluuksia laajemman matkailijavirran houkuttelemisen suhteen, etenkin kansainvälisesti. Majoituskapasiteetin kohdalla ongelma on erityisesti sen keskittyminen maakuntakeskuksen alueelle. Yritysmallisen majoitustoiminnan rinnalle on kuitenkin kehittymässä vaihtoehtoisia majoitusmahdollisuuksia esimerkiksi Airbnb ja vastaavien kiertotalousalustojen ansiosta, jotka mahdollistavat yksityishenkilöille majoituspalveluiden tarjoamisen heidän haluamallaan tavalla. Tällaiset pienimuotoiset majoituspalvelut voivat erinomaisesti tukea esimerkiksi festivaalikävijöiden majoittamista sesonkiaikaan.

Esille nostettu ammattimaisuuden puute esiintyy vastauksissa monissa eri muodoissa. Sillä on tarkoitettu mm. markkinoinnin puutetta, palvelukokonaisuuksien hallintaa, asiakaspalvelun haasteita ja sitä tosiasiaa, että matkailupalveluiden tuottajista suurin osa on pieniä yrityksiä ja usein vielä sivutoimisia (Rosenqvist, 2020). Toisaalta yleinen yhteisöllisyys ja yhteishenki pienten matkailuyrittäjien kesken nousi myös esille kyselyyn osallistujien

keskuudesta. Onkin selvää, että matkailun nouseminen aluetaloudellisesti merkittäväksi teollisuudenalaksi Keski-Pohjanmaalla vaatii matkailutoimijoilta yhteistyötä esimerkiksi markkinoinnissa ja yrityshankkeiden ja palvelutarjonnan kehittämisessä. On myös erittäin tärkeää, että yhteistyö ylittää kuntarajat ja saa mukaansa niin paikalliset pientoimijat kuin alueella operoivat kansalliset yrityksetkin.

Osa nostetuista tekijöistä, kuten esimerkiksi alueen tunnettuus, esiintyy vastauksissa sekä vahvuutena että heikkoutena. Toisaalta nähdään, että verrattain tuntemattomalla maakunnalla ei ole samanlaista vetovoimaa kuin kansallisilla massakohteilla kuten Lapilla, mutta toisaalta se mielletään myös positiiviseksi mahdollisuudeksi muokata Keski-Pohjanmaasta aivan omanlaatuisensa destinaatio. Matkailun globaalit megatrendit, jotka tällä hetkellä suosivat eksklusiivisia kohteita, yksilöllistä palvelua ja erilaisuutta, tukevat vahvasti tätä näkemystä.

Positiivisten vaikutusten lisäksi myös globaalit uhat voivat vaikuttaa Keski-Pohjanmaan matkailukenttään. Vaikka kansainvälisesti ajatellen Pohjoismaat ja Suomi mielletään turvallisiksi kohteiksi, epidemiat, terrori-iskut ja muut kansainvälisesti merkittävät tapahtumat voivat vähentää huomattavasti matkailupalvelujen kysyntää. COVID-19-epidemia on tästä hyvä esimerkki. Kansallisella tasolla sen sijaan ei ole nähtävissä potentiaalisia uhkia, jotka tekisivät Keski-Pohjanmaasta vaikean matkailukohteen kotimaanmatkailulle.

Toisena uhkakuvana on globaalien trendien kääntyminen matkailua ja esimerkiksi vaikka Pohjoismaita vastaan. Vaikka kyseessä onkin sangen utopistinen mahdollisuus, viitteitä matkailuvastaisuudesta on jo näkyvissä, ja tilanne voi hyvinkin eskaloitua COVID-19-epidemian takia.

-
- *Keski-Pohjanmaalla on runsaasti matkailukohteita*
 - *Painotus vahvasti hyvinvointimatkailun ja kulttuuripalveluiden suuntaan*
 - *Strategiassa vain ote kyselyssä nostetuista kohteista, ei kattava lista*

- *Keski-Pohjanmaan yöpyjät pääsääntöisesti kotimaisia, kansainvälistyminen yksi selkeä kehityskohta*
- *Kaustislaisen viulunsoiton ja siihen liittyvien käytänteiden ja ilmauksien todennäköinen lisääminen Unescon aineettoman kulttuuriperinnön luetteloon vuonna 2021 erittäin suuri matkailullinen mahdollisuus, joka tulee hyödyntää*
- *Infrastruktuurin ja julkisen liikenteen ongelmat sekä majoituskapasiteetin monimuotoisuuden puute suurimmat haasteet*
- *Käynnissä rakennushankkeita, jotka tuovat ison piristysruiskeen matkailulle*
- *Ammattimaisen toiminnan puute myös iso haaste, jota kompensoidaan erinomaisella yhteishengellä*
- *Alueen tunnettuus nähdään sekä heikkoutena että vahvuutena*
- *COVID-190-epidemiasta huolimatta globaalit trendit tällä hetkellä pohjoismaissa ja Suomessa matkustamisen puolella (turvallisuuden ja rauhallisuuden kaipuu)*

3. VISIO

Visio voidaan määritellä näkemyksenä tulevasta. Voimassa oleva Keski-Pohjanmaan maakuntasuunnitelma 2040 hahmottelee liiton toimintaa aina vuoteen 2040 saakka. Suunnitelmassa todetaan, että vuonna 2040 Keski-Pohjanmaa on hyvinvoiva kasvun maakunta, jonka menestys pohjautuu monipuolisen kasvun ja kilpailukykyisen alueen toimintaedellytysten turvaamiseen ja kehittämiseen (Keski-Pohjanmaan liitto, 2017). Kasvun varmistamiseksi myös matkailusektorista tulee kehittyä yksi aluetalouden tukijaloista, joka omalla panostuksellaan tukee maakuntasuunnitelmaa. Pitkäjänteisten suunnitelmien tekeminen matkailusektorille on kuitenkin haastavampaa kuin perinteisemmille teollisuudenaloille, sillä matkailu on erityisen herkkä talouden vaihteluille ja sosiaalisille kehityssuunnille. Alan kehitysnäkymät ovat kuitenkin mielenkiintoisia: vuonna 2030 kehittyvien valtioiden arvioidaan vastaavan 2/3 osaa maailman talouskasvusta (OECD, 2010). Tämä muutos yhdessä muuttuvien ympäristöolosuhteiden, teknologisten innovaatioiden ja muuttuvien demografioiden kanssa tulee todennäköisesti muuttamaan matkailua radikaalisti vuoteen 2040 mennessä.

Toimijoita konsultointiin myös matkailustrategian visio-osuuteen. Selkeitä teemoja, joita vastauksista nousi, olivat mm:

- Etätyön ja luontomatkailun maakunta
- Matkailusta yksi alueen taloudellinen tukijalka
- Kestävä ekologinen ja luonnon huomioiva matkailu
- Keski-Pohjanmaan luontomatkailu on merkittävä osa Suomen ja Euroopan matkailukokonaisuutta, jota markkinoidaan globaalisti hiljaisuutta ja luonnon puhtautta arvostaville asiakkaille

Vastauksissa esitettiin myös konkreettisia toimintaehdotuksia kuten alueellisesti rajattu matkailuportaali, yhteistyön tiivistäminen ja matkailutoimintaa koordinoivan organisaation perustaminen.

Kun sovitetaan yhteen matkailukentän toiveet ja näkemykset sekä Keski-Pohjanmaan liiton maakuntasuunnitelma 2040, voidaan yhtymäkohdista muodostaa koherentti visio maakunnan matkailukehittämiselle seuraavan viisivuotiskauden aikana:

Vuonna 2025 matkailuelinkeino on olennainen osa maakunnan aluetaloutta ja vetovoimaa. Matkailusektorin eri tekijät kunnista yrittäjiin ja kolmanteen sektoriin toimivat hyvässä yhteisymmärryksessä ja suunnitelmallisesti edistäen yhdessä määriteltyjä tavoitteita, jotka perustuvat maakunnan tunnistettuihin vahvuuksiin. Toiminta perustuu kestävän kehityksen periaatteiden noudattamiseen.

-
- *Matkailukenttä globaalisti mullistumassa seuraavan vuosikymmenen aikana*
 - *Pitkäjänteiset suunnitelmat ongelmallisia, pyritään nopeaan reagointiin kykeneviin ratkaisuihin myös strategiatyössä*
 - *Matkailun toipuminen nykytasolla kestää ainakin vuoteen 2023*

4. STRATEGISET TAVOITTEET

Strategiset tavoitteet tukevat vision toteutumista. Ne ovat myös perusta matkailukentän kehittämiseen lyhyempää aikajännettä ajatellen. Kyselyssä toimijoita haastettiin esittämään kolme nostoa, joiden avulla visio voidaan saavuttaa. Ajatuksia strategisista tavoitteista tuli runsaasti, ja ne on nyt jaoteltu kolmen pääosion alle: yhteistyön organisointi, kestävä kehitys ja hyvinvointimatkailu sekä innovatiivisuus toiminnassa. Strategisessa toiminnassa on tärkeää huomioida globaalit trendit ja tulevat kehityskuvat. Kaksi nopeimmin kasvaa väestöryhmää globaalissa matkailussa ovat seniorimatkustajat ja Y&Z-sukupolvet, eli milleniaalit ja diginatiivit (Horwath HTL, 2015). Näille ryhmille esimerkiksi hyvinvointimatkailu, erittäin personoidut matkailupalvelut ja ”tunneyhteys” kohteeseen ovat tärkeitä tekijöitä. Tämän lisäksi teknologinen kehitys ja innovoivat palvelut ovat selkeitä myyntivaltteja tavoiteltaessa näiden ihmisryhmien asiakkuutta. Ilahduttavasti tämä heijastui myös kyselyn vastauksiin, jotka kautta linjan korreloivat näiden väestöryhmien tarpeiden kanssa.

I. Yhteistyön organisointi

Huomattavan suuri osa matkailutoimijoista nosti yhteistyön tehostamisen tärkeimmäksi elementiksi keskipohjalaisen matkailukentän kehittämisessä. Yhteishenki pienten matkailuyrittäjien kesken on koettu hyväksi, mutta tämä pitäisi saada leviämään myös muille sektoreille sekä isompien toimijoiden keskuuteen. Keski-Pohjanmaan matkailukehitys on hyvin pitkään pohjautunut Kokkolan ja Kaustisen matkailutarjontaan ja niiden ympärillä operoivien organisaatioiden ja yritysten tulokseen. Päätoimisia ja muuten hyväkuntoisia matkailuyrityksiä ei saa kuitenkaan kehityksessä laiminlyödä, vaan esimerkiksi hanketoiminnassa ja matkailukentälle suunnatussa koulutuksessa tulee huomioida eritasoisten organisaatioiden mahdolliset erityistarpeet. On kuitenkin selvää, että ottamalla myös pienemmät matkailutoimijat tiiviimmin osaksi yhteistä tekemistä ja palvelutarjontaa saavat myös isommat toimijat laajennettua omia palveluitaan ja vastattua paremmin omien asiakkaidensa tarpeisiin. Esimerkiksi Kaustisen kansanmusiikkifestivaali voisi hyödyntää perhemajoituksen lisäksi kiertotalousalustoilta nousevia muita

pienimuotoisempia majoitusmahdollisuuksia, ja Kokkolan keskustan isommat hotellit voisivat yhteistyössä elämispalveluiden tarjoajien kanssa kasvattaa vierailijoidensa yöpymismääriä nostamalla brändiinsä istuvia elämispalveluita alueella esille. Toisiin matkailupalveluihin tutustuminen ja niiden suosittelu on osoittautunut yhdeksi tehokkaimmista tavoista nostaa alueellisen matkailukentän tunnettuutta niin kansallisesti kuin kansainvälisestikin. Laajempi yhteistyö matkailupalveluiden kesken mahdollistaa myös tehokkaamman tuotekehityksen ja paketoinnin sekä vahvistaa alueen mahdollisuuksia vastata eri kohderyhmien tarpeisiin.

Keski-Pohjanmaan matkailukentän ollessa hieman hajanainen yksi matkailustrategian pääsuosituksista onkin yhteisen foorumin perustaminen, joka mahdollistaisi erilaisten toimijoiden ajatuksenvaihdon ja verkostoitumisen minimaalisin kustannuksin. Matkailufoorumimallista on jo erinomaisia kokemuksia ympäri Suomea. Vuosittainen ja kiertävä foorumi myös takaisi sen, että jokainen segmentti (kunnat, isot ja pienet yritykset, kehitysyritykset, jne.) saisi äänensä kuuluviin ja omat prioriteettinsa esille sekä auttaisi toimijoita pysymään kartalla muiden toimijoiden ponnistuksista. Foorumi myös tukisi esimerkiksi yhteisiä markkinointiponnistuksia ja viestintää, tuotepaketteja, yritysryhmähankkeita, alueen brändikehitystä ja yhteisiä investointeja. Tämän lisäksi foorumin avulla voitaisiin määritellä yhteinen matkailun vuosikello, joka edesauttaisi esimerkiksi tapahtumien tunnettuutta, eri sesonkien prioriteettien huomiointia ja eri toimijoiden tarpeita eri vuodenaikoina.

Toiminnan kehittämiseksi on myös olennaista, että matkailukentällä on resurssit suunnitelmiansa toteuttamiseen. Hankkeistamalla toimintaa voidaan toteuttaa ratkaisuja, jotka eivät välttämättä muuten olisi mahdollisia. Kunnilla ja aluekehitysorganisaatioilla on iso rooli hankkeiden mahdollistajina. Koulutusorganisaatioilla on taas tärkeä rooli hanketyössä mm. tutkimuksellisen tiedon tuottajina ja hankekumppaneina yrityksille. On tärkeää, etteivät yritykset joudu kääntymään, kumppanuuksia etsiessään, muualle Suomeen. Maakunnassa oleva laadukas koulutusverkosto, jolla on myös valmius ryhtyä yhteistyöhön yritysten ja matkailuorganisaatioiden kanssa, tulisi nähdä ensimmäisenä vaihtoehtona. Kun matkailutoimijoilla on

yhtenäisempi ääni ja yhdessä sekä monialaisesti määriteltyjä tarpeita, mahdollistaa se myös tehokkaamman hankerahoituksen hyödyntämisen. Yhteisiä tarpeita on selkeästi nostettu esiin esimerkiksi markkinoinnin, myynnin, koulutuksen ja kansainvälistymisen kentillä.

Yhteistyön organisointi maakunnan sisällä mahdollistaa myös aktiivisemman yhteistyön muiden sidosryhmien kanssa. Yhteistyö naapurikuntien vakiintuneiden matkailukeskittymien kuten Kalajoen tai vaikkapa Seinäjoen tai Vaasan kanssa on luonnollisesti helpompaa, kun tavoitetilä on maakunnassa yhtenäinen. On ehdottoman tärkeää, että Keski-Pohjanmaan matkailukenttä tekee yhteistyötä myös erityisesti naapurimaakuntien kanssa ja osallistuu laajempaan matkailualuekehitykseen. Keski-Pohjanmaan liiton osajäsenkuntien matkailukokonaisuudet huomioidaan jo nyt maakunnan matkailun käytännön työssä. Ne tulee huomioida myös strategian oheen valmistuvassa toimenpideohjelmassa. Hyvä toimintamalli on lähtökohtaisesti noudattaa työ- ja elinkeinoministeriön matkailun tiekartassakin nostettua teemapohjaista yhteistyötä (Työ- ja elinkeinoministeriö, 2015) ja kartoittaa ne verkostot ja yhteistyöalueet, jotka korreloivat Keski-Pohjanmaan vahvuuksien kanssa. Nykyään vahvat alueelliset toimijat Keski-Pohjanmaalla toteuttavat jo matkailuyhteistyötä eri kansallisissa ja alueellisissa kokonaisuuksissa, mutta maakunnallinen, keskipohjalainen, näkemys on vielä puuttunut.

II. Kestävä kehitys ja hyvinvointimatkailu

Kestävä kehitys ei ole pelkästään luontoon ja ekologisuuteen liittyvä käsite. Määritelmä sisällyttää myös taloudellisen, sosiaalisen ja kulttuurisen kestävyuden varmistamisen. Kestävään kehitykseen pohjautuva toiminta perustuu siihen, että nykyhetken tarpeet tyydytetään viemättä mitään tulevilta sukupolvilta (Valtioneuvoston kanslia, n.d.). Kestävän kehityksen huomiointi on myös yksi matkailun jatkuvista megatrendeistä, sillä mm. ilmaston lämpeneminen, alkuperäiskansojen oikeudet ja massaturismin negatiiviset vaikutukset esimerkiksi kulttuurihistoriallisissa kohteissa määrittävät monen potentiaalisen matkustajan kohdepäätöksiä jo nyt. Booking.comin vuoden 2019 asiakastutkimuksen mukaan 72 % matkailijoista tuntee, että ihmisten pitää tehdä kestäviä päätöksiä matkailuun liittyvissä päätöksenteoissaan.

55 % matkailijoista koki toteuttavansa määrätietoisemmin kestäviä ratkaisuja matkailuvalinnoissaan kuin vuonna 2018 (Booking.com, 2019).

Keski-Pohjanmaan matkailun tuleekin perustua näille kolmelle määritelmälle:

1. Matkailutoiminnan tulee olla liiketaloudellisesti kannattavaa.
2. Matkailun tulee luoda maakuntaan hyvinvointia ja työpaikkoja sekä edistää yleistä viihtyvyyttä. Sen tulee perustua maakunnan omiin vahvuuksiin kuten laadukkaaseen kulttuurin ja taiteen tarjontaan sekä monipuoliseen luontoon.
3. Luontoa käytetään matkailussa kestävän kehityksen periaatteita kunnioittaen. Toiminnassa suositetaan ympäristöystävällisiä menetelmiä ja kiertotaloutta.

Tämän lisäksi keskipohjalaisten matkailuyritysten pitää mahdollisuuksien mukaan osallistua ohjelmiin ja kehityspolkuihin, jotka tukevat kestävän kehityksen matkailua. Esimerkiksi osallistumalla Visit Finlandin Sustainable Travel Finland -ohjelmaan ja noudattamalla kehittämisspolun askeleita, varmistetaan Keski-Pohjanmaan näkyvyys kansallisesti ja kansainvälisesti sekä tuetaan matkailutarjonnan alueellista kehittämistä.

Jokainen yritys, yhdistys ja matkailutoimija toteuttaa ekologisesti, taloudellisesti, sosiaalisesti ja kulttuurisesti kestävästä kehitystä ja toimintaa omien resurssiensa sekä mahdollisuuksiensa mukaan. Yhteisesti ja maakunnan tasolla toteutettavat askeleet tulee päättää niin, ettei päätöksistä ja toimintamalleista aiheudu kohtuuttomia investointeja toimijoille.

Hyvinvointimatkailu on kansainvälisesti yksi matkailun merkittävimpiä kasvualoja. Visit Finlandin hyvinvointimatkailun kehittämissstrategia määrittelee käsitteen seuraavasti:

”Hyvinvointimatkailu on matkailua, joka tuottaa matkailijoille hyvää oloa vielä matkan päätyttyäkin. Hyvinvointimatkailu ei ole sairautta parantavaa eikä kuntoa korjaavaa vaan kulloistakin matkailijan terveydentilaa ylläpitävää ja

edistävää sekä vireyttä antavaa. Hyvinvointimatkailu tuottaa asiakkaalle yksilöllistä ja kokonaisvaltaista hyvää oloa, joka voi olla sekä fyysistä että psyykkistä vireyttä antavaa” (Renfors, 2016).

Hyvinvointimatkailun sateenvarjon alla ovat tämän tulkinnan mukaan myös mm. elämys- ja luontomatkailu, joiden toteuttamiseen Keski-Pohjanmaan seutu antaa loistavat puitteet. Luontomatkailuninfrastrukturi yhdistettynä laadukkaaseen kulttuuritarjontaan sekä rannikkoseudun ominaispiirteisiin toteuttaa kokonaisvaltaisesti hyvinvointimatkailun periaatteita ja kasvattaa Keski-Pohjanmaan potentiaalia matkailukohteena myös näille asiakassegmenteille.

III. Innovatiivinen toiminta

Innovatiivisuus on nykyaikana elinehto erittäin monella toimialalla. Matkailusektori on erityisen herkkä uudistumisen ja innovatiivisuuden tarpeille ja ne destinaatiot, jotka kykenevät reagoimaan muutoksiin ja tarpeisiin kaikkein tehokkaimmin, ovat myös ne, jotka houkuttelevat matkailijavirtoja. Matkailukentällä on runsaasti esimerkkejä - Thomas Cookista Booking.comiin – siitä, mikä merkitys teknologisilla innovaatioilla on matkailubisneksessä. Maakunnan matkailusektorin mullistava innovaatio ei välttämättä siis edes tule matkailukentältä. On myös hyvä huomioida, etteivät innovaatiot ole rajoittuneet pelkästään teknologisiin ratkaisuihin, vaan jo pienimmät irtiotot vaikkapa uudesta ruokalajista lähtien voivat olla se tekijä, jolla kohteen tunnettuutta voidaan rakentaa. Innovointia voi myös tapahtua olemassa olevien prosessien jalostamisessa. Hedelmällistä maaperää innovaatioille yrityksissä on mm. hyvä yrityskulttuuri, innovaatioihin keskittyminen, riskinottohalukkuus ja luovuus. Myös henkilöstön kouluttaminen ja uusien teknologioiden käyttöönotto luovat pohjaa innovaatioille.

Keski-Pohjanmaan matkailukenttä on tilanteessa, jossa innovaatioille on suuri tilaus ja hyvä mahdollisuus. Pienet ja sivutoimiset yritykset voivat vakiintuneiden toimijoiden kanssa yhteistyössä luoda matkailuratkaisuja ja esimerkiksi hakea toteutuksiin rahoitusta hankkeistamisen kautta. Hankkeissa ja hankehauissa voidaankin tähdätä eri sektoreiden yhteistyöllä niille osa-

alueille, jotka edesauttavat innovatiivista otetta ja tukevat alueellisia vahvuuksia. Huomioimalla Keski-Pohjanmaan uniikit ominaispiirteet ja vastaamalla vaikkapa suurien ikäluokkien ja X&Y-sukupolvien tarpeisiin esimerkiksi yksilöllisten palveluiden saralla voidaan maakunnan matkailukuvaa vahvistaa entisestään laadukkaana, paikallisista kulttuuri- ja taidepalveluista ja luonnosta ammentavana matkailukohteena. Maakunnan matkailutoimijoiden tulee olla aktiivisesti mukana löytämässä ja jalostamassa innovatiivisia toimintamalleja osaksi Keski-Pohjanmaan matkailutarjontaa. Esimerkiksi Live like a local – konseptien (joilla pyritään integroimaan matkailija mahdollisimman aidontuntuisesti destinaation ”jokapäiväiseen elämään”) hyödyntäminen elävän kulttuuriperinnön kanssa tarjoaa erinomaisia mahdollisuuksia yrittäjille ja hienoja kokemuksia matkailijoille.

Yksi varteenotettava tapa hyödyntää innovatiivista ajattelutapaa ja teknologisia edistysaskelia on virtuaalimatkailu. Mahdollisuus vieraila ympäri maailmaa omalta kotisohvaltaan on erityisesti tällä hetkellä suosittu ajanviete laajalle kohderyhmälle. Se myös avaa mahdollisuuden kustannustehokkaaseen markkinointiin ja alueen näkyvyyden kasvattamiseen tilanteessa, jossa matkailusektori valmistautuu tulevien vuosien kovaan kilpailuun, kun kansainvälinen matkailu taas jatkuu.

Oleellinen innovaatiomuoto on myös uusien matkustusreittien ja -tapojen tutkiminen ja käyttöönotto. Esimerkiksi meriteitse liikkumisen kartoittaminen, jakamistalouteen perustuva liikennöinti ja elinkeinoministeri Mika Lintilän esille nostama merenkurkun ylittävä silta ovat ratkaisuja, joiden elinkelpoisuus tulee tutkia.

Innovaatioihinkin liittyen keskinäinen ajatustenvaihto ja tavoitteiden kartoitus on äärimmäisen tärkeää. Esimerkiksi toimijoiden esittämät ajatukset ”osaajapankin” perustamisesta, jonka avulla majoitusyrittäjät voivat pienellä vaivalla löytää ohjelmapalveluyrittäjiä, joita saattaa yhteen asukkaiden kanssa tarpeen niin vaatiessa, ovat paikallislähtöisiä innovaatioita, joiden potentiaalia ei vielä olla päästy mittaamaan. Myös joukkoliikenteen saralla tutkitaan eri mahdollisuuksia helpottaa alueellista liikennettä esimerkiksi digitaalisten

työkalujen avulla (Kaustisen seutukunta, 2019). Alueellisista lähtökohdista nousevat innovatiiviset ajatukset ja ideat, joita voidaan jatkojalostaa hankkeiden kautta kokeiluiksi, ovatkin yhteistyön organisoinnin lisäksi eräs niistä strategian tukijaloista, joiden varaan keskipohjalaista matkailukenttää tulisi tulevaisuudessa rakentaa.

-
- *Nopeimmin kasvavat väestöryhmät matkailussa ovat seniorimatkustajat ja Y&Z-sukupolvet*
 - *Pienemmät matkailutoimijat mukaan päättämään maakunnan matkailukehityksestä yhdessä isompien toimijoiden kanssa -> laajempi palvelutarjonta*
 - *Ristiinsuosittelua kasvatettava*
 - *Resursseja toimintaan aktiivisesti hankkeistamalla, tässä kunnilla ja aluekehitysorganisaatioilla iso rooli mahdollistamisessa ja koulutusorganisaatioilla kumppanina toimimisessa*
 - *Yhteisiä tarpeita toimijoilla mm. markkinoinnin, kansainvälistymisen ja myynnin saralla*
 - *Matkailutoiminnan pitää perustua Keski-Pohjanmaalla kestävän kehityksen periaatteiden kunnioittamiseen*
 - *Osallistuminen esimerkiksi Visit Finlandin Sustainable Travel Finland -ohjelmaan tärkeää niin markkinoinnin kuin verkostoitumisenkin kannalta*
 - *Innovatiivinen ajattelu ja toiminta tärkeää*
 - *Innovaatiot voivat olla pieni asioita ja nykyisten toimintamallien kehittämistä*
 - *Esimerkiksi Live like a local – konsepti ja virtuaalimatkailu ovat matkailuinnovaatioita, jotka istuvat Keski-Pohjanmaan matkailukentälle*
 - *Alueelliset ja hankkeiksi sekä kokeiluiksi jalostettavat innovaatiot suuri mahdollisuus yhteistyön tiivistämiseen ja maakunnan profiilin nostattamiseen*

5. KONKREETTISET TAVOITTEET

I. Kehityksen perusta

Konkreettiset tavoitteet ovat ne askeleet, joiden avulla edistetään strategisten tavoitteiden ja asetetun vision toteutumista. Matkailuala on käytännössä täysin palveluliiketoimintaa ja täten myös erittäin riippuvainen työntekijöistään. Tätä ajatellen matkailustrategiassa painotetaan matkailijoiden tarpeisiin vastaamista ja työntekijöistä ja toimijoista huolehtimista sekä kouluttamista. Nämä kaksi näkökulmaa yhdessä yleisestä elinkeinokehityksestä huolehtimisen lisäksi ovat maakunnan matkailukehityksen tukijalat.

Konkreettisten tavoitteiden saavuttamiseksi ja strategisten tavoitteiden edistämiseksi matkailutoimijoiden tulisi käyttää hyväksi myös Visit Finlandin laajaa julkaisumateriaalia. Julkaisuista löytyvät mm. temaattiset tuotesuosituksot esimerkiksi luontomatkailuun, urheilumatkailuun ja hyvinvointimatkailuun liittyen. Tämän lisäksi materiaalipankista voi löytää yksityiskohtaisempia temaattisia strategioita tukemaan vaikkapa ruokamatkailua alueella. Suuri osa materiaalista koskettaa myös Keski-Pohjanmaan vahvuuksia, vaikka puhutaankin kansallisen tason linjauksista.

Yleisen elinkeinokehityksen näkökulmasta tilanne COVID-19-pandemian takia on erittäin haastava, sillä matkailuelinkeino ei vielä vuosiin toipune pandemian vaikutuksista. Matkailualan palautuminen nykytasolle kestää ainakin vuoteen 2023, ja tämän on arvioitu olevan tilanne parhaassa tapauksessa (Kyyrä, 2020). Mittaristo elinkeinokehitykselle tulisi siis miettiä tarkkaan. Lähivuosina seuranta ei tulisi suorittaa pelkästään tilastollisin menetelmin, sillä esimerkiksi yöpymisien määrän mittaaminen ja paikkakunnalle jäävien eurojen laskeminen ei välttämättä anna oikeaa kuvaa prosessin etenemisestä. Esimerkiksi pandemia-ajan lähimatkaillijat eivät välttämättä kartuta maakunnan yöpymistilastoja tai kuluta alueen palveluita samalla tavalla kuin kansainväliset matkailijat, mutta silti heidän tekemänsä mainetyö voi olla erittäin arvokasta koko maakunnalle etenkin tulevaisuutta ajatellen.

Saavutettavien ja tilastollisten tavoitteiden esittäminen on elinkeinokehitystä ajatellen kuitenkin tärkeää. Tätä tarkoitusta ajatellen ja matkailusektorin kehitystä yleisestä elinkeinokehityksen näkökulmasta katsoen asettaa tämä strategia kuitenkin muutamia tilastollisia tavoitteita erittäin pitkällä aikavälillä huomioiden tämän hetken globaalit ja kansalliset haasteet matkailussa. Näin se korreloi Keski-Pohjanmaan maakuntasuunnitelman aikajänteen kanssa.

Vuoteen 2040 mennessä keskipohjalaisen matkailusektorin tulee:

- olla kasvattanut yöpymisten määrä vuoden 2020 n.100 000 yöpymisestä (arvio) 400 000 yöpymiseen
- olla kasvattanut viipymää alueella vähintään kolmeen (3) yöhön
- tuottaa maakunnan bruttokansantuotteelle 1,5 prosentin osuuden
- olla kasvattanut tunnettuuttaan siten, että esimerkiksi sosiaalisen median mainintojen ja mediahuomion (editoriaalit, lifestyle-jutut, jne.) määrät ovat kaksinkertaistuneet

Lähivuosina Keski-Pohjanmaan tulee keskittää resurssinsa tunnettuuden ja yhteistyön kasvattamiseen. Näiden onnistumisia voidaan havainnoida myös lyhyellä aikavälillä esimerkiksi yhteisten tuotepakettien määrillä ja mediaseurannalla. Matkailukentän toipumisen jälkeen voitaisiin myös seurantamittareissa palata konkreettisempaan tilastoseurantaan yleisemminkin. Samalla rakennetaan matkailulle pohjaa, jolla se nousee yhdeksi Keski-Pohjanmaan aluetalouden kärjistä vuonna 2040.

Lyhyemmällä aikajänteellä strategia määrittää matkailusektorin kehitystä viiden vuoden syklillä siten, että välitavoitteita tarkastellaan vuonna 2023, kun matkailun odotetaan globaalisti toipuneen vuoden 2020 tasolle. Vuonna 2025 toteutetaan laajempi tilannekatsaus ja valmistellaan seuraavan viisivuotiskauden strategia & toimintasuunnitelma sen aikaisen tilanteen pohjalta.

Tyypillisesti ottaen matkailualan työpaikkojen ominaisuuksia ovat korkea vaihtuvuus, osa-aikatyöt, matala palkka ja etenemisen puute. Ala on myös monilta osin riippuvainen ulkomaisesta työvoimasta. Vaikka Keski-

Pohjanmaalla tilanne ei ole tämän suuntainen, nämä matkailualan trendit on syytä tiedostaa ja keskittyä tulevaisuuden suunnitelmissa myös työntekijöistä ja yrittäjistä huolehtimiseen myös pitkällä aikajänteellä. Matkailusta on luotava houkutteleva työllistymisvaihtoehto kaikilla koulutusportilla ja kaikissa ikäluokissa. Keski-Pohjanmaalla on jo olemassa laadukkaiden koulutusorganisaatioiden verkosto, joka kattaa kaiken toiselta aseelta yliopistoihin. Yhteistyö näiden organisaatioiden ja matkailuyrittäjien välillä varmistaa laadukkaan työvoiman saatavuuden ja syvemmän matkailuun liittyvän tutkimustoiminnan kehittämisen.

Tämän saavuttamiseksi on luotava eri aikavälin konkreettisia tavoitteita, jotka tähtäävät matkailualan houkuttelevuuden kasvattamiseen koulutuksen ja työnhyvinvoinnin kautta.

Matkailusektorin toimijoita ajatellen:

Vuoteen 2023 mennessä keskipohjalaisen matkailusektorin tulee:

- olla verkostoitunut keskenään,
- näyttää, että matkailusektorilla vaadittavat työntekijöiden yleistaidot ovat sellaisenaan arvokkaita myös muilla teollisuudenaloilla ja sovellettavissa myös muissa tehtävissä matkailualan houkuttelevuuden kasvattamiseksi,
- organisoida yhteisiä koulutuksia niin käytännöntaitojen kuin myös johtamiskoulutuksen alalla,
- kouluttaa asiakaspalvelijoitaan hahmottamaan koko Keski-Pohjanmaan matkailukentän ja kasvattaa heidän asiantuntemustaan myös oman toimintapiirin ulkopuolelta,
- luoda koulutusohjelmia ja henkilökohtaisia tukipalveluita myös yritysten omistusportaalle ja
- tukea uusia yrittäjiä.

Vuoteen 2025 mennessä keskipohjalaisen matkailusektorin tulee:

- ylläpitää koulutettua ja pätevää työvoimaa kautta kentän,
- olla korkean standardin ja kestävästä kehitystä kunnioittava teollisuudenala ja
- olla uskottava ja positiivinen uravaihtoehto maakunnan sisällä.

Matkailijoiden tarpeet elävät ja vaihtuvat nopeasti mm. teknologian kehittyessä ja väestön ikääntyessä. Samaan aikaan nousevilla sukupolvilla prioriteetit ja arvomaailma voivat olla hyvin erilaisia kuin tämän päivän matkailijoilla. Matkailukentän onkin siis kyettävä vastaamaan alati kehittyvään ja muuttuvaan vaatimustasoon ja vältettävä rutinoitumista sekä ”aina näin on tehty” mentaliteettia. Jo nykymatkailija kaipaa yksilöllistä palveluotetta ja uniikkeja kokemuksia. Linjastomainen ajattelu ei ole enää tätä päivää. Jo pienet toimintamallin muutokset voivat olla suunnattoman tehokkaita toiminnan kehittämisen näkökulmasta. On esimerkiksi aivan varma, että kahvila, joka on auki juhannuksena muiden paikkojen ollessa kiinni, tekee lähtemättömän vaikutuksen asiakkaisiinsa.

Matkailijoita ajatellen:

Vuoteen 2023 mennessä keskipohjalaisen matkailusektorin tulee:

- olla saavutettavissa erilaisten digitaalisten alustojen kautta,
- olla selvillä siitä, mitkä digitaaliset alustat ovat relevantteja paikalliselle matkailusektorille,
- hyödyntää palvelumuotoilua ja teknologiaa mahdollisimman tehokkaasti,
- kyetä tarjoamaan elämyksiä ja palveluita, jotka heijastelevat tunnistettuja keskipohjalaisia vahvuuksia (kulttuuri- ja taidepalvelut, monimuotoinen luonto) ja
- reagoida nopeasti globaalin ja kansallisen tilanteen vaihteluihin ja olla valmiina hyödyntämään nousevat mahdollisuudet.

Vuoteen 2025 mennessä Keski-Pohjanmaan tulee:

- näkyä kaikilla relevanteilla foorumeilla, jotka voivat edesauttaa matkailijavirtojen kasvattamisessa,
- kehittää ketterä matkailusektori, joka ennakoiden sopeutuu maailmantilanteen muutoksiin,
- ylläpitää ja vahvistaa mainetta yksilöllisiä ja laadukkaita palveluita tarjoavana destinaationa, joka on helppo saavuttaa,
- olla varmistanut matkailun edellyttämät logistiset palvelut ja
- rakentaa tarvittava infrastruktuuri (tietoliikenne, julkinen liikenne, jne.) vastatakseen vaativimmankin matkailijan tarpeisiin.

II. Keskipohjalainen brändi

Keskeisiä Keski-Pohjanmaan matkailubrändiin liittyviä kysymyksiä ovat, miten Keski-Pohjanmaa näyttäytyy nyt ja tulevaisuudessa maailmalla ja muulle Suomelle sekä miten Keski-Pohjanmaa mielletään maakuntalaisten keskuudessa. On tärkeää saada vastaus näihin kysymyksiin ja näkemys siitä, mikä tekee Keski-Pohjanmaasta omanlaisensa, ennen kuin brändikehitystä voidaan viedä kunnolla eteenpäin. Tulee myös huomioida, että Keski-Pohjanmaan kunnilla on hyvinkin erilaisia profiileja ja maakunnallisen identiteetin pitää kunnioittaa niitä kaikkia. Matkailutoimijoiden tulisivin määrittellä yhdessä ne seikat, jotka tekevät maakunnasta uniikin matkakohteen. Nostot kyselyn brändiosasta näkyvät alla olevassa sanapilvessä:



Selkeitä nostoja ovat jälleen luonto ja kulttuuri. Tämän lisäksi monet nostivat esimerkiksi vaatimattomuuden mahdolliseksi näkökulmaksi brändikehitykseen, näkökulma, joka on esimerkiksi Kokkolan kaupungin brändiuudistuksessa ollut esillä. Kaiken kaikkiaan on selvää, että Keski-Pohjanmaalta löytyvät varmasti ne rakennuspalikat, joiden varaan maakunnan matkailullista brändiä voidaan kehittää. On kuitenkin erittäin tärkeää, että brändistä rakennetaan kattava ja kaikki maakunnan kunnat huomioiva kokonaisuus, joka ei kuitenkaan rönsyile liikaa ja joka toimii sekä kotimaisille että kansainvälisille matkailijoille houkuttimena saapua maakuntaamme.

Laadukkaan kulttuuri- ja taidetarjonnan, monimuotoisen luonnon ja rannikkoseudun kohteiden sekä meren varaan voi moni matkailuyritys maakunnassa laskea paljon. Maakunnan brändin rakentaminen huolella ja kaikkia osapuolia kunnioittaen on kuitenkin tärkeää myös siksi, että se on olennainen osa yleistä maakunnan pitovoimaa, joka koskettaa myös maakunnan asukkaita.

Brändin rakennus on yksi niistä monialaisista kysymyksistä, joihin organisoituneen matkailukentän tulee vastata ensi tilassa. Joka tapauksessa kaustislaisen viulunsoiton ja siihen liittyvien käytänteiden ja ilmauksien todennäköinen lisääminen Unescon aineettoman kulttuuriperinnön luetteloon vuonna 2021 tulee tarjoamaan Keski-Pohjanmaalle upean mahdollisuuden luoda oma profiilinsa elävän kulttuuriperinnön maakuntana. Siihen meidän tulee tarttua.

-
- *Elinkeinokehityksen seuranta ei voida lähivuosina toteuttaa perinteisin mittarein, vaan on keskityttävä pitkän aikavälin vaikutusten seuraamiseen*
 - *Matkailukentän profiilia nostettava niin toimijoiden kuin yleisönkin silmissä*
 - *Kohderyhmien muuttuessa matkailukentän kyettävä vastaamaan uusiin haasteisiin*
 - *Konkreettiset tavoitteet vuoteen 2023 ja 2025*
 - *Pitkän aikavälin tavoitteet vuoteen 2040*

- *Toiminta jaettuna toimijoita koskeviin ja matkailijoita koskeviin toimenpiteisiin*
- *Koulutettu työvoima tärkeä tekijä matkailukehityksessä*
- *Keski-Pohjanmaan saavutettavuus tärkeä tekijä matkailukehityksessä*
- *Keski-Pohjanmaan brändikehitys yksi kysymyksistä, johon löydettävä yhtenäinen näkemys*
- *Laadukas kulttuuri- ja taidetarjonta sekä monimuotoinen luonto selkeimmät bränditekijät*
- *Elävän kulttuuriperinnön maakunta yksi mahdollisuus laajalle brändille*

6. TYÖNJAKO JA SEURANTA

Keski-Pohjanmaan matkailustrategian tavoite on työnjaon määrittely ja matkailukentän alueellinen organisoituminen. Tällä hetkellä Keski-Pohjanmaalla ei ole organisaatiota tai muuta ratkaisua, joka määrittelisi yhteisiä suuntaviivoja koko maakunnan matkailulle. Huoli matkailutoiminnan tasapuolisesta kehittämisestä on ollut myös vallitsevana teemana matkailutoimijoiden kanssa käydyissä keskusteluissa. Kokkolan ja Kaustisen ollessa tunnetuimmat kokonaisuudet maakunnassa matkailun näkökulmasta onkin ymmärrettävää, että tällaista huolta esiintyy. Kokkolanseudun Kehityksen hallinnoimien Reittien ja matkailupalvelujen Keski-Pohjanmaa -hankkeiden ansiosta matkailutoimijoiden organisoitumista yhteistyömielessä on alkanut esiintyä myös muualla maakunnassa. Maakunnalliseen organisoitumiseen tulee ottaa mukaan myös maakunnan liiton osajäsenkunnat.

Toimijoilta tuli runsaasti esityksiä esimerkiksi maakunnallisen matkailuyhdistyksen perustamisesta, joka ottaisi vastuulleen alueellisen markkinoinnin ja matkailukehittämisen. Hierarkkinen organisaatiomalli ei kuitenkaan näin vahvasti erilaisia toimijoita ja olosuhteita tarjoavassa maakunnassa toimi, vaan myös esille nostettu verkostojohtamisen malli olisi tehokkaampi ratkaisu. On luonnollista, että jokainen instanssi tietää parhaiten oman tilanteensa, mutta kokonaisvaltaisen kehityksen varmistamiseksi olisi tärkeää saada eri organisaatiot ja alueet keskustelemaan aktiivisesti keskenään. Näin ehkäistäisiin käytännön ongelmia esimerkiksi päällekkäisten aktiviteettien suhteen ja toisaalta mahdollistettaisiin soveltuvat tukitoimenpiteet niitä tarvitseville.

I. Roolitus

Alueellisen matkailukehityksen varmistamiseksi on hyvä kartoittaa niitä tehtäviä, joita maakunnan eri toimijoilla matkailun viitekehyksessä on ja tulee olemaan.

- Kunnat:

Vaikka matkailun kehittäminen itsessään ei kuulukaan kuntien lakisääteisiin tehtäviin, tulee Keski-Pohjanmaan kuntien mm. kehittää ja ylläpitää (matkailu)neuvontaansa niin, että ohjaus ylittää myös naapurikuntiin. Tämän lisäksi kuntien tulee tukea matkailuyrittäjien toimintaedellytyksiä mm. kaavoituksen, yritystukien ja kuntalähtöisen aluemarkkinoinnin kautta. Tapahtumien järjestämistä tuetaan ja matkailuyrittäjien tarpeet huomioidaan mm. yhdyskuntateknisten töiden ajoittamisessa.

- Maakunnan liitto:

Keski-Pohjanmaan liitto jatkaa lakisääteisiä tehtäviään mm. maakuntakaavoituksen, edunvalvonnan ja aluekehityksen parissa. Liitto kuuntelee aktiivisesti matkailukenttää ja kohdentaa esimerkiksi hankehakuja vastaamaan kentän tarpeita, kuitenkin rakennerahasto-ohjelman 2021–2027 sisällön mukaisesti. Keski-Pohjanmaan liitto toimii myös linkkinä kansalliseen matkailukehitykseen ja välittää tietoa maakunnan toimijoille.

- Kehitysyhtiöt:

Kehitysyhtiöt vastaavat mm. matkailun elinkeinokehittämisestä ja toimivat matkailuyrittäjien tukena esimerkiksi kansainvälistymisessä ja tuotteistamisessa. Kehitysyhtiöt osallistavat yrittäjiä hankkeisiin ja tukevat myös alueiden välistä yhteistyötä.

- Yhdistykset ja järjestökenttä:

Erilaiset yhdistykset ja Keski-Pohjanmaan järjestökenttä vastaavat osaltaan mm. tapahtumatuotannosta ja koulutuksista.

Tämän lisäksi toimintaan kuuluu edunvalvontaa sekä verkostoitumista alueellisesti ja kansallisesti.

- Koulutusorganisaatiot:

Koulutusorganisaatiot kansalaisopistoista yliopistokeskukseen huolehtivat osaavan työvoiman koulutuksesta maakunnan yritysten tarpeet huomioiden. Koulutusorganisaatiot ovat myös tärkeä kumppani ja toteuttaja matkailuhankkeita ja syvempiä kehitystehtäviä ja tutkimuksia ajatellen.

- Yrittäjät:

Yrittäjät toteuttavat liiketoimintaansa, vievät tuotteistamista eteenpäin ja vastaavat osaltaan yhteismarkkinoinnista ja maakunnan maineystä. Yrittäjät ylläpitävät aktiivista ilmapiiriä ja tutustuvat toistensa toimintaan sekä toteuttavat aktiivista ristiinsuosittelua.

- Tapahtumatuotanto, taidelaitokset ja museot:

Tapahtumatuottajat tiivistävät yhteistyötään ja toteuttavat esimerkiksi yhteishankkeita ja infrainvestointeja yhdessä. Taidelaitokset ja museot ylläpitävät ja kehittävät keskipohjalaista kulttuurimaisemaa laadukkaalla ja myös matkailullisesti houkuttelevalla tarjonnalla.

II. Foorumi

Strategiaprosessin aikana on noussut isona haasteena sellaisen organisaation puute, joka voisi ottaa vetovastuun Keski-Pohjanmaan kokonaisvaltaisesta matkailukehityksestä. Käytännön tasolla matkailukentän kehityksestä vastaavat loppujen lopuksi matkailuyrittäjät. Maakunnassa on olemassa alueellisia matkailun destinaatio-organisaatioita (DMO), mutta ne vastaavat ainoastaan esimerkiksi Kokkolan matkailukehityksestä. Keski-Pohjanmaan matkailukehitys onkin alueellisten ja temaattisten kehitysorganisaatioiden kokouma ilman keskushallinnon haittoja tai hyötyjä. Seuraavassa kappaleessa laajemmin esiteltävä matkailufoorumi vastaa

osaltaan DMO:n tarpeeseen ottamalla niitä tehtäviä, joita yleisesti mielletään destinaatio-organisaatioiden vastuulle.

YK:n maailmanmatkailujärjestö (UNWTO) julkaisi 2019 ohjeistuksen DMO-toiminnan vahvistamiseksi. Ohjeistuksessa DMO määritellään seuraavasti: *”the leading organizational entity which may encompass the various authorities, stakeholders and professionals and facilitates partnerships towards a collective destination vision”* (UNWTO, 2019). Keskeisiä toimintoja DMO:lle ovat mm. matkailun strateginen suunnittelu, markkinatietojen kokoaminen ja analysointi, liiketoiminnan kehittäminen, koulutus, markkinointi ja brändäys.

UNWTO julkaisi myös neljä suositusta:

- Destinaatioiden hallinnan ja johtamisen tulee huomioida kaikki kehittämisen osa-alueet, ei pelkästään markkinointia.
- Lisäksi osana destinaation hallintaa tulisi pyrkiä saamaan kaikki toimijat kulkemaan samaan suuntaan yhteisten tavoitteiden mukaisesti.
- Toimintamalleissa tulee huomioida alueen ominaispiirteet, vetovoimatekijät ja esimerkiksi matkailun luonne ja volyyymi.
- Destination management organisaation (DMO) tulee olla alueen toiminnan keskiössä. Se koordinoi matkailun ekosysteemin toimijoiden toimintaa kohti yhteistä visiota sekä kestäväää ja kilpailukykyistä matkailua.

Suositukset ovat yleispäteviä ja sopivat myös Keski-Pohjanmaan matkailukehityksen ohjeistoon. Foorumi ja sen teemaryhmät voivat ottaa huomioon matkailuelinkeinon kehittyvät vaatimukset mm. strategisen kehittämisen, tiedolla johtamisen, digitaalisuuden ja kestävän matkailun kehittämisen osalta. Näitä teemoja voidaan edistää mm. osallistamalla koko kenttää ja erilaisilla kumppanuusmalleilla. Strategiset kumppanuudet ja tiivis yhteistyö esimerkiksi alueen matkailuyritysten ja viranomaisten välillä ovat erityisen tärkeitä.

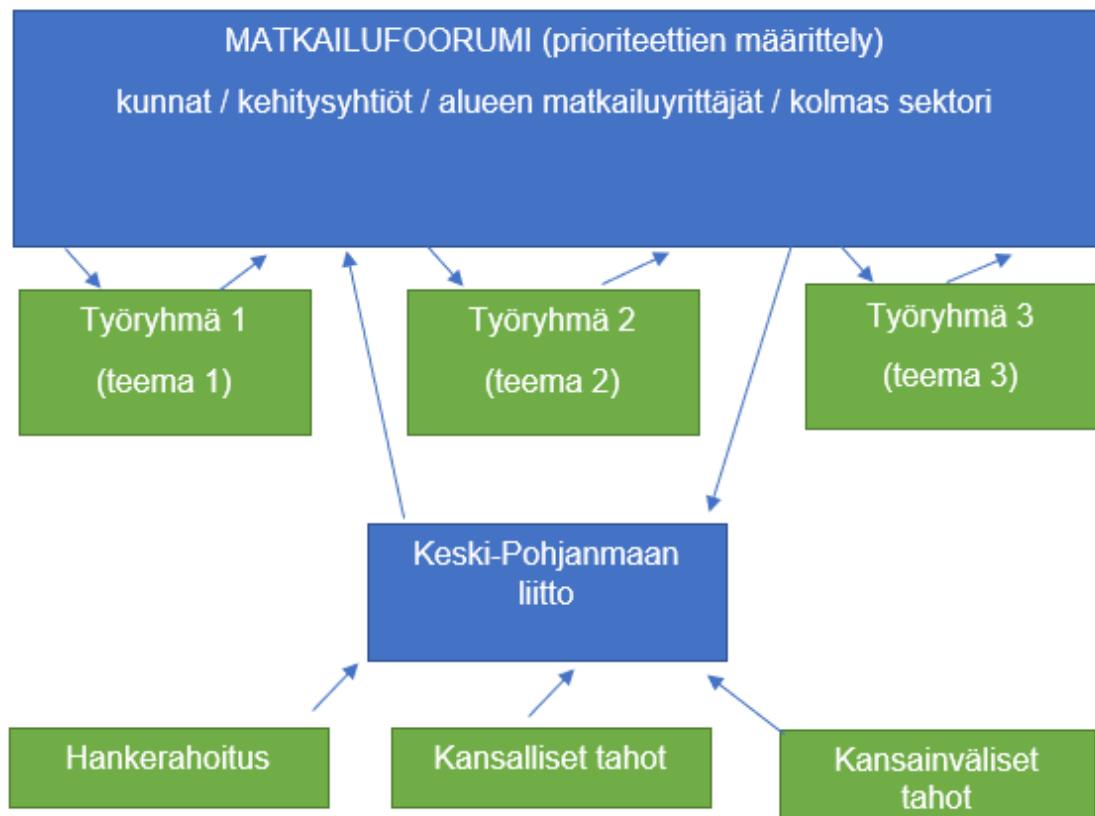
Käytännössä foorumin organisointivastuu olisi kiertävä ja se sijoittuisi esimerkiksi alkuvuoteen, kuukausi Helsingin matkailumessujen jälkeen. Kiertävä foorumi ja siihen sidotut teemaryhmät ovat myös kustannustehokas ratkaisu eivätkä vaadi ainakaan alkuvaiheessa kuin ajallisen panostuksen toimintaan osallistuvilta. Näin pienellä panostuksella saataisiin keskusteluyhteydet auki alueen matkailutoimijoiden kesken ja yhteiset pelisäännöt sekä suuntaviivat aikaiseksi ilman, että pöydälle nousisivat mm. mandaatti- ja hierarkiakysymykset. Toiminta olisi puhtaasti vapaaehtoisuuteen perustuvaa ja yhteistä hyvää ajavaa, joka määritteli yhteisesti tärkeiksi koetut painopisteet aina vuodeksi eteenpäin. Matkailufoorumin sateenvarjon alla voisivat myös erilaiset teemaryhmät toimia jopa vuoden ympäri, esimerkijäotteluna mm. kulttuuriryhmä, luontoryhmä, kaupunkimatkailu, kv-ryhmä, liikunta jne. Teemat ovat kuitenkin foorumin vapaasti päätettävissä. Teemaryhmien vetovastuut määriteltäisiin matkailufoorumissa huomioiden organisaatioiden toimiala ja erikoisosaaminen. Verkostomaisilla ja pääasiallisesti etänä toteutettavilla kokouksilla ja tapaamisilla pidettäisiin kustannukset pieninä. Kokoukset voitaisiin myös toteuttaa esimerkiksi niin sanottuina yritystapaamisina, jolloin yritykset esittelisivät omaa toimintaansa ja isännöisivät kokousta. Tämä tukisi myös ristiinsuosittelua ja matkailusektorin toimijoiden keskinäistä tuntemusta ja luottamusta. Myös kuntien mukanaolo teemaryhmissä ja foorumin toiminnassa on tärkeää. Näin kuntien edustajat pääsisivät tutustumaan paikalliseen matkailutoimintaan ja ylläpitämään verkostojaan.

Tiivistäen matkailufoorumi ja siihen sidottava verkosto edesauttaisi alueellista vuoropuhelua tuomalla eri sektoreiden asiantuntijat saman pöydän ääreen. Näin varmistettaisiin monialainen matkailukehitys ja ehkäistäisiin temaattisia ja ajallisia päällekkäisyyksiä, koordinoitaisiin hankehakuja ja varmistettaisiin tasapuolinen muttei tasapäistävä matkailukehitys niin, että koko maakunta hyötyisi.

Tulevaisuudessa ja toiminnan lähtiessä käyntiin olisi mahdollista syventää yhteistyötä ja kasvattaa yhteistä panostusta alueelliseen matkailukehitykseen. Tämä olisi täysin osallistuvien organisaatioiden käsissä.

Keski-Pohjanmaan liiton rooli matkailukehityksessä on fasilitoida foorumia, kuunnella matkailukentän toiveita ja tarpeita esimerkiksi hankehakuihin liittyen ja olla omalta osaltaan linkkinä relevantteihin kansallisiin ja kansainvälisiin yhteisöihin sekä tiedonvälityskanavana maakuntaan. Keski-Pohjanmaan liitto toimisi myös ensimmäisen matkailufoorumin järjestäjänä.

Matkailustrategian tavoitteiden seuranta tapahtuisi myös matkailufoorumin puitteissa. Keski-Pohjanmaan liitto tulisi omalta osaltaan tukemaan ja edesauttamaan asetettujen tavoitteiden saavuttamista esimerkiksi vetämällä omaa työryhmäänsä.



III. Yhteenveto

COVID-19-pandemian tuoma mullistus maailmassa on muuttanut yhteiskuntaa monella eri tasolla. "Uutta normaalia" etsitään monella toimialalla ja huoli tulevaisuudesta on ilmeinen. Toisaalta on kuitenkin nähtävä, että kriisit tuovat mukanaan mahdollisuuden uudistua ja kehittää toimintaa. Nyt on uuden suunnittelun ja kehittämistoimien aika. On varmaa, että rajojen jälleen

auetessa ja kansainvälisen lentoliikenteen palautuessa matkailijoista tullaan käymään suunnaton kilpailu kansallisella ja kansainvälisellä matkailukentällä. Seuraavat isommat askeleet kehittämistyön eteenpäin viemisessä ovat ensimmäisen matkailufoorumin järjestäminen ja teemaryhmien toiminnan käynnistäminen. Näiden prosessien kautta voidaan aloittaa laajemman toimenpideohjelman valmistelu sekä temaattisten kokonaisuuksien tarkempi kehittäminen ja seurantamittariston laadinta.

Tätä ennen strategia tullaan kuitenkin jalkauttamaan kevästä 2021 maakuntaan. Strategiaa esitellään sidosryhmille ja Keski-Pohjanmaan liiton jäsenkunnille. Näiden keskustelujen pohjalta suunnitellaan tarkempi aikataulutus sekä kerätään jäsenet matkailunkehittämisyhmään, joka ottaa laajemman valmisteluvastuun ennen Keski-Pohjanmaan matkailufoorumin perustamista.

-
- *Keski-Pohjanmaalla ei vielä organisaatiota, joka vastaisi koko maakunnan matkailukehityksestä*
 - *Verkostojohtamisen malli käytännöllisin tilanteessa, jossa toimijat ovat hyvinkin heterogeeninen ryhmä*
 - *Määritellään mm. kuntien, maakunnan liiton, aluekehitysyhtiöiden ja matkailuyrittäjien roolit matkailukehityksessä*
 - *Luodaan Keski-Pohjanmaalle matkailufoorumi työryhmineen, joka ottaa DMO (destination management organization) tehtäviä vastuulleen ja saattaa matkailutoimijat yhteen määrittämään kehityksen suuntaviivoja vuodeksi kerrallaan*
 - *Matkailukentän tulisi keskittyä lähivuosina tunnettuuden ja yhteistyön kasvattamiseen*
 - *Seurantamittarit lähivuosina mm. yhteisten tuotepakettien määrä ja mediaseuranta*
 - *COVID-19-pandemista toipumisen jälkeen palaaminen myös perinteisimpiin mittareihin*

7. LÄHTEET

- Booking.com. (2019). 2019 sustainable travel report. osoitteesta: <https://globalnews.booking.com/bookingcom-reveals-key-findings-from-its-2019-sustainable-travel-report>
- Horwath HTL. (2015) Tourism Megatrends 10 things you need to know about the future of Tourism. PPT-esitys. n.d. osoitteesta: <http://corporate.cms-horwathhtl.com/wp-content/uploads/sites/2/2015/12/Tourism-Mega-Trends4.pdf>
- Kaustisen seutukunta. (2019) Kyytiin 2-hanke. osoitteesta: <https://www.kyytiin2.fi/>
- Kemora.fi. (n.d.) Kemoran moottorirata. osoitteesta: <http://kemora.fi/fi>
- Keski-Pohjanmaan liitto. (2017) Keski-Pohjanmaan maakuntasuunnitelma 2040 ja maakuntaohjelma 2018–2021, s.23. osoitteesta: http://www.keski-pohjanmaa.fi/Data/Upload/bc7b724a-8a32-4a93-bf1c-53b223d393b1_MASU%202040%20MAKO%202018-2021.pdf
- Keski-Pohjanmaan liitto. (2015) Vetovoimastrategia 2015–2020. osoitteesta: [http://www.keski-pohjanmaa.fi/Data/Upload/5503ae50-038e-4ddf-b9e5-762f1f96098b_Vetovoimastrategia%2026112015%20\(ID%204659\).pdf](http://www.keski-pohjanmaa.fi/Data/Upload/5503ae50-038e-4ddf-b9e5-762f1f96098b_Vetovoimastrategia%2026112015%20(ID%204659).pdf)
- Valtioneuvoston kanslia. (n.d.) Mitä on kestävä kehitys?. osoitteesta: <https://kestavakehitys.fi/kestava-kehitys>
- Kokkola. (n.d.) Tankar. osoitteesta: https://www.kokkola.fi/palvelut/ymparisto_ja_luonto/luonnon_virkistyskaytto/ulkoilua_ueet/fi_FI/tankar
- Kokkolan Kinojuhlat. (n.d.) Facebookissa. osoitteesta: <https://www.facebook.com/kokkolankinojuhlat>
- Kokkolan Talvitanssit. (n.d.) Facebookissa. osoitteesta: <https://www.facebook.com/kokkolantalvitanssit/>

- Kulmanen, Antti. (2016) Eurooppalaisittain ainutlaatuinen Vattajanniemi ja historiallinen Ohtakari. osoitteesta: <https://retkipaikka.fi/eurooppalaisittain-ainutlaatuinen-vattajanniemi-ja-historiallinen-ohtakari/>
- Kyyrä, Sanna. (2020) Koronapandemian vaikutukset Suomen matkailukysyntään – kehitysarviot. PPT-esitys. 9.9.2020. osoitteesta: <https://tem.fi/documents/1410877/16402203/Koronapandemian+vaikutus+matkailukysynn%C3%A4n+kehitykseen+2020+09+09.pdf/dcb5c863-6865-8a5f-f45e-ff2f18a05327/Koronapandemian+vaikutus+matkailukysynn%C3%A4n+kehitykseen+2020+09+09.pdf?t=1599634405517>
- Lohtajan Kirkkomusiikkijuhlat. (n.d.) Facebookissa. osoitteesta: <https://www.facebook.com/LohtajanKirkkomusiikkijuhlat>
- Luontoon.fi. (n.d.) Salamajärven kansallispuisto. osoitteesta: <https://www.luontoon.fi/salamajarvi>
- Museovirasto. (n.d.) Ohtakarin kalastajayhdyskunta ja luotsiasema. osoitteesta: http://www.rky.fi/read/asp/r_kohde_det.aspx?KOHDE_ID=1655
- Organisation for Economic Co-operation and Development, OECD. (2010) Economy: Developing countries set to account for nearly 60% of world GDP by 2030, according to new estimates. osoitteesta: <https://www.oecd.org/dev/pgd/economydevelopingcountriestoaccountfornearly60ofworldgdpby2030accordingtonewestimates.htm>
- Pro Kaustinen ry. (n.d.) Kaustinen info. osoitteesta: <https://www.kaustinen.net/info/>
- Renfors, Liisa, (2016) Hyvinvointimatkailun kehittämisstrategia 2014-2018 osoitteesta: <https://docplayer.fi/17996583-Hyvinvointimatkailun-kehittamisstrategia-2014-2018.html>
- Rosenqvist, Olli (2020). Selvitys matkailusektorin tilasta ja kehittämistarpeista Keski-Pohjanmaan liiton jäsenkunnissa. Jyväskylän yliopisto, Kokkolan yliopistokeskus Chydenius. osoitteesta: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-39-8141-9>.

- Työ- ja elinkeinoministeriö, (2015) Yhdessä enemmän - kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun. Matkailun tiekartta 2015–2025. osoitteesta <https://tem.fi/documents/1410877/2735818/Matkailun+tiekartta+2015-2025.pdf/95521a94-5230-47c2-8dd7-bc7ff5bede04/Matkailun+tiekartta+2015-2025.pdf?t=1464004149000>
- UNWTO – World Tourism Organization. (2019) UNWTO Guidelines for Institutional Strengthening of Destination Management Organizations (DMOs) – Preparing DMOs for new challenges. osoitteesta: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420841>
- Visit Kokkola. (n.d.) Kokkolan sydän - Vanhakaupunki Neristan. osoitteesta: https://www.kokkola.fi/visitkokkola/nae_and_koe/fi_FI/neristan/
- Visit Finland. (2020) Tilastotietokanta Rudolf. osoitteesta: http://visitfinland.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/VisitFinland/VisitFinland_Majoitustilastot/visitfinland_matk_pxt_116y.px/table/tableViewLayout1/
- Wikipedia. (n.d.) Kokkolan Talviharmonikka. osoitteesta: https://fi.wikipedia.org/wiki/Kokkolan_Talviharmonikka

Keski-Pohjanmaan liitto

Rantakatu 14, 67100 Kokkola
Strandgatan 14, 67100 Karleby
Puh/Tel 040 160 5700
kirjaamo@keski-pohjanmaa.fi
www.keski-pohjanmaa.fi