



POHJOIS-SAVON MATKAILUSTRATEGIA 2001 - 2006

ALKUSANAT

Pohjois-Savon matkailustrategia 2001-2006 on valmistunut. Strategiaa on valmisteltu laajana maakunnallisena yhteistyönä. Valmistelua on ohjannut Pohjois-Savon liiton matkailuklusterityöryhmä.

Matkailustrategian tavoitteena on auttaa matkailun eri toimijatahoja yhdensuuntaiseen toimintaan matkailun kehittämisessä strategian mukaisesti. Strategia vaikuttaa myös osaltaan tavoite 1 -ohjelman matkailuhankkeita koskevaan päätöksentekoon.

Yleistavoitteet ja strategiset peruslähtökohdat Itä-Suomen ja samalle Pohjois-Savon kehittämistyölle on määritetty Itä-Suomen tavoite 1 -ohjelmassa. Nämä luovat puitteet eri toimialojen, niin myös matkailustrategian määrittelylle.

Pohjois-Savon liiton maakuntahallitus on osaltaan hyväksynyt matkailustrategian kokouksessaan 23.4.2001.

Pohjois-Savon matkailustrategia 2001-2006

Sisällysluettelo	sivu
1. Johdanto	3
2. Valmistelu	4
2.1. Valmisteluprosessi.....	4
2.2. Liittymät muihin matkailustrategioihin.....	5
3. Matkailun nykytila	5
3.1. Lähtökohdat ja taloudellinen merkitys.....	6
3.2. Tarjonta	7
3.3. Alan koulutus.....	9
3.4. Kysynnän trendit.....	9
3.5. Kilpailutilanne.....	10
3.6. Matkailutuote/-palvelu ketjun kuvaus.....	11
3.7. Pohjois-Savossa toteutetut matkailuhankkeet 1995 – 1999.....	11
4. Pohjois-Savon matkailun kehittämisstrategia	12
4.1. Vahvuudet, heikkoudet uhkat, mahdollisuudet eli SWOT-analyysi.....	12
4.2. Visio.....	12
4.3. Tavoitteet.....	13
4.4. Pohjois-Savon matkailustrategian ydin.....	14
5. Toimenpideohjelma	18
5.1. Markkinointi ja myynti, informaatio- ja varaus- järjestelmät.....	18
5.2. Tuotekehitys ja osaamisen vahvistaminen.....	19
5.3. Matkailuyritysten rahoitusjärjestelyt.....	20
5.4. Infrastrukturi.....	20
5.5. Matkailuelinkeinoa koskeva tieto.....	23
6. Strategian seuranta	24
7. Tiivistelmä	25
8. Lähdeluettelo	28
9. Liitteet	29

1. JOHDANTO

Pohjois-Savon liiton ja TE-keskuksen kanssa sovittiin keväällä 2000, että Pohjois-Savon ammattikorkeakoulun kehitysyksikön alainen Savonia Tourism Center päivittää v. 1996 valmistuneen Pohjois-Savon matkailustrategian. Työn vastuuhenkilöksi nimettiin matkailukouluttaja Jouni Ortju.

Varsinainen strategiatyön päivitys vaikuttaa osaltaan tavoite 1- ohjelman 2000 - 2006 matkailuhankkeita koskevaan päätöksentekoon ohjaamalla sitä strategiatyön painopistealueiden suuntaisesti. Eli rahoitettavien hankkeiden tulee olla päivitetyn matkailustrategian painotusten mukaisia.

Matkailustrategian valmistelusta ja työn ohjaamisesta on vastannut Pohjois-Savon liiton asettama matkailun asiantuntijaryhmä, johon em. valmistelutyön aikana ovat kuuluneet seuraavat edustajat:

Kunnanjohtaja Eero Ryhänen/Keiteleen kunta, puheenjohtaja

Alue-esimies Rauno Airas/Palvelualojen ammattiliitto, jäsen

Toimitusjohtaja Marja Herronen/Varkauden hotelli-yhtymä, jäsen

Toimitusjohtaja Veli-Jussi Jalkanen/Sisä-Savo, Elämysten ja Ystävyyden kartano, jäsen

Matkailukouluttaja Tiina Kuosmanen/Koillis-Savo, koulutuskeskus Palteko (myöh. Pohjois-Savon ammattiopisto), jäsen (1.8.2000 alkaen Savonia Kehitys)

Toimitusjohtaja Heikki Kähärä/Kuopion Matkailupalvelu Oy, jäsen

Kehittämispäällikkö Pekka Kärkkäinen/Pohjois-Savon TE-keskus/maaseutu-osasto, jäsen

Raija Puumalainen/maakuntahallituksen edustaja, jäsen

Toimitusjohtaja Eero Saukkonen/Peeässä, jäsen
(ravintolaryhmän johtaja Elina Pallonen)

Markkinointipäällikkö Eija Tuomainen, Savon Matkailu, jäsen

Tulosaluejohtaja Markku Wulff, Pohjois-Savon ammattikorkeakoulu, jäsen

Pohjois-Savon liiton edustajana ja samalla ryhmän sihteerinä asiantuntijaryhmässä on ollut maakuntasuunnittelija Simo Kotiluoto. Ryhmän ulkopuolisena asiantuntijajäsenenä on toiminut matkailukouluttaja Jouni Ortju Savonia Tourism Centeristä, joka käytännössä on toiminut matkailustrategian kokoajana.

2. VALMISTELU

2.1 VALMISTELUPROSESSI

Yleistavoitteet ja strategiset peruslähtökohdat Itä-Suomen ja samalla Pohjois-Savon kehittämistyölle on määritelty Itä-Suomen tavoite 1 –ohjelmassa. Nämä luovat puitteet eri toimialojen, niin myös matkailun strategian määrittelylle.

Tavoite 1 –ohjelman valmisteluun liittyi seuduilla toteutettu, toimialoittain tapahtunut strategiatyö. Työn tarkkuustaso vaihteli seuduittain. Matkailun osalta ko. strategiatyön tulokset olivat käytettävissä myös maakunnallisessa strategiapäivityksessä.

Valmisteluprosessiin sisältyi seuduttaiset, erityisesti matkailuyrityksille suunnatut tilaisuudet. Nämä toteutettiin siten, että kunkin seudun matkailuyrittäjäyhdistyksiä pyydettiin järjestämään seudullaan tilaisuus, jossa asiaa käsitellään. Mikäli seudulla ei ollut matkailuyrittäjäyhdistystä, organisoitiin tilaisuuksiin käytännön järjestelyt yhdessä kuntien matkailutoimien kanssa.

Tilaisuuksien ajankohdat olivat seuraavat:

- Koillis-Savo ti 19.9.2000 paikkana hotelli-ravintola Niskakoski Juankoskella. Paikalla 9 yrittäjää.
- Sisä-Savo ke 27.9.2000 paikkana Ropolan kartano, Rautalampi. Paikalla 10 yrittäjää
- Ylä-Savo to 28.9.2000 paikkana Koljonvirran leirintäalue. Paikalla 12 yrittäjää
- Keski-Savo ke 11.10.2000 paikkana kylpylä-hotelli Vesileppis. Paikalla 9 yrittäjää
- Kuopion seutu ti 24.10.2000 paikkana kylpylä-hotelli Kunnonpaikka Siilinjärvellä. Paikalla 9 yrittäjää.

Lisäksi päätettiin kuulla myös Pohjois-Savon kuntien johtajia yhdessä kunnan matkailuasioista vastaavan henkilön kanssa. Haastattelut toteuttivat matkailukouluttajat Tiina Kuosmanen ja Jouni Ortju ajalla 2.10.-15.11.2000.

Lisäksi kuultiin suurimpien matkailuyritysten tai matkailun intressiryhmien edustajia, joiden kanssa kokoonnuttiin kolme kertaa loppusyksystä 2000. Tähän työskentelyyn osallistui toimitusjohtaja Veli-Jussi Jalkanen Elämysten ja Ystävyyden Kartanosta, Kuopion lentoaseman päällikkö Heikki Jouppila, toimitusjohtaja Pekka Pitkänen H.S. Pitkänen Oy:stä, hallituksen puheenjohtaja Erkki J. Pentti Tahko Chalet Oy:stä, toimitusjohtaja Jouni Rautiainen Lohi- maasta ja toimitusjohtaja Eero Saukkonen Osuuskauppa Peeässästä. Lisäksi näkemyksiään esitti myös TE-keskuksen johtaja Jaakko Kekoni. Ryhmän sihteerinä toimi matkailukouluttaja Jouni Ortju.

2.2 LIITTYMÄT MUIHIN MATKAILUSTRATEGIOIHIN

Matkailun Edistämiskeskuksen uusi toimintastrategia, joka ohjaa MEKin operatiivista toimintaa käytännön tasolla, on hyväksytty kesällä 2000.

Uudessa strategiassa MEKin toiminta-ajatuksiksi kirjataan seuraava:

MEK on valtakunnallinen matkailun asiantuntija ja aktiivinen kansainvälinen toimija, joka tuottaa lisäarvoa matkailuelinkeinolle ja sitä kautta myös yhteiskunnalle – jokainen MEKille osoitettu markka tulee useina markkoina takaisin.

MEKin päätehtäviä ovat:

- markkinointi ja myynninedistäminen ulkomailla
- markkinatutkimukset
- tuotekehityskokonaisuuksien ohjaaminen ja tuotetarjonnan paketoimisen tukeminen

Markkinoinnin ja tutkimuksen painopisteet on määritelty selkeästi ja valintakriteerien avulla on nimetty päätuotteet ja keskeisimmät kohdemaat. Lisäksi korostetaan IT-teknologiaan panostamista. Valittujen painopistealueiden onnistumista mitataan nimetyillä mittareilla.

Lakeland -hankkeen liiketoimintasuunnitelmassa vuosille 2000 – 2006 on samanlainen lähestymistapa kuin MEKin toimintastrategiassa. Siinä nimetään Järvi-Suomen tuoteistoon perusrungoksi mökit, laivat ja veneily, aktiviteetit, muu teemamatkailu ja kokous-, kongressi- & kannuste-matkailu. Kullekin tuoteryhmälle on nimetty keskeisimmät kohdemaat. Järvi-Suomen markkinointiviestiksi ja tuotemerkeksi ehdotetaan Lakeland Finland.

Pohjois-Savon matkailustrategian päivytystyössä on huomioitu lisäksi juuri käynnissä olevan **valtakunnallisen matkailustrategian päivytyksen aineistoja**, uusimpana ”Suomen matkailupoliittiset linjaukset –taustamuistio luonnos 3.11.2000”

Muiden matkailustrategioiden osalta työskentelyyn on osallistunut julkisen hallinnon sidosryhmäyhteyksistä vastaava yhteyspäällikkö Taneli Kokkila Matkailun Edistämiskeskukselta.

3. MATKAILUN NYKYTILA

Pohjois-Savoon suuntautuva matkailu on tyypillisimmillään kotimaista vapaa-ajanmatkailua. Pohjois-Savon tilanne naapurimaakuntiin verrattuna on siltä osin hyvä, että meillä on kohtuullisen tasapainoinen ja selkeä sekä kesä- että talvisesonki.

Yöpymisvuorokausien osalta Pohjois-Savo on suhteellisesti menettänyt 90-luvulla osuuksiaan; v. 1995 yöpymisiä oli yhteensä 772.550 (joista ulkomaisia 61.585 eli 8 %). Vuonna 1999 yöpymisiä oli yhteensä 776.431 (joista ulkomaisia 77.827 eli 10 %). Suurin ulkomainen asiakasryhmä v. 1999 olivat venäläiset 20,8 %, saksalaiset 17,8 % ja hollantilaiset 8,7 %:n osuudella.

Hotellihuoneiden käyttöaste on laskenut vuoden 1997 51,6 %:sta v. 1999 50,3 %:iin.

Pohjois-Savon matkailuyritykset ovat pieniä ja niiden toimintaa leimaa kausiluonteisuus. Majoitus- ja ravitsemisalan yritysten lukumäärä on kasvanut vuodesta 1993 vuoteen 1998 vain kahdeksalla yrityksellä ja vastaavasti näiden henkilöstö 103 henkilöllä. Vuonna 1998 Pohjois-Savossa toimi **564** matkailuyritystä ja matkailuelinkeino työllisti **2.389** henkilöä.

Vuonna 2000 valmistuneen (Hilkka Lassila) selvityksen mukaan merkittävä osa Pohjois-Savon maaseutumatkailuyrityksistä on sivutoimisia ja yrittäjien motiivi kehittämiseen tästä johtuen varsin vähäinen. Tällä on merkitystä mm. tuotteiden laadun näkökulmasta.

Yksi merkittävä ongelma ja haaste on yrittäjien ikääntyneisyys ja sukupolven vaihdosten onnistuminen.

Tuotekehityksen osalta voi todeta, että erityyppisiä matkailutuotteita Pohjois-Savossa on jo melko hyvin. Ongelmana on pikemminkin se, että matkailupalvelujen myynnin ja markkinoinnin tehokkuus ei ole ollut toivotunlaista, johtuen mm. toteutuksen hajanaisuudesta.

Tuotekehitystä tulee jatkaa entistä asiakaslähtöisemmin.

3.1 LÄHTÖKOHDAT JA TALOUDELLINEN MERKITYS

Pohjois-Savon tuoreessa, keväällä 2000 toteutetussa maakuntakuvatutkimuksessa todetaan Pohjois-Savon matkailun osalta seuraavaa:

”Toinen tärkeä työllistäjä Pohjois-Savossa on muualla asuvien näkemyksen mukaan majoitus-, ravitsemus- ja matkailuala. Maakunnan vetovoiman voimakas kasvu matkailukohteena on myönteinen elinkeinoelämän kehityspiirre. Asia todetaan myös Pohjois-Savon maakuntaprofiilin kehityksestä. Vuonna 1990 tutkimukseen vastanneista 40 % mainitsi Pohjois-Savon ulkoisen profiilin kuvaajana sen vetovoiman matkailukohteena, nyt vastaava luku on 60 %.

Sisäisen profiilin osalta kasvu on vieläkin rajumpaa. Vuonna 1990 tämä luku oli 20 % ja tällä hetkellä lähes 50 % pohjoissavolaisista kokee matkailullisen vetovoiman selkeäksi oman maakunnan vahvuudeksi.”

Ns. ulkoisen maakuntakuvan osalta - vastaajina ”muun Suomen” asukkaat - Pohjois-Savo mielletään kiintoisana matkailukohteena, luonnonkauniina alueena, jolle on ominaista ystävällinen palvelu ja vieraanvaraisuus sekä mukavat ihmiset. Kaikki nämä tekijät ovat myönteisiä lähtökohtia maakunnan matkailun kehittämiseksi. Vertailualueina selvityksessä olivat Pohjois-Karjala ja Keski-Suomi Pohjois-Savon kuitenkin erotuttua em. tekijöiden suhteen selvästi edukseen mainituista vertailumaakunnista.

Suomen Matkailun Kehitys Oy:n v. 1998 tekemässä Pohjois-Savon matkailufakta –tutkimuksessa Pohjois-Savon välitön matkailutulo oli v. 1996 811 miljoonaa ja välillinen 1,2 miljardia markkaa. Matkailu työllisti v. 1996 n. 2.200 henkilöä.

! *Katso liite 1. yöpymisvuorokausien kehitys Suomen majoitusliikkeissä maakunnittain 1995-99 –taulukko*

3.2 TARJONTA

Hotellihuoneet

Hotellihuoneiden majoituskapasiteetti (virallisia kapasiteettilukuja on käytettävissä ainoastaan rekisteröidystä majoituskapasiteetista):

Vuosi	Hotellit		Huoneet		Käyttö-aste - %		Vuoteet	
	P-S	Suomi	P-S	Suomi	P-S	Suomi	P-S	Suomi
1997	34	754	2010	48461	51,6	48,0	4073	87411
1998	36	754	2067	48448	52,0	49,4	4451	88653
1999	33	760	2024	49400	50,6	49,3	4395	91252

lähde: SHR taskutilasto 2000

Ohjelmapalveluyritykset

Ohjelmapalveluyritysten määrä on kasvanut niin Suomessa kuin Pohjois-Savossakin oleellisesti viimeisen viiden vuoden aikana. Pohjois-Savon ohjelmapalveluyritysten tarjonnasta löytyy mm. moottorikelkkailua, koiravaljakkoajelua, seikkailutyypistä tarjontaa, moposafareita yms. yms.

Tarjonnassa olisi hyvä pyrkiä korostamaan savolaista luovuutta/”hulluutta” ja paikallista perinnettä.

Kylpylät

Pohjois-Savon tämän hetkiset viisi kylpylää (Fontanella, Kunnonpaikka, Rauhalampi, Runni ja Vesileppis) ovat pääsääntöisesti sekä terveys- että virkistyskylpylöitä. Tulevaisuudessa kylpylöidemme on entistä enemmän huomioitava toimintojensa kehittämisessä asiakaskuntansa muutokset.

Maaseutumatkailuyritykset

Pohjois-Savossa on Maaseutumatkailun teemaryhmän selvityksen mukaan maaseutumatkailuyrityksiä 148 kpl, jotka edustavat 7 % koko maan maaseutumatkailuyritysten määrästä. Näistä yrityksistä majoituspalveluja tarjoaa 141 kpl (ympärivuotisessa käytössä 1.606 vuodepaikkaa, osuus koko maan ympärivuotisista maaseutumatkailuyritysten vuodepaikoista – joita yhteensä 22.309 - 7 %), ateriapalveluja tarjoavia yrityksiä 69 kpl ja ohjelmapalveluja 110 kpl.

Lähde: maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä/maaseutumatkailun teemaryhmä 09/2000

Tapahtumat

Pohjois-Savon matkailullisesti merkittävimmät tapahtumat asettuvat vuoden eri kuukausille seuraavasti:

Tammikuu:

Helmikuu:

- Luistelumaraton, Kuopio

Maaliskuu:

- Via Dolorosa, Iisalmi
- Arktis Ice Motor Show, Kuopio

Huhtikuu:

- Kallavesj -venenäyttely, Kuopio

Toukokuu:

- Erämessut, Kuopio

Kesäkuu:

- Kuopio Tanssii ja Soi

Heinäkuu:

- Kuopion kansainvälinen viinifestivaali
- Oluset, Iisalmi
- Suonenjoen Mansikkakarnevaalit
- Pohjois-Savon oopperajuhlat (Nilsinä, Vesanto)
- Eukonkannon MM-kisat, Sonkajärvi

Elokuu:

Syyskuu:

- Kalaryssäys, Kuopio

Lokakuu:

Marraskuu:

- Mäkihypyn maailmancupin avaus, Kuopio

Joulukuu:

- Puijon Joulu

Edellä olevasta voidaan todeta, että matkailullisesti vetovoimaiset tapahtumat jakautuvat varsin epätasaisesti vuoden eri kuukausille. Selvä keskittyminen tapahtumissa on heinäkuulla, kun taas osa kuukausista on laajemmista tapahtumista "tyhjiä".

Pohjois-Savossa ei ole kävijämäärillä mitaten matkailullisesti merkittäviä, kansainvälisen luokan megatapahtumia.

3.3 ALAN KOULUTUS

Pohjois-Savo tarjoaa matkailualan koulutusta seuraavasti:

- II asteen koulutus; Pohjois-Savon ammatillinen Instituutti, Pohjois-Savon ammattiopisto ja ammatilliset aikuiskoulutuskeskukset.

Tuotteina mm. perustutkinnot, ammattitutkinnot, erikoisammattitutkinnot, oppisopimuskoulutus (voi olla tutkintotavoitteista)

- ammattikorkeakoulu; Pohjois-Savon ammattikorkeakoulu. Koulutusohjelmia matkailu- ja ruokapalvelujen liikkeenjohdon koulutusohjelmat (kummankin laajuus 140 ov/3,5 v)

Pohjois-Savon ammattikorkeakoululla on matkailu- ja ruoka-alan koulutusta myös avoimessa ammattikorkeakoulussa ja tämä tarjonta tulee lisääntymään tulevana vuosina. Myös Kuopion yliopiston (mukana valtakunnallisessa matkailualan verkostoyliopistossa) ja muiden maamme yliopistojen ja korkeakoulujen kautta pystyy suorittamaan matkailualan ja liiketaloustieteen opintoja, myös avoimessa yliopistossa.

Alan koulutusta yrityksille on tarjolla, mutta kiinnostusta sitä kohtaan melko vähän. Useimmiten syyksi todetaan ajanpuute, johon vastaukseksi tulisi harvita esim. virtuaalisen oppimisympäristön kehittämistä ja rakentamista.

3.4 KYSYNNÄN TRENDIT

Turismin (ja myös monien muiden alojen) kehitykseen maailmanlaajuisesti voidaan nähdä vaikuttavan seuraavat kolme megatrendiä:

- ❖ kiihtyvä muutosvauhti, mikä tarkoittaa, että ajasta tulee yhä ”kompaktimpaa” – vanhan ja uuden on oltava rinnakkaiselossa – mikään ei kestä pitkään, ja elämme kaikki muutoksen tyrannisoimina/siunaamina
- ❖ elämme maailman vauraimmassa osassa, jossa meidät on kasvatettu Maslowin tarvehierarkiaa seuraten: pidämme itsestään selvänä – myös turismissa – että perustarpeet tyydytetään, vasta ”korkeammanasteiset” tarpeet saavat meidät innostumaan
- ❖ digitalisointi, joka vähentää maantieteellisen sijainnin merkitystä – mitä se merkitsee turismille? (lähde: Suomen matkailupäivä/apulaisjohtaja Johan Peter Paludan, Kööpenhaminan tulevaisuudentutkimuksen laitos)

Seuraavat otteet ovat Muuttuva Matkailu lehdestä n:o 2/2000, kirjoittajana tutkija Janne Ahtola Matkailualan verkostoyliopistosta:

”Massatuotannosta on tehty jälleen paluuta yksilöllisyyteen, luonto-, kulttuuri- ja elämysmatkailu ovat kasvattaneet osuuksiaan ja seikkailumatkailu on tehnyt tuloaan. Kansainvälistymisen myötä kongressimatkailu on kohonnut yhä merkittävämmäksi matkailumuodoksi, mistä turvalliseksi ja toimivaksi maaksi koettu Suomi saa kasvavan osansa.

Tällä hetkellä Suomi on kongressimatkailun kohdemaana 15. sijalla.

Matkailuilmion ajankohtaista yleistä kehityssuuntaa pohdittaessa voimakkaasti nouseviin matkailutrendeihin kuuluu kannustematkailu, jossa lasketaan käytettävän vuosittain maailmanlaajuisesti peräti noin 60 miljardia markkaa.

Suomeen ulkomaalaiset kannuste- tai motivointi-matkailijat tuovat vuositason arviolta 350-400 miljoonaa, josta noin kaksi kolmasosaa Pohjois-Suomen talvimatkailuun.

Harva elinkeino on yhtä kriisialtis kuin matkailu ja alan onkin jatkuvasti huomioidava yhteiskunnalliset ja väestölliset muutokset. 2000-luvulla harmaat pantterit tulevat vauhdilla. Seniorit voidaan nähdä jopa uutena juppisukupolvena, jonka mukaisesti seniorikäyttäytymisen tulevaisuuden suuntana on kiihkeämpöinen uusien elämysten hankkiminen.

Suurten ikäluokkien vanheneminen ja alhainen väestönkasvu merkitsevät mm. sitä, että suunnilleen vuonna 2017 yli 65 -vuotiaiden määrä ylittää Suomessa alle 20 -vuotiaiden määrän. Harmaiden panttereiden osuus on tällöin noin 1,7 miljoonaa.

Jo nyt maailmalla tuotetaan 80-vuotiaille suunnattuja paketteja liikuntamahdollisuuksineen. Yhdistettyjen liikunnanohjaajien ja viihdyttäjien (animateur) rooli on kasvanut matkakohteissa varsinkin Kreikassa (7000 kpl) ja Espanjassa”.

Ympäristömatkailun ohella nostalgiamatkailu ja liikuntamatkailu olivat koko 1990-luvun trendimäisesti nousussa. Erään otannan mukaan jopa 80 % matkailijoista on liikuntaorientoituneita.



Katso liite 2. taulukko Suomen Liikunta ja Urheilu ry:n tutkimus eri lajien harrastajamääristä

3.5 KILPAILUTILANNE

Kilpailua tulee tarkastella sekä asiakkaan että tarjonnan näkökulmasta ja erottaa kilpailu kotimaassa ja ulkomaiden osalta.

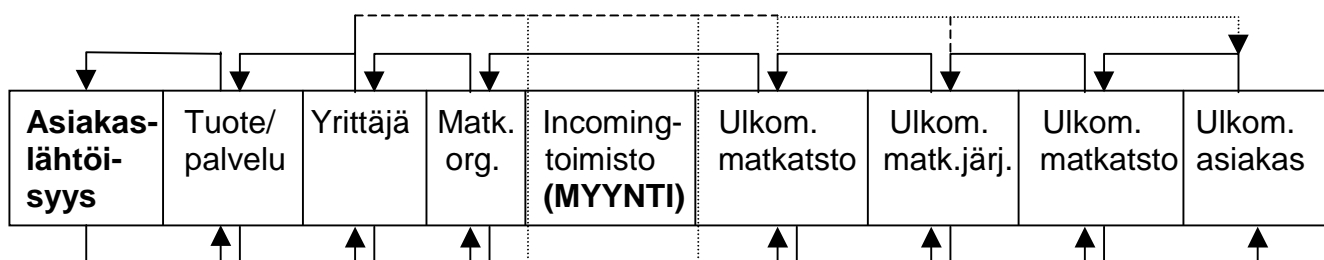
Kotimaan osalta kilpailemme naapurimaakuntien (Kainuu, Pohjois-Karjala, Etelä-Savo, Keski-Suomi) kanssa hyvin samantyyppisellä tarjonnalla (luonto ja kulttuuri) ja pyrimme saavuttamaan asiakkaita samoista asiakaskohderyhmistä ja –alueilta.

Itäisessä Suomessa on jo useita vuosia toteutettu matkailuyhteistyötä, joka nyttemmin on muotoutumassa sekä koti- että ulkomaanmarkkinointia koskevaksi. Kotimaassa toimitaan *Iloista Lomaa Itä-Suomessa* –markkinointiteeman alla. Ulkomaan markkinoinnin osalta on muodostunut koko Järvi-Suomea koskeva hanke **The Thousand Lakes**, jossa ovat mukana seuraavat maakunnat: Kanta-Häme, Pirkanmaa, Päijät-Häme, Etelä-Savo, Pohjois-Savo, Keski-Suomi Etelä-Karjala ja Pohjois-Karjala (keskusteltu myös Kainuun mukaan tulosta).

The Thousand Lakes –hankkeessa asiakkaita tullaan lähestymään seuraavilla teemoilla:

- aktiviteetit/luonto
- kulttuuri/tapahtumat
- mökit
- kokous- ja kongressimatkailu
- veneily ja laivat

3.6. MATKAILUTUOTE/-PALVELU -KETJUN KUVAUS



Pohjois-Savon heikkous on erityisesti siinä, että meiltä puuttuu myyntiä harjoittava incoming-toimisto. Sellaisena voi toimia joissakin tapauksissa myös paikallinen matkailuorganisaatio. Tulevaisuuden trendinä on ketjun lyhentyminen mm. informaatioteknologia -ratkaisujen myötä.

3.7 POHJOIS-SAVOSSA TOTEUTETUT MATKAILUHANKKEET 1995 – 1999

Pohjois-Savossa toteutettiin EU-ohjelmakaudella 1995-1999 yhteensä 155 matkailuhanketta (6,18% koko maan matkailuhankkeista), joiden julkinen rahoitus oli 57,3 miljoonaa markkaa (4,49% koko maan julkisesta matkailurahoituksesta). Pohjois-Savon matkailuhankkeiden mk-määräinen keskiarvo oli 369.713 mk.

Suomessa toteutettiin rakennerahastokaudella 1995-1999 yhteensä 2.507 matkailuhanketta, joihin julkinen sektori (EU, valtio ja kunnat) panosti 1.275 miljoonaa markkaa. (lähde: Kauppa- ja teollisuusministeriön tutkimus Matkailun julkisen rahoituksen määrä ja kohdentuminen Suomessa 19/2000)

Matkailuhankkeita oli lukumääräisesti 8,5 % kaikista EU-osarahoitteisista hankkeista Suomessa. Niiden saama markkamääräinen tuki oli 6,7 % kaikkien Suomessa toteutettujen hankkeiden EU-tuesta ohjelmakaudella 1995-1999.

EU-hankkeiden arviointia koskevassa osuudessa vuosina 1995-1999 toteutettujen matkailun EU-hankkeiden tuloksia luonnehditaan selvityksessä kokonaisuudessaan tyydyttäväksi, tulosten vaihteluvälin ollessa kuitenkin suuri. Arvion suorittaminen perustui kootun tilastoaineiston lisäksi 52 teema-haastatteluun.

Arvioinnin lähtökohta oli hankkeiden onnistuneisuus yritysten kehittämisen näkökulmasta.



Katso liite 3. Suomen matkailupoliittiset linjaukset –taustamuistio luonnos 3.11.2000; heikkouksia ja epäkohtia sekä haasteita ja mahdollisuuksia

4. POHJOIS-SAVON MATKAILUN KEHITTÄMISSTRATEGIA

4.1 VAHVUUDET, HEIKKOUEDET, UHKAT, MAHDOLLISUUDET ELI SWOT -ANALYYSI

<p>Vahvuudet</p> <ul style="list-style-type: none">- järviluonto, Euroopan hienoin sisävesistö- hyvä saavutettavuus ja yhteydet (kotimaa)- monipuolinen kulttuuritarjonta- selkeät, vaihtelevat vuodenaajat- rauhallisuus, turvallisuus, hiljaisuus, puhtaus- savolaisuus- runsas loma-asutus	<p>Heikkoudet</p> <ul style="list-style-type: none">- yhteistyön ja verkostoitumisen vähäisyys- tunnettujen valtakunnallisten kärkituotteiden vähäisyys- lyhyet sesongit- tuottajalähtöisyys, asiakkaiden vähäinen tuntemus- tutkimustiedon puute, hajanaisuus- selkeän myyntijärjestelmän puuttuminen- yrittäjissä paljon ”harrastelijoita” (esim. maaseutumatkailu)- yrittäjien ikärakenne
<p>Mahdollisuudet</p> <ul style="list-style-type: none">- laadun kohottaminen- ympärivuotisuus- Venäjän läheisyys- laiva-/venereittien laajeneminen- yhteistyön tiivistäminen- 5-tie; tarjonnan sisällön kehittäminen- sähköisen kaupankäynnin teknologinen kehitys	<p>Uhkat</p> <ul style="list-style-type: none">- resurssien väärinsuuntaaminen/hajottaminen- mökkikapasiteetin rapistuminen- tavoite 1-kaudella ei pystytä luomaan v. 2006 jälkeistä menestyspohjaa- uskon puute- ympäristön likaantuminen- kasvihuoneilmiö

4.2 VISIO

Pohjois-Savon liitto on asettanut matkailustrategian 16.9.1998 ajantasaistetussa versiossa Pohjois-Savon visioksi v. 2010 seuraavaa:

Pohjois-Savo on Itä-Suomen **johtava matkailumaakunta**, joka tunnetaan korkealaatuisia erityisesti luontoon ja kulttuuriin liittyviä elämyksiä tarjoavana alueena. Muista erottava tekijä on erityisesti **savolaisuus**, joka heijastuu asiakkaan näkökulmasta myönteisinä piirteinä sekä tuotteistoissa, asiakaspalvelussa että ympäristön kanssakäymisessä matkailijoiden kanssa.

Perustekijä matkailutuotteissa on asiakaslähtöisyys.

Leimallista alueen matkailulle on myös ympäristötekijöiden huomioiminen.

4.3 TAVOITTEET

Määrälliset tavoitteet v. 2000-2010

- Pohjois-Savon matkailun vuotuisten kasvulukujen ylittäminen kahdella prosentilla valtakunnan keskiarvon (3,5¹⁾-5,5%). Tämä merkitsee:
 - Matkailutulon kasvua 1,7-kertaiseksi nykyisestä: välitön matkailutulo 1.622 milj.mk ja välillinen 2,4 mrd.mk
 - majoitus- ja ravitsemisala työllisti v. 1998 2.389 henkilöä. Tavoite merkitsee 4.400 kokopäiväisen henkilön työllistymistä matkailussa vuonna 2010
- ulkomaisten matkailijoiden rekisteröityjen yöpymisten osuuden kasvattaminen vuoteen 2006 20 %:iin vuoden 1999 10 %:sta
- vuokrattavien lomamökkien käytön (myynnin) kasvattaminen nykyisestä 15 viikosta 25 viikkoon
- kannattava yritystoiminta, joka edellyttää nykyistä vahvempaa ympärivuotisuutta

Tavoite yöpymisvuorokausien osalta numeraalisessa muodossa:
(tasaisen kasvun periaatteella)

Lähtötilanne = toteutuneet yöpymisvuorokaudet vuonna 1999:
Pohjois-Savo 771 799, Suomi 15 577 660

Vuosi	Pohjois-Savo (+5,5 %)	Suomi (+3,5 %)	P-S suht. osuus (%)
2000	814 248	16 122 878	5,05 %
2001	859 032	16 687 178	5,15 %
2002	906 278	17 271 229	5,25 %
2003	956 124	17 875 722	5,35 %
2004	1 008 710	18 501 372	5,45 %
2005	1 064 189	19 148 920	5,56 %
2006	1 122 718	19 819 132	5,66 %
2007	1 184 469	20 512 801	5,77 %
2008	1 249 615	21 230 749	5,89 %
2009	1 318 344	21 973 825	6,00 %
2010	1 390 853	22 742 908	6,12 %

¹⁾ Valtakunnallinen matkailustrategia: Suomen matkailuvolyymin kasvu noin +3,5% kaudella 1996-2010.

Laadulliset tavoitteet

Matkailun kärkituotteiden ja yritysten tulee Pohjois-Savossakin tavoitella laatusertifikaattia. Pohjois-Savossa yhdelläkään matkailuyrityksellä ei tällä hetkellä ole laatusertifikaattia. Sertifikaatin tavoittelun ei tule olla itsetarkoitus, vaan laadukkaan toiminnan jatkumisen varmistamisella tulee luoda edellytykset sertifikaatin hakemiselle.

MEKin käynnistäessä v. 2001 Laatutonni –projektin, tulee Pohjois-Savon matkailun kärkiyritysten olla tässä joukossa mukana.

MEKin tavoitteiden mukaan vuodenvaihteeseen 2003/2004 mennessä n. 1.000 matkailualan pk-yritystä olisi saanut tämän ns. laadun pikkudiplomin.

4.4 POHJOIS-SAVON MATKAILUSTRATEGIAN YDIN

Strategian lähtökohta on asiakaslähtöinen, laadukas, ympäristövastuullinen ja ympäri vuorokauden matkailun yritystoiminta.

Onnistumisen edellytys on yritysten ja muiden matkailualan toimijoiden välinen avoin yhteistyö

Päämäärä:

- Matkailutulon kasvu
- Kannattava ja kilpailukykyinen matkailun yritystoiminta
- Työpaikkojen lisääminen
- Kokonaislaadun nostaminen

Strategia:

Vetovoimaisten matkailukeskusten/keskittymien edelleen kehittäminen

Tuotepohjan/yritystoiminnan vahvistaminen valituissa tuoteryhmissä

- vesistö- ja muu luontomatkailu
- lomamökit
- kannustematkailu
- kulttuurimatkailu
- työ-/kokousmatkailu > oheistuotteet
- hyvinvointimatkailu

Toimintalinjat:

• Markkinointi ja myynti

• Tuotekehitys ja osaamisen vahvistaminen

• Matkailuyritysten rahoitusjärjestelyt

• Infra (erit. reitistöt)

• Matkailuelinkeinoja koskeva tieto

Panostuksen jo toimiviin ja vetovoimaisiin keskittymiin arvioidaan antavan parhaan panos-tuotos –suhteen. Näiden kehittyminen heijastuu myös ympäristöön ja kehittää voimakkaimmin maakunnan matkailuprofiilia. Verkostoitumisen avulla myös pienet matkailuyritykset pääsevät kehitykseen mukaan ja niille tulee luoda oma kehittämisohjelmansa.

Kehitettävät tuoteryhmät ovat koko Pohjois-Savolle yhteisiä, mutta niiden painotus on erilainen mm. seutukunnittain. Valittujen teemojen on tarkoituksenaan olla linjassa mm. Järvi-Suomi –tasolla tehtyjen valintojen kanssa, mutta teemojen sisäinen painotus vaihtelee maakunnissa lähtökohdista riippuen.

Julkiset panostukset uusien vetovoimakohteiden kehittämiseen ovat perusteltuja vain, jos hankkeella on erityisen myönteiset kehitysnäkymät, kohteen vetovoima on valtakunnallisesti merkittävä ja hanke on selkeästi yritysvetoinen.

Pohjois-Savon näkökulmasta keskeisimmät **asiakaskohderyhmät** ovat seuraavat:

- perhematkailijat
- aktiviteettimailijat (kalastus, golf, laskettelu, hiihto yms.)
- kannustematkailijat
- tapahtumiin osallistuvat matkailijat, mm. kulttuuri
- senioriryhmät (hyvinvointimatkailu)
- kokous- ja kongressimatkailijat

Pohjois-Savon matkailun keskeisimpien kehittämiskohteiden ja näiden osalta tuoteryhmien **valintakriteerit** ovat:

- kehitys aikaisempina vuosina
- tuottopotentiaali
- saavutettavuus ja tarjonnan määrä sekä laatu
- asiakkaiden kiinnostus
- tuntuma tulevaan kehitykseen
- monipuolinen matkailutarjonta, jo olemassa oleva matkailukeskittymä

Pohjois-Savon matkailun strategiset kehittämissuunnitelmat ovat:

I. VETOVOIMAISTEN MATKAILUKESKUSTEN-/KESKITTYYMIEN EDELLEEN KEHITTÄMINEN

Tahko:

- ◆ ympärivuotisuuden vahvistaminen
- ◆ palvelutarjonnan monipuolistaminen
- ◆ kokonaisuuden kehittäminen ja nostaminen

Tahko-kokonaisuuteen liittyy luontevasti Koillis-Savon muu matkailutarjonta, esim. Vaikkojoki ja Rautavaaran Metsäkartano

Kuopion seutu:

Kuopion matkailustrategian kärkituoteryhmät

- ◆ ympärivuotinen, korkeatasoinen mökkikapasiteetti
- ◆ vuokravenejärjestelmä
- ◆ korkeatasoisten tapahtumien järjestäminen
- ◆ perhematkailu: erityishuomio lapsiin
- ◆ golf- ja kylpylämatkailu (hyvinvointimatkailu)
- ◆ kokonaisuuden kehittäminen ja nostaminen

Iisalmen seutu + Runni:

- ◆ perusinfrastruktuurin kehittäminen
- ◆ palvelutarjonnan monipuolistaminen
- ◆ kokonaislaadun kehittäminen ja nostaminen
- ◆ hyvinvointimatkailu
- ◆ kulttuurimatkailu

Lohimaa:

- ◆ kalastusmatkailun/matkailukalastuksen jatkotuotteistaminen
- ◆ perusinfrastruktuurin kehittäminen
- ◆ palvelutarjonnan monipuolistaminen
- ◆ kokonaislaadun kehittäminen ja nostaminen

II. TUOTEPOHJAN/YRITYSTOIMINNAN VAHVISTAMINEN VALITUISSA TUOTERYHMISSÄ

Vesistö- ja muu luontomatkailu

- vuokravenejärjestelmän kehittäminen
- luonto-ohjelmalvelujen kehittäminen (esim. kalastus, melonta, vaellusratsastus)
- maastohiihto, laskettelu

Lomamökit/omat mökit

- tason nostaminen
- viiptymän lisääminen (oma käyttö + vuokrauskäyttö)
- myynnin ja markkinoinnin tehostaminen
- palvelukokonaisuuksien kehittäminen

Kannustematkailu

- verkoston ja tuotteiden luominen (asiakslähtöisyys)
- myyntijärjestelmien kehittäminen

Kulttuurimatkailu

- myynnin ja markkinoinnin tehostaminen
- asiakslähtöinen tuotekehitys

Työ- ja kokousmatkailu → oheistuotteet

- asiakslähtöisten oheistuotteiden kehittäminen ja myynti
- ohjelmalvelujen tehokkaampi hyödyntäminen

Hyvinvointimatkailu

- asiakslähtöinen (esim. seniorit) tuotekehitys
- tutkimustiedon soveltaminen matkailutuotteissa

Pohjois-Savolle erityisenä **niche-tuotteena** (kapean markkinaraon erikoistuotteena) voisi nimetä ortodoksisen kulttuurimatkailun, joka on mukana myös Järvi-Suomen Lakeland –tuotteistossa kuten myös MEKin markkinoinnissa. Teemassa hyödynnetään myös Venäjän ortodoksisuutta (yhteistuotteet Venäjän Karjalan kanssa).

VAIHEAJATTELU

Pohjois-Savon matkailutarjonnan kehittämisen tueksi tulee luoda järjestelmä, jonka avulla julkista rahoitusta ohjataan. Tässä esitettävä vaiheajattelu voi osaltaan toimia tällaisena instrumenttina.

Toiminta- ja toteutusstrategia eri tasoilla on erilainen. Yritysten/tuotteiden elinkaari on myös yhteydessä esitettyyn vaiheajatteluun ja on huomioitava.

KANSAINVÄLINEN TASO: (huomioitava Lakeland ja MEK-yhteistyö)

- ne yritykset tai matkailualueet, joilla on mahdollisuus kehittyä tai jotka jo ovat kansainvälisillä markkinoilla
- tuotekehityksessä painotus laadun kehittämiseen ja kansainvälisen asiakaspalvelutaidon hankkimiseen
- erityispanostus laatukoulutukseen
- markkinointihankkeissa panostetaan mahdollisimman laajoihin yhteistyöhankkeisiin

Esimerkkejä: Tahkon alue, Kuopion seutu, kalastusmatkailutuotteita, ortodoksisuuden ympärille rakennetut kulttuurituotteet, mökkilomat = kv. tason mökkiyritykset

KANSALLINEN TASO:

- kotimaan matkailun kannalta tärkeitä volyymikohteita, osa palvelukokonaisuutta. Laatu ja tasokas asiakaspalvelu myös keskeisellä sijalla
- erityispanostus perhe- ja lapsituotteiden kehittämiseen, verkostoitumiseen ja vetovoimaisten palvelupakettien luomiseen

Esimerkkejä: Ylä-Savon tarjonta, Pohjois-Savon kylpylät, perhekohteet, kierto- ja kulttuurimatkat (teatteripaketit, ryhmämatkat)

SEUDULLINEN TASO:

- kohteet/tuotteet, joihin ei ole helppoa saada volyymia
- sijaitsevat kaukana muista yrityksistä, ei löydy tuotekokonaisuuksia. Kuitenkin olemassa kanta-asiakkaita, jopa ulkomailta
- julkinen kehittämisvastuu ensisijaisesti kunnallisella tasolla kunnan intressien mukaan
- painotus koulutuksessa tieto-aidon ja asiakaspalvelun ylläpitämiseksi

Esimerkkejä: osa mökki- ja maaseutumatkailuyrityksistä sekä hotelleista ja majoitusliikkeistä. Sellaiset Pohjois-Savon tapahtumat, joissa käy alueen oma väestö

PAIKALLINEN TASO:

- yritykset, jotka toimivat ei-ammattimaisesti tai osa-aikaisesti

Tällä hetkellä selvä lukumääräinen painotus Pohjois-Savon matkailutuotteissa on seudullisella ja paikallisella tasolla ja esim. todella vetovoimaisia, kansainvälisen tason tuotteita on vain hyvin vähän.

Tavoitteena on, että kehittymiskelpoisille ja -haluisille yrityksille turvataan koulutuksen ja muun kehittämistoiminnan kautta mahdollisuus siirtyä luokituksessa "vaativammille" tasoille. Erityisen tärkeää on kansainvälisen tason tuotepohjan vahvistaminen.

5. TOIMENPIDEOHJELMA

5.1 MARKKINOINTI JA MYYNTI, INFORMAATIO- JA VARAUSJÄRJESTELMÄT

- Pohjois-Savosta puuttuu alueen yrittäjien tuotteita/palveluja myyvä **myyntitoimisto**. Nykyiset matkailuorganisaatiot ovat enemmän markkinointi- kuin myyntiorganisaatioita.

- vielä lähes käyttämätön mahdollisuus tältä osin on internet-pohjaisen kaupan hyödyntäminen esim. kotimaassa

- Kuopion seutu tai Ylä-Savo ovat alueina liian pieniä esim. ulkomaan myyntiä ajatellen. Pohjois-Savoon tulisi perustaa koko maakunnan käsittävä myyntitoimisto, jonka tuotteet ovat korkealaatuisia ja asiakaslähtöisiä.

Johtopäätökset ja toimenpide-ehdotukset:

1. Tulee selvittää matkailuelinkeinon (= yrittäjät) halukkuus perustaa tuotteiden ja palvelujen myyntiyhtiö. Elinkeino tulee saada mukaan panos/tuotos –ajattelun mukaisesti. Myyntiyhtiö ryhtyy keskitetysti myymään niitä matkailupalveluja (mm. kärkikohteet/-palvelut, kärkitapahtumat, kokous- ja kongressimatkailupalvelut sekä ryhmämyynti), joiden se katsoo olevan myyntikelpoisia ja tarvittavat laatuksiteerit täyttäviä. Myynnissä tulee hyödyntää nykypäivän tekniikan mahdollisuuksia.

Yhtiöön voi niin haluttaessa myöhemmin tulla mukaan muitakin tahoja.

2. *Ulkomaan markkinoinnin* voimavarat tulee keskittää Lakeland –hankkeen kautta. Tämä edellyttää sekä suunnitellun toiminta-alueen kokonaisvaltaista sitoutumista että hankkeen tarkempaa sisällön luontia.

3. Pohjois-Savon informaatio- ja varausjärjestelmä tulee saada kootusti yhden matkailuportaalin (= sähköinen markkinakanava) alle. Tähän tulee liittyä myös konkreettinen palvelujen/tuotteiden myyntijärjestelmä, josta yksittäinen asiakas voi internetin välityksellä varata haluamiaan palveluja.

Maassamme on tähän liittyen suunnitteilla MEKin valtakunnallinen järjestelmä ja myös Lakelandin suunnitelmat tulee huomioida. Toteutus on järkevää tehdä näiden aikataulujen mukaan

Vastuu-/toteuttajataho:

Pohjois-Savon liitto, merkittävimmät matkailuyrittäjät, matkailullisesti tärkeimmät kunnat

Aikataulu:

- Pohjois-Savon liitto asettanut selvitysryhmän maakunnallisen myyntiyhtiön perustamisesta maaliskuussa 2001. Selvityksen aikataulu syyskuun 2001 loppuun mennessä.
- Tavoitteena myyntiorganisaation toiminnan käynnistyminen vuoden 2002 alusta.

5.2 TUOTEKEHITYS JA OSAAMISEN VAHVISTAMINEN

Tuotekehitys

Keskeisiä elementtejä:

- asiakaslähtöisyys
- kohderyhmien tarkka määrittely
- kokonaislaadun kehittäminen
- ympäristövastuullisuus
- tuotekokonaisuuksien kokoaminen myytäviksi tuotteiksi

Edellyttää yrittäjien välisen yhteistyön entistä tiiviimpää yhteistyötä

Vastuu-/toteuttajataho:

Matkailuyrittäjät

Kunnat ja organisaatiot (tarvittavan tiedon välittäminen prosessiin)

Osaamisen vahvistaminen

Matkailuyrittäjien valmiuksia kannattavan, laadukkaan ja ympärivuotisen toiminnan osalta tulee edelleen vahvistaa. Matkailutuotteiden ja –palvelujen tulee perustua asiakaslähtöiseen ja ympäristövastuulliseen ajatteluun.

Johtopäätökset ja toimenpide-ehdotukset:

Matkailuyrittäjien kouluttautumista ja itsensä edelleen kehittämistä tulee kannustaa ja tukea erityisesti seuraavien kokonaisuuksien hallinnan osalta:

- asiakaslähtöisyys
- kannattavuus
- verkostoituminen (erityishuomio siihen, että hankkeissa syntyy konkreettista yhteistyötä = tuotekokonaisuuksia)
- laatu- turvallisuus- ja ympäristökoulutus

Koulutuksen laadun osalta keskeisiä kysymyksiä ovat elinkeinon tarvelähtöisyyden huomioiminen ja koulutuksen järjestäjän osaaminen ja pätevyys.

Yrittäjien koulutuksiin osallistumiskynnyksen madaltamiseksi tulee kehittää ja toteuttaa virtuaalinen oppimisympäristö. Matkailualan oppilaitokset tulee kytkeä vahvemmin elinkeinoon ja sen kehittämistoimintaan.

Pohjois-Savossa tulee toteuttaa matkailualan yrityshautomo.

Vastuu-/toteuttajataho:

Alan oppilaitokset

Aikataulu:

Jatkuva prosessi. Pohjois-Savon matkailualan yrityshautomon käynnistyminen vuoden 2002 alussa.

5.3 MATKAILUYRITYSTEN RAHOITUSJÄRJESTELYT

Pohjois-Savon matkailuyritykset ovat yleensä pieniä ja niiden mahdollisuudet omaan pääomapanostukseen ovat vähäiset. Pohjois-Savossa toimii pääasiallisesti teollisuusyrityksiä palvelevaa pääomasijoitustoimintaa harjoittavia yrityksiä-/rahastoja, mutta niiden toiminta ei ole ulottunut matkailuyrityksiin.

Johtopäätökset ja toimenpide-ehdotukset:

Tulee selvittää mahdollisuudet perustaa Pohjois-Savoon matkailualan pääomasijoitusrahasto joko erillisenä tai olemassaolevien pääomasijoitusrahastojen yhteyteen sijoitettuna.

Matkailualan pääomasijoitusrahasto voi tulevaisuudessa olla eräs vaihtoehtoinen, uusi tapa rahoittaa matkailuinvestointeja. Riskirahoitus –periaatteella toimiva pääomasijoittaja voisi tehdä määräaikaista sijoittamissitoumuksia. Pääomasijoitusrahastossa voisi olla mukana myös esim. seudullisia kehittämissyhtiöitä ja kuntia.

Matkailualalle tulee pyrkiä saamaan myös ulkomaista pääomaa. Esimerkiksi yleisissä Itä-Suomea/Pohjois-Savo koskevissa markkinointihankkeissa matkailuelinkeinon tulee olla myös mukana ja näkyvillä.

5.4 INFRASTRUKTUURI

Kanavahankkeet

Matkailun kannalta Nilsiän ja Runnin kanavat ovat toteutumassa. Savon kanavan toteutuminen on suunnitteluvaiheessa.

Tieyhteydät

Maakunnan kannalta merkittävin tieyhteys on 5-tie, jonka matkailullinen, erityisesti sisällöllinen kehittäminen on tärkeää. 5-tien tulisi aidosti kyetä tarjoamaan kilpailukykyinen ja mielenkiintoinen reittivaihtoehto Etelä-Suomesta pohjoiseen.

Tämä edellyttää niin hyviä ja monipuolisia tienvarsipalveluja kuin mielenkiintoisia, perheiden ja ryhmämatkailijoiden tarpeet huomioonottavia nähtävyyksiä ja käyntikohteita.

Peruslähtökohdaksi on luonnollisesti, että tien liikennöitävyys on kunnossa ja että tien parantamishankkeet toteutetaan oikea-aikaisesti.

Myös poikittaisyhteyksien (itä-länsi suunnassa) tulee olla kunnossa (mm. Sini-Tie).

Vastuu-/toteuttajataho:

Merenkululaitos, Tielaitos, Pohjois-Savon liitto

Reitistöt

Matkailustrategian päivitysprosessin aikana suoritetuissa haastatteluissa tuli koko maakuntaa koskevana esille sellaisten reitistöjen kehittämisen tarve, joiden tarjonta on monipuolista ja useampia aktiviteetteja mahdollistava (ns. monitoimireitit).

Keskeisimmäksi seikaksi nousi **asiakaslähtöisyys**. Muita huomioitavia asioita:

- reitistöjen suunnittelu
 - tulisi olla kokonaisvaltaista siten, että reiteillä on selkeät liittymät muiden seutujen ja naapurimaakuntien reitteihin sekä matkailuyritysten palveluihin
- reitistöjen ylläpito
- kartta-aineistot kieliversioineen
- yhteismarkkinointi

Em. asioiden suunnittelussa ja toteutuksessa on keskeistä niin julkisen vallan (erityisesti kunnat) kuin yrittäjienkin välinen tiivis keskinäinen yhteistyö.

Vastuu-/toteuttajataho:

Pohjois-Savon liitto, Pohjois-Savon ympäristökeskus, kunnat, yrittäjät

Aikataulu:

Koillis-Savossa moottorikelkkareitistöt pääasiassa toteutettu, kesäreittien rakentaminen käynnistymässä. Ylä-Savossa reittien rakentaminen käynnissä. Sisä-Savossa suunnittelu loppusuoralla ja rakentaminen käynnissä. Varkauden seudulla suunnittelutyö ja rakentaminen käynnissä.

Lentoyhteydet

Kuopion lentoaseman merkitys erityisesti ulkomaisia matkailijoita ajatellen on suuri. Se on paikka, joka luo ensimmäisiä mielikuvia maakuntaamme saapuville matkailijoille.

Lentoasemalle tulee saada asiakkaiden (ml. ryhmät) vastaanottopiste, missä voidaan järjestää niin infotilaisuuksia kuin mahdollisuus esim. varusteiden vaihtoon. Lentoasema tulee siis huomioida myös reittisuunnittelussa.

Kuopion lentoaseman sijaintiin liittyy eräs ainutlaatuinen piirre; sen yhteyteen rakennettuna ja vuokravenejärjestelmän tarpeisiin vastaavana tulisi toteuttaa sellainen laituriratkaisu, joka mahdollistaa asiakkaiden vaivattoman siirtymisen ko. palvelun käyttäjäksi. Hanke liittyy myös Nilsiään vesireitin kehittämiseen.

Vastuu-/toteuttajataho:

Liikennöintiyritykset, Ilmailulaitos, kunnat

Vesistöt; rakenteet

Veneilijöiden tarvitseman palveluvarustuksen rakentaminen ja ylläpito, mm. laiturit ja rantautumispaikat. Suunnittelussa huomioitava matkailuyritysten tarpeet ja sijainti.

Vastuu-/toteuttajataho:

Merenkululaitos, Pohjois-Savon ympäristökeskus, kunnat, yrittäjät

Puijo:

Pohjois-Savon tunnetuimman matkailukohteen (maakuntakuvatutkimus s. 21) **Puijon** niin toiminnallinen kuin infrastruktuurinkin kehittäminen tulisi toteuttaa pian.

Vastuu-/toteuttajataho:

Kuopion kaupunki

Tietoliikenneyhteydet

Pohjois-Savon tulee olla vahvasti mukana tietoliikenneyhteyksien kehittämisessä siten, että riittävän korkealaatuiset yhteydet turvataan sekä matkailija-asiakkaille (ml. loma-asukkaat) että matkailuyrityksille paikasta riippumatta.

Vastuu-/toteuttajataho:

Tietoliikenneyhtiöt

5.5 MATKAILUELINKEINOJA KOSKEVA TIETO

Pohjois-Savossa tulee aloittaa systemaattinen asiakastyytyväisyys –mittaus-työskentely. Mittauksen tulee perustua sekä yrittäjien itsensä omissa yrityksissään keräämään että säännöllisesti ja järjestelmällisesti avainkohteissa/-tapahtumissa kerättyyn palautteeseen.

Lisäksi asiakkaista tulee tietää mm. seuraavia asioita:

- syyt, miksi asiakas valitsee matkakohteeseen Pohjois-Savon
- minkä kriteereiden perusteella hän valinnan suorittaa
- mistä hän etsii tietoa ja mihin hän ottaa yhteyttä
- kuinka eri asiakasryhmät, mm. kotimaiset ja ulkomaiset asiakkaat eroavat tässä suhteessa toisistaan

Kerätyn palautteen tarkoituksena on ohjata yritysten toimintaa kysynnän suuntaisesti.

Pohjois-Savon nykyisiä matkailutuotteita/-palveluja tulee myös tarkastella kriittisesti ja tehdä arvioita siitä, missä elinkaaren vaiheissa ne ovat.

Pohjois-Savon eräs keskeisimpiä ongelmia on puutteellinen tieto matkailun merkityksestä ja trendeistä. Tietoa matkailun taloudellisesta merkityksestä tarvitaan mm. resursseja matkailuun kohdistaville tahoille niin kunta-, seutukunta- kuin maakuntatasollakin. Viimeisimmät koko maakuntaa (ja seutukuntia) koskevat luotettavat tiedot matkailutulosta ovat vuodelta 1996 olevasta Suomen Matkailun Kehitys Oy:n tekemästä Pohjois-Savon matkailufakta –tutkimuksesta.

Pohjois-Savon matkailuyritykset saavat tietoa alan kehityksestä ja trendeistä varsin hajanaisesti. Ne seudut tai kaupungit, joissa matkailulla on oma toimijansa, tiedottavat alueensa yrittäjille em. asioista. Muissa kunnissa tiedottaminen on hajanaisempaa tai sitä ei ole lainkaan.

Johtopäätökset ja toimenpide-ehdotukset:

Pohjois-Savoon tulee luoda elinkeinon sisäinen tiedotusjärjestelmä (esim. intranet -tyyppisenä), jonka avulla tiedotetaan niin kaikille matkailuyrityksille kuin resursseja matkailuun kohdistaville tahoillekin matkailuun kuuluvista aiheista. Välineinä mm. tiedotuslehti, kirjeet, sähköposti ja intra-/internet-sivut.

Vastuu-/toteuttajataho:

Rahoittajat, oppilaitokset, yritykset

Aikataulu:

Käynnistyminen 2001, jatkuva prosessi. Pohjois-Savon matkailufakta kootaan vuoden 2001 aikana

6. STRATEGIAN SEURANTA

Strategian ja tavoitteiden toteutumista tulee seurata jatkuvasti, mutta tarkempi toteutumisen päivitys tehdään vähintään kerran vuodessa. Yleisten tavoitteiden seurannasta vastaavana tahona toimii Pohjois-Savon liiton asettama matkailuklusteriryhmä.

Yksittäisen hankkeen toteutumista ja hankkeiden vaikuttavuutta seuraa kukin rahoittajataho.

7. TIIVISTELMÄ

Taustaa:

Pohjois-Savon matkailustrategian päivityksen perusaineistona on ollut edellinen, vuonna 1996 valmistunut matkailustrategia. Myös viimeisimmät maakunnalliset tiedot matkailun tulovaikutuksista ovat samalta vuodelta. Tuolloin maakunnan välittömäksi matkailutuloksi saatiin **811 milj.** ja välilliseksi **1,2 miljardia markkaa**. Matkailu työllistää Pohjois-Savossan. 2.400 henkilöä.

Edellisellä rakennerahastokaudella 1995 – 1999 Pohjois-Savossa toteutettiin 155 matkailuhanketta, joiden julkinen rahoitus oli 57,3 miljoonaa markkaa. Pääpaino hankkeissa on ollut tuotekehityksessä.

Toteutus:

Matkailustrategian päivityksestä on vastannut Pohjois-Savon liiton matkailuklusteriryhmä.

Matkailustrategian päivityksessä on järjestetty viisi seutukunnallista yrittäjätalaisyhteisöä syksyn 2000 aikana. Niihin osallistui 49 yritystä. Tämän jälkeen tehtiin lähes kaikki Pohjois-Savon kunnat käsittänyt kuntakerros, jolloin haastateltiin kunnanjohtajia ja matkailuasioista vastaavaa henkilöä. Lisäksi työhön on osallistunut suurimpien matkailuyritysten tai matkailun intressiryhmien edustajia.

Työssä on huomioitu niin Pohjois-Savon seutujen, Järvi-Suomen (The Thousand Lakes) kuin laajemminkin valtakunnalliset (MEK, KTM) matkailun strategiapainotukset.

Strategian ydin:

Päämäärä:

- Matkailutulon kasvu
- Kannattava ja kilpailukykyinen matkailun yritystoiminta
- Työpaikkojen lisääminen
- Kokonaislaadun nostaminen

Strategia:

Vetovoimaisten matkailukeskusten/keskittymien edelleen kehittäminen

Tuotepohjan/yritystoiminnan vahvistaminen valituissa tuoteryhmissä

- vesistö- ja muu luontomatkailu
- lomamökit
- kannustematkailu
- kulttuurimatkailu
- työ-/kokousmatkailu > oheistuotteet
- hyvinvointimatkailu

Toimintalinjat:

• Markkinointi ja myynti

• Tuotekehitys ja osaamisen vahvistaminen

• Matkailuyritysten rahoitusjärjestelyt

• Infra (erit. reitistöt)

• Matkailuelinkeinoa koskeva tieto

Panostus jo toimiviin ja vetovoimaisiin keskittyisiin antaa parhaan panos-tuotos –suhteen. Näiden kehittyminen tuottaa hyvinvointia myös ympäristöön ja kehittää voimakkaimmin maakunnan matkailuprofiilia. Verkostoitumisen avulla myös pienet matkailuyritykset pääsevät kehitykseen mukaan ja niille tulee luoda oma kehittämisohjelmansa.

Entistä vetovoimaisempien matkailukeskittymien kehittämisen ohella toinen rinnakkainen kehittämislinja on tuotepohjan/yritystoiminnan vahvistaminen valituissa tuoteryhmissä.

Koko Pohjois-Savon osalta kehitettävä teemakokonaisuus on **ohjelmapalvelujen kehittäminen**. Niiden tulee linkittyä matkailukeskittyisiin ja toiminta-alueen ei tule olla sidottu tiettyyn pisteeseen (HUOM! ympärivuotisuus).

Myös **kuntien kesäasukkaiden ja työmatkailun** tarpeita palvelevien matkailupalvelujen kehittämiseen tulee kiinnittää nykyistä enemmän huomiota.

Tavoitteet:

- ◆ määrälliset:
 - Pohjois-Savon matkailun vuotuisten kasvulukujen ylittäminen kahdella prosentilla valtakunnan keskiarvoon (3,5/5,5 %). Tämä merkitsee matkailutulon ja työllistävyyden kasvua 1,7-kertaiseksi nykyisestä: välitön matkailutulo 1.622 miljoonaa ja välillinen 2,4 miljardia markkaa. Työllistävyys 4.400 kokopäiväistä henkilöä
- ◆ laadulliset, mm.
 - Pohjois-Savon matkailun kärkiyrityksillä laatusertifikaatti = osallistuminen MEKin vuonna 2001 käynnistyvään Laatu-tonni -projektiin

Vaiheajattelu:

Kansainvälinen taso: (huomioitava Lakeland ja MEK-yhteistyö)

- ne yritykset tai matkailualueet, joilla on mahdollisuus kehittyä tai jotka jo ovat kansainvälisillä markkinoilla

Esimerkkejä: Tahkon alue, Kuopion seutu, kalastusmatkailutuotteita, ortodoksisuuden ympärille rakennetut kulttuurituotteet, mökkilomat = kansainvälisen tason mökkiyritykset

Kansallinen taso:

- kotimaan matkailun kannalta tärkeitä volyymikohteita, osa palvelukokonaisuutta. Laatu ja tasokas asiakaspalvelu myös keskeisellä sijalla

Esimerkkejä: Ylä-Savon tarjonta, Pohjois-Savon kylpylät, perhekohteet, kierto- ja kulttuurimatkat (teatteripaketit, ryhmämatkat)

Seudullinen taso:

- kohteet/tuotteet, joihin ei ole helppoa saada volyymia
- sijaitsevat kaukana muista yrityksistä, ei löydy tuotekokonaisuuksia. Kuitenkin olemassa kanta-asiakkaita, jopa ulkomailta

Esimerkkejä: osa mökki- ja maaseutumatkailuyrityksistä sekä hotelleista ja majoitusliikkeistä. Sellaiset Pohjois-Savon tapahtumat, joissa käy lähinnä alueen oma väestö

Paikallinen taso:

- yritykset, jotka toimivat ei-ammattimaisesti tai osa-aikaisesti

TOIMENPITEET/TOIMENPIDESUOSITUKSET

- maakunnallisen markkinointi- ja myyntitoimiston perustaminen
- informaatio- ja varausjärjestelmien kehittäminen
- tuotekehitys ja osaamisen vahvistaminen
- matkailuyritysten rahoitusjärjestelyt (pääomasijoitusrahasto)
- matkailun tarvitseman infrastruktuurin ylläpito ja kehittäminen, mm. reitistöt (asiakaslähtöisyys)
- tietopohjan vahvistaminen
 - asiakastieto
 - matkailun merkitys (tulo- ja työllisyystutkimukset)
- yhteistyön vastuista ja pelisäännöistä sopiminen, vaiheistaminen
- matkailuhankkeiden arviointi- ja mittauskriteereiden käyttöönotto kaikilla tasoilla (kriteerit esitetty liitteessä 4)

Strategian seuranta:

Strategian ja tavoitteiden toteutumista tulee seurata jatkuvasti, mutta tarkempi toteutumisen päivitys tehdään vähintään kerran vuodessa. Yleisten tavoitteiden seurannasta vastaavana tahona toimii Pohjois-Savon liiton asettama matkailuklusteriryhmä.

Yksittäisen hankkeen toteutumista ja hankkeiden vaikuttavuutta seuraa kukin rahoittajataho.

Samoin tulee kehittää myös yksittäisten matkailuhankkeiden vaikuttavuuden mittaristoa sekä järjestää niiden pohjalta tapahtuva seuranta.

8. LÄHDELUETTELO

Kirjallisuus

Kamensky, M. 2000. Strateginen johtaminen. Kauppakaari Oyj. Jyväskylä: Gummerus

Talonen, H., Laiho, M. & Pallonen, T. 2000. Matkailun julkisen rahoituksen määrä ja kohdentuminen. Kauppa- ja teollisuusministeriö. Helsinki: Edita

Tutkimukset

Pohjois-Savon maakuntakuvatutkimus. 2000. Pohjois-Savon liitto. Kuopio: Kuopion Liikekirjapaino Oy

Julkaisut, luentomateriaalit, artikkelit

Malinen P., Hirvonen T., Keränen H., Keränen R. & Gråsten R. 1999. Pohjois-Savon maakuntaohjelman vaikuttavuusarviointi. Oulun yliopisto, Kajaanin kehittämiskeskus. Oulu: Oulun yliopistopaino

Lakeland -hankkeen liiketoimintasuunnitelma 2000 – 2006.

Sisäasiainministeriö & Kauppa- ja teollisuusministeriö. Espoo 2000

Suomen matkailupoliittiset linjaukset –taustamuistio luonnos 3.11.2000

9. LIITTEET

- Liite 1. Yöpymisvuorokausien kehitys Suomessa maakunnittain 1995-99
- Liite 2. Suomalaisen harrastamat liikuntalajit 1997-1998
- Liite 3. Suomen matkailupoliittiset linjaukset –taustamuistio luonnos 3.11.2000; heikkouksia ja epäkohtia sekä haasteita ja mahdollisuuksia
- Liite 4. Matkailuhankkeiden arviointi- ja mittauskriteereitä

Liite 1. Yöpymisvuorokausien kehitys Suomessa maakunnittain v. 1995-2000

Yöpymisissä Suomen majoitusliikkeissä on maakunnittain tapahtunut vuodesta 1995 vuoteen 2000 verrattuna seuraavanlaista kehitystä:

Matkailun kehitys maakunnittain 1995-2000						
Maakunta	Yöpymisten määrä (1000 kpl)				Osuus koko maasta (%)	
	1995	2000	Muutos kaudella 1995-2000		1995	2000
			1000 kpl	%		
Uusimaa + Itä Uusimaa	3 093	4 017	924	29,9	22,2	25,0
Varsinais-Suomi	929	1 142	213	22,9	6,7	7,1
Satakunta	341	301	-40	-11,7	2,4	1,9
Kanta-Häme	361	386	25	6,9	2,6	2,4
Pirkanmaa	1 046	1 196	150	14,3	7,5	7,5
Päijät-Häme	512	526	14	2,7	3,7	3,3
Kymenlaakso	292	276	-16	-5,5	2,1	1,7
Etelä-Karjala	452	456	4	0,9	3,2	2,8
Etelä-Savo	681	656	-25	-3,7	4,9	4,1
Pohjois-Savo	773	790	17	2,2	5,6	4,9
Pohjois-Karjala	442	451	9	2,0	3,2	2,8
Keski-Suomi	767	974	207	27,0	5,5	6,1
Etelä-Pohjanmaa	488	527	39	8,0	3,5	3,3
Pohjanmaa	342	357	15	4,4	2,5	2,2
Keski-Pohjanmaa	139	130	-9	-6,5	1,0	0,8
Pohjois-Pohjanmaa	884	1 099	215	24,3	6,3	6,9
Kainuu	639	675	36	5,6	4,6	4,2
Lappi	1 469	1 613	144	9,8	10,6	10,1
Ahvenanmaa	273	470	197	72,2	2,0	2,9
KOKO MAA	13 923	16 042	2 119	15,2	100	100

Liite 2. Suomalaisien harrastamat liikuntalajit 1997-1998

Suomen Liikunta ja Urheilu ry:n 7.3.2000 päivitetyn tutkimuksen mukaan suomalaiset harrastavat eri lajeja seuraavasti:

Lajien harrastajamääriä (19-65 -vuotiaat, 1997-1998)

Laji	Harrastajamäärä
Kävelylenkkeily	2 160 000
Pyöräily	1 000 000
Hiihto	724 000
Uinti	573 000
Juoksulenkkeily	477 000
Kuntosaliharjoittelu	341 000
Voimistelu	232 000
Aerobic	211 000

Laji	Harrastajamäärä
Laskettelu	172 000
Sulkapallo	171 000
Salibandy	148 000
Lentopallo	126 000
Jalkapallo	103 000
Tennis	93 000
Jääkiekko	71 000

Liite 3. Suomen matkailupoliittiset linjaukset –taustamuistio luonnos 3.11.2000; heikkouksia ja epäkohtia sekä haasteita ja mahdollisuuksia

Pohjois-Savon matkailun ongelmat eivät juurikaan poikkeaa valtakunnallisista ongelmista (Suomen matkailupoliittiset linjaukset –taustamuistio luonnos 3.11.2000). Taustamuistion kohdassa III Matkalla tulevaisuuteen 3.1.

Lähtökohdat, 3.1.1. Heikkouksia ja epäkohtia todetaan valtakunnallisesta tilanteesta mm. seuraavaa:

- ◆ *yhteinen näkemys ja tavoitteet matkailun kehittämisen suuntaviivoista puuttuvat.* Yhteiskunnan matkailuun kohdistama tuki ei ole riittävästi perustunut kannattavan liiketoiminnan lisäämiseen eikä ole velvoittanut riittävästi yhteistyöhön, laadunvarmistamiseen eikä jatkuvuuteen
- ◆ *veturiyrityksiä on vähän, yritysten kannattavuus usein heikkoa ja yhteistyö yritysten välillä usein riittämätöntä*
- ◆ *matkailukysynnän lisäämistä hiljaisimpina kausina ei ole pystytty riittävässä määrin kasvattamaan*
- ◆ *osaamista ja räätälöityä tietoa keskeisistä menestystekijöistä puuttuu sekä yrityksiltä että julkisella sektorilla toimivilta tahoilta*

Taustamuistion kohdassa 3.1.2. Haasteita ja mahdollisuuksia taas todetaan:

- ◆ *tavoitteena tulee olla kysyntälähtöisyyteen perustuva, taloudellisesti tuottava ja itsekannattava matkailuelinkeino*
- ◆ *elämäntavan muutokset edellyttävät matkailulta uusien ja erilaistettujen matkailutuotteiden ja –palvelujen kehittämistä – erikoistumista*
- ◆ *tietoyhteiskunnan vaateet asiakaspalvelusta, laadusta, tiedonkulun nopeudesta ja täsmällisyydestä sekä hintatasosta on huomioitava; asiakas on entistä valveutuneempi kuluttaja*
- ◆ *matkailussa on tiedostettava ympäristöön kohdistuvat uhkatekijät ja kehitettävä ympäristöä säästävistä toimintatavoista normaalia, jokapäiväistä toimintaa*

Liite 4. Matkailuhankkeiden arviointi- ja mittauskriteereitä

Tällaisia kriteereitä ovat erityisesti:

a) hankkeen kytkeytyminen muuhun kehittämistoimintaan

Hankkeen tulee olla yhteensopiva maakunnan kehittämisstrategian ja maakunnan matkailustrategian mukainen

b) tavoitteena kannattava liiketoiminta

Jokaisen matkailullisin perustein tukea hakevan hankkeen on osoitettava, kuinka sen kautta kyetään saamaan aikaiseksi pidemmällä tähtäimellä kannattavaa kaupallista toimintaa

c) toiminnan kysyntälähtöisyys

Hankeperusteluissa on kyettävä osoittamaan, että hankkeen kautta syntyvälle toiminnalle/tuotteelle on kysyntää. Tämä koskee myös koulutus- ja kehittämishankkeita; onko suunnitellulle koulutukselle/kehittämiselle tarvetta?

d) toiminnan verkostoituminen

Hankkeen perusteluissa on määriteltävä, millaista yhteistyötä (esim. markkinoituyhteistyötä) on suunniteltu muiden hankkeiden kanssa ja/tai mitä muuta toimintaa tukevaa palvelutarjontaa on kehittämiskohteessa

e) hankkeen vetäjän/vetäjäorganisaation ammattitaito

Onko hankevetäjä projektitoiminnan ja tarvittavan matkailuosaamisen ammattilainen? Mikäli jompikumpi puuttuu, on hanke heikolla pohjalla.

Osaamisaukot on tarkoituksenmukaista paikata alihankinnalla. Ulkopuoliselta ostettaessa tulee kuitenkin muistaa, että hankkeen päättymisen jälkeen iso osa osaamista menee hankevetäjän mukana muualle. Siksi paikallisten osajien on osallistuttava hankkeen toteuttamiseen tiiviisti

f) osallistuvien yritysten sitoutuminen

Mikä on hankkeessa mukana olevien yritysten sitoutumisaste? Ovatko yritykset lähteneet mukaan todellisista tarpeista johtuen vai ainoastaan siksi, että osallistuminen on miltei ilmaista? Todellisiin tarpeisiin perustuvasta hankkeesta ovat yritykset valmiita myös maksamaan

g) mitattavia tavoitteita

Hankkeen tavoitteiden tulee olla niin konkreettisia, että niitä kyetään seuraamaan. Laatu- ja ympäristötavoitteet on myös kyettävä määrittelemään ja osoittamaan konkreettiset toimenpiteet

h) Hankkeen tulisi tuottaa pysyvää/pitkäaikaista lisäarvoa maakunnan matkailutoimialalle

Hankkeen on kyettävä osoittamaan mitä tapahtuu hankkeen päättymisen jälkeen. Pääsääntöisesti tavoitteena tulisi olla pysyvä/pitkäaikainen lisäarvo (vähintään) alueen matkailuelinkeinolle

Vastuu-/toteuttajataho:

Rahoittajat