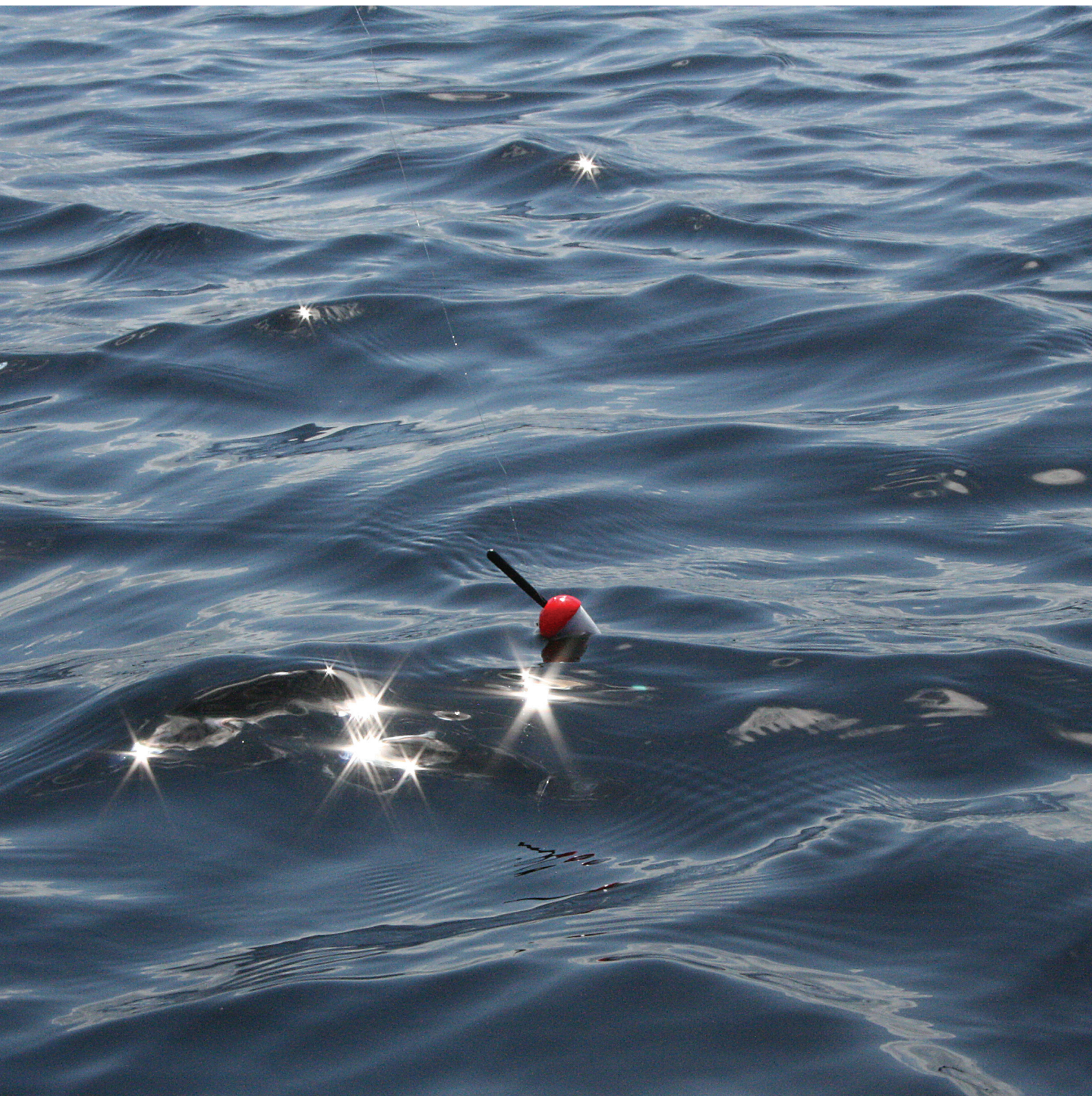




Maaseutumatkailusta uutta kasvua Etelä-Savoon

HANNA KAUTIAINEN | HANNA TARVAINEN



Maaseutumatkailusta uutta kasvua Etelä-Savoon

Selvitys Etelä-Savon ELY-keskuksen vuosina 2007 - 2012
rahoittamista maaseutumatkailuyrityksistä

HANNA KAUTIAINEN
HANNA TARVAINEN

RAPORTEJA 22 | 2013

**MAASEUTUMATKAILUSTA UUTTA KASVUA ETELÄ-SAVOON
SELVITYS ETELÄ-SAVON ELY-KESKUKSEN VUOSINA 2007 - 2012
RAHOITTAMISTA MAASEUTUMATKAILUYRITYKSISTÄ**

Etelä-Savon elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus

**Taitto: Hanna Kautiainen, Hanna Tarvainen
Kansikuva: ELVI - ELY-keskuksen viestintäpalvelut**

ISBN 978-952-257-742-9 (PDF)

ISSN-L 2242-2846

ISSN 2242-2854 (verkkajulkaisu)

URN:ISBN:978-952-257-742-9

www.ely-keskus.fi/julkaisut | www.doria.fi/ely-keskus

Sisältö

| | |
|--|-----------|
| 1. Johdanto | 2 |
| 2. Kyselyn toteutus | 3 |
| 3. Yrittäjien taustatiedot..... | 4 |
| 4. Kapasiteetti..... | 6 |
| 4.1. Yritysten majoitustarjonta..... | 6 |
| 4.2. Käyttöaste..... | 6 |
| 4.3. Majoitustilojen taso..... | 7 |
| 5. Työllistäminen | 8 |
| 6. Taloudellinen merkitys | 9 |
| 7. Asiakkaat, palvelut ja verkostoituminen | 10 |
| 7.1. Asiakkaat..... | 10 |
| 7.2. Palvelutarjonta..... | 12 |
| 7.3. Verkostoituminen | 13 |
| 8. Näkymät | 14 |
| 8.1. Suhdannenäkymät..... | 14 |
| 8.2. Yritysten suunnitelmat..... | 15 |
| 8.3. Matkailutoiminnan haasteet..... | 16 |
| 9. Ehdotuksia alan kehittämiskohteiksi Etelä-Savossa..... | 17 |
| 10. Johtopäätökset..... | 19 |
| Liitteet | 20 |
| Liite 1. Vastaajille esitetyt kysymykset..... | 20 |



Kuva: ELVI - Ely-keskuksen viestintäpalvelut

1. Johdanto

Etelä-Savo on vahvasti vapaa-ajan asutuksen ja mökkimatkailun maakunta. Alueella on panostettu runsaasti maaseutumatkailun lisäämiseen ja kehittämiseen. Käsillä olevan selvityksen tavoitteena on saada tietoa maaseutumatkailun laajuudesta ja laadusta sekä taloudellisesta merkityksestä. Tilastoista vastaavaa tietoa on vaikea saada, sillä alle 40 vuodepaikasta tai 10 mökistä koostuva matkailutoiminta ei tietokantoihin rekisteröidy. Tavoitteena on myös arvioida myönnettyjen tukien merkitystä ja vaikuttavuutta sekä löytää yrittäjälähtöisiä kehittämistarpeita maaseutumatkailuun. Tämä on merkittävä painotus erityisesti näin uuden EU-ohjelmakauden kynnyksellä. Selvitystä varten haastateltiin Etelä-Savon ELY-keskuksesta 2007-2012 rahoitusta saaneita yrittäjiä. Vastaava selvitys on toteutettu ensimmäisen kerran

vuonna 2007 ("Maaseutumatkailua Etelä-Savossa, Etelä-Savon TE-keskuksen raportteja 6/2007"), ja se tarjoaa vertailutietoa toimialalla viiden vuoden aikana tapahtuneista muutoksista. Tosin tuolloin tehtyyn selvitykseen osallistui 140 vastaajaa, kun nyt haastateltavien määrä oli 57.

Tämä selvitys toteutettiin Etelä-Savon ELY-keskuksen ESR-rahoitteisessa TENHO-hankkeessa. Aineisto kerättiin joulukuussa 2012. Selvityksen toteutuksesta vastasivat ennakoitiasiantuntijat Hanna Kautiainen ja Hanna Tarvainen. Kyselylomakkeen laadintaan ja tulosten arviointiin osallistuivat myös Etelä-Savon ELY-keskuksen maaseuturahoituksen asiantuntijat Jukka Kotro ja Outi Kaihola.

2. Kyselyn toteutus

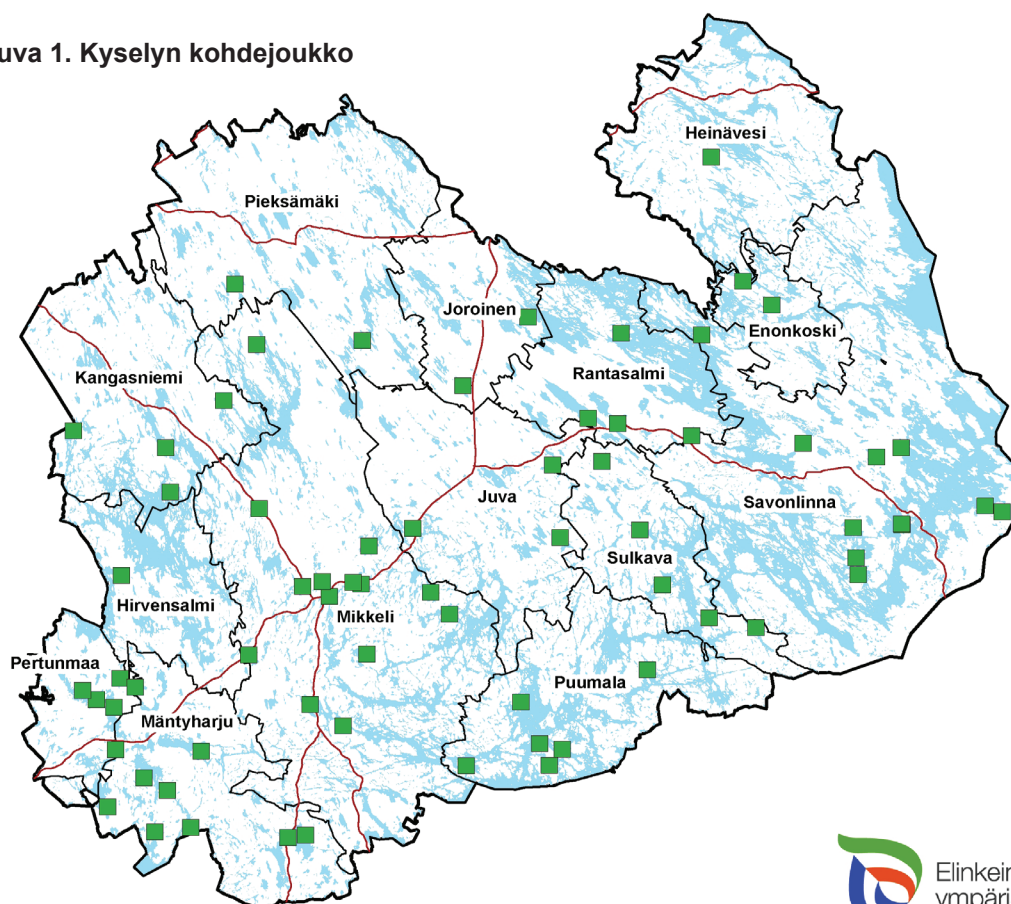
Etelä-Savon maaseutualueiden matkailuyritykset ovat kehittyneet voimakkaasti vuodesta 1995 lähtien. Tällä hetkellä on menossa jo kolmas EU-ohjelmakausi, jonka mukaista rahoitusta maaseutumatkailuyritykset ovat voineet hakea. Etelä-Savon ELY-keskus ja sitä edeltänyt Etelä-Savon TE-keskus on myöntänyt maaseutumatkailuyritysten investointeihin ja kehittämiseen noin 16 miljoonaa euroa kolmen ohjelmakauden (1995-2000, 2001-2006, 2007-2012) aikana. Viimeisellä ohjelmakaudella tukea on myönnetty 6 miljoonaa euroa. Vuoteen 2006 saakka tukea saavan yrityksen piti toimia maatalan yhteydessä, mutta vuodesta 2007 lähtien rahoitusta on pystytty myöntämään myös muille maaseudulla sijaitseville mikroyrityksille, jotka täyttävät tuen saannin ehdot. Rahoituksen saannin edellytyksenä on, että matkailutoiminta on elinkeinotoimintaa ja se muodostaa riittävän laajan kokonaisuuden.

Kyselyn kohdejoukkona olivat kaikki Etelä-Savon ELY-keskuksesta vuosina 2007-2012 matkailutoiminnan kehittämiseen rahoitusta saaneet yrittäjät. Heille lähetettiin marraskuun 2012 lopulla sähköpostin liitteenä strukturoitu kyselylomake tutustumista varten. Lomakkeita ei pyydetty palauttamaan, vaan seuraavien viikkojen aikana yrittäjille soitettiin puhelimitse ja

kerättiin vastaukset haastattelemalla. Näin yrittäjillä oli mahdollisuus antaa myös kommentteja aihealueeseen liittyen. Aineisto kerättiin joulukuun alkuviikkoina.

Selvityksen kohdejoukko koostui 75 maaseutumatkailuyrityksestä. Valtaosa yrityksistä harjoitti mökki- vuokrausta, mutta joukossa oli myös muutama yritys, joilla ei ollut majoitustoimintaa lainkaan, vaan esimerkiksi ruoka-, kokous- ja ohjelmalveluita. Neljä yritystä, joissa matkailutoimintaa oli harjoitettu vasta enintään vuoden ajan, jätettiin selvityksen ulkopuolelle. Matkailutoiminnan katsottiin olevan niissä niin alussa, ettei esimerkiksi majoituskapasiteetin käyttöasteen tai liikevaihtotietojen kirjaaminen ollut tässä vaiheessa mielekäästä. Kyselyyn ei halunnut vastata tai tavoittamatta jäi kaikkiaan 14 yrittäjää. Puhelimitse tavoittamatta jääneille lähetettiin kuitenkin vielä sähköpostiviesti, ja annettiin mahdollisuus osallistua kyselyyn jälkikäteen sähköisesti Digium -järjestelmässä. Kaiken kaikkiaan vastaajia oli määräaikaan mennessä 57 yrittäjää, eli 76 prosenttia koko kohdejoukosta. Vastausprosentti jäi alhaisemmaksi vuoden 2007 selvitykseen verrattuna (vastausprosentti tuolloin 95), mutta selvityksessä mukana oleva yritysjoukko antaa kuitenkin kohtuullisen kattavan kuvan Etelä-Savon maaseutumatkailutoimijoista.

Kuva 1. Kyselyn kohdejoukko



3. Yrittäjien taustatiedot

Haastatellut yrittäjät olivat harjoittaneet matkailutoimintaa keskimäärin 15 vuotta. Joukossa oli jo lähes 50 vuotta markkinoilla toimineita, sekä vasta vuoden verran matkailua harjoittaneita yrityksiä. Yritystoimintaa harjoitti valtaosassa yrityksistä edelleen sama yrittäjä kuin mikä tilanne oli ollut Etelä-Savon ELY-keskukselta saadun rahoituksen myöntöaikaan. Sukupolvenvaihdos oli ollut ajankohtainen muutamassa yrityksessä. Yhdessäkään haastatelluista yrityksistä matkailutoimintaa ei ollut myyty tai lopetettu kokonaan tarkasteluvuosien 2007-2012 aikana.

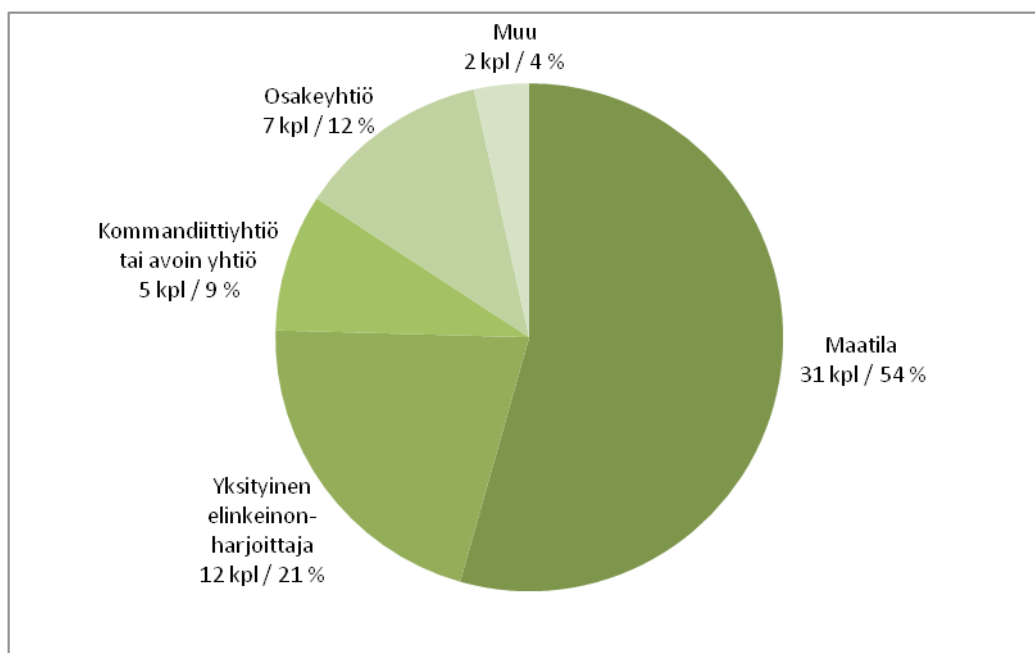
Noin puolet haastatelluista yrittäjistä (49 %) oli iältään 35-49 -vuotiaita. Yli 50-vuotiaita oli yhteensä 42

prosenttia vastaajista. Alle 35-vuotiaiden osuus oli 9 prosenttia. Vuonna 2007 tehtyyn selvitykseen verrattuna yrittäjien ikä- ja sukupuolijakauma on pysytellyt pitkälti samankaltaisena.

Suurin osa maaseutumatkailua harjoittavista yrityksistä (54 %) oli yhtiömuodoltaan maatiloja. Maatilojen osuus oli kuitenkin laskenut vuodesta 2007, jolloin niiden osuus oli 73 prosenttia tutkimusjoukosta. Vastaavasti toiminimien (21 %), osakeyhtiöiden (12 %) ja kommandiittiyhtiöiden/avoimien yhtiöiden (9 %) osuus oli kasvanut usealla prosenttiyksiköllä viiden vuoden takaiseen tilanteeseen nähden. Muuna omistusmuotona (4 %) oli esimerkiksi verotusyhtymä.

| | kpl | % |
|----------------------------------|-----|-----|
| Kohdejoukko yhteensä | 75 | 100 |
| Ei tavoitettu | 14 | 19 |
| Tavoitettiin yhteensä | 61 | 81 |
| Matkailutoiminta vasta alkamassa | 4 | 5 |
| Vastaajia yhteensä | 57 | 76 |

Taulukko 1. Kyselyn kohdejoukko



Kuva 2. Kyselyyn vastanneiden yritysten yhtiömuoto

| Yhtiömuoto | Kpl 2012 | % 2012 | % 2007 |
|----------------------------------|----------|--------|--------|
| Maatila | 31 | 54 | 73 |
| Yksityinen elinkeinonharjoittaja | 12 | 21 | 14 |
| Kommandiitti- tai avoin yhtiö | 5 | 9 | 5 |
| Osakeyhtiö | 7 | 12 | 5 |
| Muu | 2 | 4 | 4 |
| Yhteensä | 57 | 100 | 100 |

Taulukko 2. Kyselyyn vastanneiden yritysten yhtiömuoto vuosina 2007 ja 2012



Kuva: Station MIR

4. Kapasiteetti

4.1. Yritysten majoitustarjonta

Jo vuonna 2007 tehdyssä selvityksessä todettiin ympärivuotisiksi rakennettujen ja varusteltujen mökkien määrän ylittäneen kesäkäyttöön tarkoitettujen mökkien määrän vastaajayrityksissä. Tämä kehitys näyttäisi vain vahvistuneen viimeisen viiden vuoden aikana. Nyt tehdyn kyselyn mukaan ympärivuotiseksi tarkoitettuja mökkejä (145 kpl) oli vastaajayrityksissä jo lähes kaksinkertainen määrä kesäkäyttöisiin mökkeihin (78 kpl) verrattuna. Vuodepaikkoja näissä oli yhteensä 991 kpl (ympäri vuotiset) ja 396 kpl (kesäkäyttöiset). Ympäri vuotisissa mökeissä on keskimäärin 6,83 vuodepaikkaa ja kesäkäyttöisissä 5,08 vuodepaikkaa.

Haastatelluilla yrittäjillä oli ympärivuotiseen käyttöön tarkoitettuja mökkejä keskimäärin 2,5 mökkiä per yrittäjä ja kesäkäyttöön tarkoitettuja keskimäärin 1,4 kappaletta. Hajonta yksittäisten yrittäjien kesken oli kuitenkin varsin suurta. Vajaalla puolella haastatelluista kesäkäyttöisiä vuokramökkejä oli enintään kaksi. Lopulla yli 50 prosentilla vuokramökkejä oli tätä enemmän, enimmillään 12 mökkiä yritystä kohden. Ympäri vuotisten mökkien osalta hajonta oli samankaltainen; puolella vastanneista mökkejä oli enintään 2,5. Enimmillään yhdellä yrittäjällä oli 15 ympärivuotisessa matkailukäytössä olevaa mökkiä.

Muuta ympärivuotista majoitustarjontaa mökkien ja huviloiden lisäksi (esimerkiksi huoneita päärakenuksessa) vastaajilla oli keskimäärin 3,2 vuodepaikkaa yritystä kohden. Kesäaikaista majoitustarjontaa (esimerkiksi aittamajoitus) taas oli keskimäärin 5 vuodepaikkaa yritystä kohti. Karavaanialue oli viidesssä yrityksessä, vaunupaikkojen määrä vaihteli niissä kymmenestä yli sataan. Yksi vastaaja ilmoitti muuna majoitustarjontana myös teltpaikkoja olevan saata-

villa tarpeen mukaan. Vaikka valtaosa maaseutumatkailuyrityksistä on rakentunut nimenomaan erilaisten majoituspalveluiden ympärille, huomionarvoista on, että haastateltujen joukossa oli myös yrityksiä, joilla ei ole varsinaista majoitustoimintaa lainkaan, vaan liiketoiminta keskittyy erilaisten ruoka-, kokous- ja ohjelmapalveluiden tarjoamiseen.

4.2. Käyttöaste

Nyt tehdyssä selvityksessä käyttöastetta tarkasteltiin kaikkien yrityksessä käytössä olevien majoitustilojen osalta. Ympäri vuotisessa käytössä olevat yritysten majoitustilat olivat olleet varattuna keskimäärin 23 viikkoa edellisen vuoden aikana. Vain kesäkäytössä olevat majoitustilat olivat olleet varattuna keskimäärin 11 viikkoa edellisen vuoden aikana, eli juuri parhaan kesäkauden. Vuoden 2007 selvityksessä käyttöastetta tiedusteltiin mökkien osalta. Tuolloin ympärivuotisessa käytössä olevien mökkien vuotuinen käyttöaste oli 18 viikkoa ja kesäkäyttöön tarkoitettujen mökkien 10 viikkoa. Näyttäisi siis siltä, että matkailukautta on saatu pidennettyä viime vuosien aikana.

Yrittäjien haastatteluista kävi ilmi, että käyttöastetta ovat nostaneet erityisesti Venäjältä tulevat asiakkaat, jotka näkyvät erityisen vahvasti vuodenvaihteen sesongissa, ja myös muuten hiljaisina kausina syksyllä ja keväällä viikonloppumatkailun merkeissä.

| | Vuodepaikat lisävuoteineen | Vuodepaikat / yritys |
|---------------------------------|----------------------------|----------------------|
| Ympäri vuotiset mökit | 991 | 21,54 |
| Kesäkäyttöön tarkoitettut mökit | 396 | 14,14 |
| Muu majoitus yhteensä | 470 | 13,82 |
| -muu ympärivuotinen majoitus | 184 | 14,15 |
| -muu kesäkäyttöinen majoitus | 286 | 13,62 |

Taulukko 3. Kyselyyn vastanneiden yritysten majoituskapasiteetti

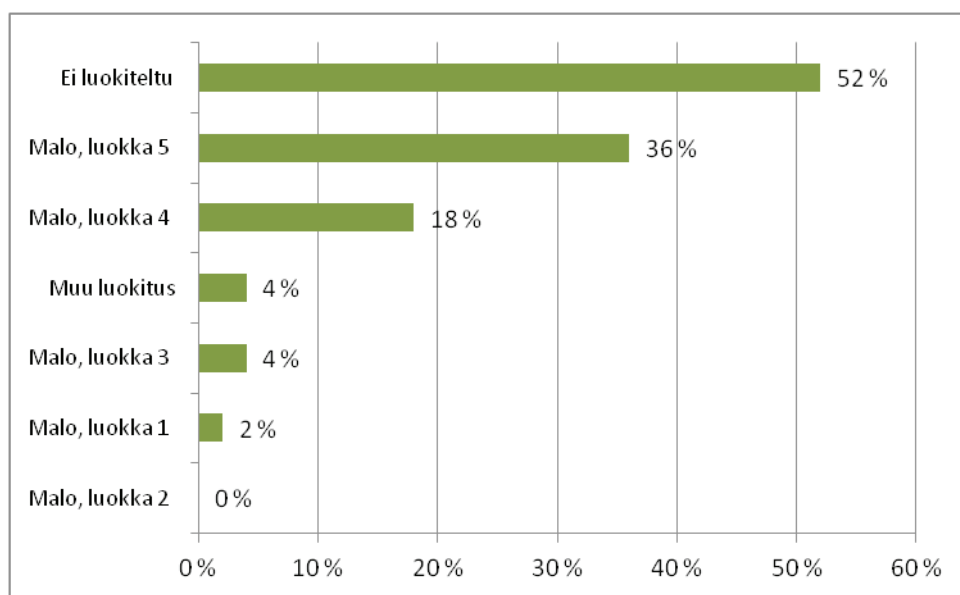
4.3. Majoitustilojen taso

Yli puolet kyselyyn vastanneista yrityksistä kertoi, ettei heidän majoitustilojaan ole luokiteltu millään luokituksella. Yleisimpänä perusteluna luokittelematta jättämiselle oli se, ettei luokituksesta koettu saatavan mitään lisähyötyä majoitustilojen markkinointiin. Monissa tapauksissa luokitus oli haettu vain osalle majoitustiloista.

Alle puolella vastaajista oli eritasoisia MALO-luokiteltuja mökkejä. Maaseutumatkailuyritysten majoitustiloja on luokiteltu valtakunnallisen ohjeiston mukaisesti vuodesta 1993 alkaen. MALO-luokituksessa majoitustilat luokitellaan viiteen eri luokkaan teknisten vaatimusten ja tilojen varustelutason perusteella asteikolla 1 - 5. Ehdottomasti suurin osa kyselyyn vastanneiden yritysten luokitelluista mökeistä vastasi MALO-luokkia 4 ja 5. Muuta luokitusta käytti vain muutama yrittäjä. Tässä yhteydessä mainittiin esimerkiksi Lomarenkaan laatuluokitus. Eräs vastaaja toi esille, että huviloiden lisäksi myös ulkoalueet oli luokiteltu.

Vastauksista huokui valtaosin mökkien korkea taso, mikä pätee myös ei-luokiteltuihin mökkeihin. Ilmeistä on, että kysyntää on nimenomaan erittäin korkeatasoisille mökeille. Yrityksissä on tehty paljon työtä vanhojen mökkien tason nostamiseksi, ja parhaillaan rakenteilla olevat tai suunnitteilla olevat mökit on rakennettu varustukseltaan ja kooltaan korkeatasoisiksi huviloiksi. Taustalla näyttäisi vaikuttavan venäläismatkailijoiden määrän kasvu ja matkailutoiminnan kehittäminen erityisesti heidän tarpeitaan vastaavaksi.

Toisaalta pieniä ja varustukseltaan vaatimattomia mökkejäkin oli haastateltavilla tarjolla muutamia, ja niiden markkinointi keskitettiin erityisesti erähenkisille aktiivilomalaisille. Yrittäjät kommentoivat, että eritasoiset mökit samalla yrittäjällä tarjoavat asiakkaille enemmän vaihtoehtoja.



Kuva 3. Majoitustilojen luokittelu kyselyyn vastanneissa yrityksissä

5. Työllistäminen

Matkailutoiminnan työllistävyiden arvioinnissa huomioitiin normaalin matkailutoiminnan pyörittämisestä syntyvä työmäärä, investointivaiheen rakennustyö rajattiin siitä pois.

Matkailutoiminta maaseutuyrityksissä oli useimmiten yhtenä tulonlähteenä maatalouden tai muun yritystoiminnan rinnalla. Suurimmassa osassa yrityksistä matkailutoiminta työllisti siinä mukana olevia perheenjäseniä osa-aikaisesti. Kun perheenjäsenten yhteenlaskettua vuotuista työpanosta matkailutoiminnassa arvioitiin kuukausina, keskiarvoksi tuli 5 kuukautta henkilöä kohden, mikä on enemmän kuin vuonna 2007 (2,5 kk).

Yrittäjäperheen ulkopuolisia työntekijöitä oli 17 yrityksessä (30 % kyselyyn vastanneista). Osuus on hieman suurempi kuin vuonna 2007. Työntekijöiden määrä vaihteli yrityskohtaisesti yhdestä neljääntoista. Lähes kaikki ulkopuolisten työllistäminen oli osa-aikaista. Keskimäärin kaikkien ulkopuolisten työntekijöiden vuotuinen työpanos matkailutoiminnassa oli hen-

kilöä kohden 4 kuukautta vuodessa. Luku on noussut vain hieman vuodesta 2007 (3,5 kk).

Lisäksi yrittäjät toivat esille matkailutoiminnan välilliset työllistävät vaikutukset. Muutamilla yrittäjillä on satunnaisesti keikkatyöntekijöitä esimerkiksi siivouksessa. Lumenauraus, rakennuspalvelut, polttopuiden tekeminen ja lokasäiliöiden tyhjennys hoidetaan usein ostopalveluna. Jotkut yrittäjistä hankkivat ostopalveluna myös venäjän kielen tulkkauspalveluita.

Yrittäjät kokevat, että ulkopuolisten työllistäminen pitäisi tehdä helpommaksi, ja siihen tulisi saada tukea. Eräs vastaaja kommentoi, että mökkitalokkareille olisi käyttöä, mutta sellaisen palkkaaminen ei olisi kustannustehokasta. Olisikin tehokkaampaa, jos yksi työntekijä tekisi useammalle ringissä oleville maaseutumatkailuyrittäjille huoltotöitä. Omaa aikaa kuluu paljon paitsi itse majoitustoiminnan järjestämiseen niin myös pitkin vuotta tapahtuvaan yhteydenpitoon asiakkaiden kanssa.

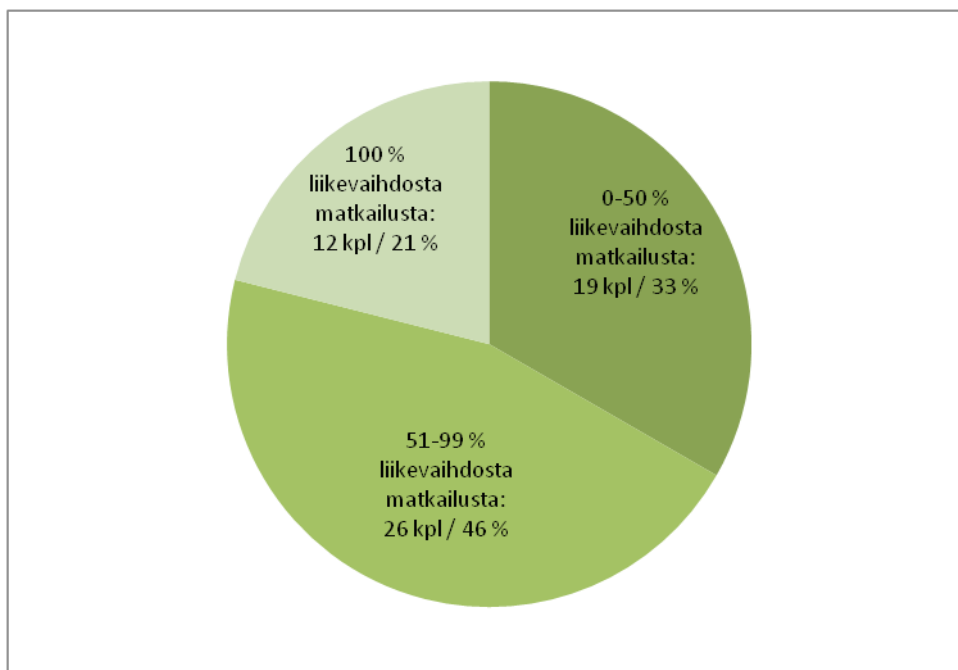


6. Taloudellinen merkitys

Tarkasteltaessa matkailutoiminnan liikevaihtoa viimeisellä päättyneellä tilikaudella, keskiarvo kaikissa kyselyyn vastanneissa yrityksissä oli 62 165 euroa vuodessa. Havaittavissa on kasvua vuosiin 2007 ja 2002 verrattuna. Vuonna 2007 kyselyssä mukana olleiden yritysten liikevaihdon keskiarvo oli 47 129 euroa vuodessa ja vuonna 2002 keskimääräinen liikevaihto oli 30 447 euroa vuodessa. Prosentuaalisesti tarkasteltuna vastaajayritysten liikevaihdosta 61 prosenttia kertyi matkailutoiminnasta. Vuonna 2007 osuus oli 40 prosenttia. Huomionarvoista on, että laskennassa mukana olleet yritykset ovat vaihdelleet rahoituskausittain.

Kun tarkastellaan lähemmin matkailun taloudellista merkitystä vastaajayrityksissä, havaitaan, että 46 prosentilla vastaajayrityksistä matkailu toi yli 50 prosenttia yrityksen liikevaihdosta viimeisellä päättyneellä tilikaudella. Vastaavasti pääasiallisena matkailuyrittäjänä toimii 21 prosenttia vastanneista. Lopuilla vastanneista matkailu toimi lisätulona, jonka osuus koko liikevaihdosta jää alle puoleen.

Täysin matkailusta tulonsa saavien yritysten liikevaihto kohosi vastaajajoukossa keskimääräistä korkeammaksi: noin 80 000 euroa viimeisellä päättyneellä tilikaudella. Muita erityispiirteitä kaikkiin vastaajiin nähdessä yrityksissä oli alle 35-vuotiaiden yrittäjien kaksinkertainen määrä. Myös asiakaskunnassa on eroja; matkailusta 100 prosenttisesti tulonsa ansaitsevilla yrittäjillä oli kaikilla venäläisasiakkaita, kun osuus kaikkien vastaajien osalta jäi noin 90 prosenttiin. Nämä yrittäjät myös näkivät keskimääräistä useammin asiakasmäärien pysyvän kasvun sijaan ennallaan seuraavan vuoden kuluessa. Kolmen vuoden ajanteella sen sijaan kasvuun uskottiin kaikkia vastaajia useammin. Suunnitelmissa oli kaikkien vastaajien keskiarvoon verrattuna useammin laajentaa majoituskapasiteettia ja lisätä matkailutoiminnan henkilöstöä. Yhteistyötä muiden tahojen kanssa tehtiin harvemmin, ja keskimääräistä useammin koettiin myös ettei tarvetta sen lisäämiseen ole. Haasteena koettiin ennen kaikkea asiakkaiden vaatimustason nousu ja Venäjämatkailuosaamisen lisääminen. Toisaalta markkinointi ja palvelujen tuotteistaminen koettiin haasteena harvemmin kuin koko vastaajajoukossa keskimäärin.



Kuva 4. Matkailun osuus liikevaihdosta kyselyyn vastanneissa yrityksissä

| Kysymys | Kaikki vastaajat (N=57) | Matkailu 100% liikevaihdosta (N=12) |
|---|-------------------------|-------------------------------------|
| Yrityksen matkailutoiminnasta vastaavan henkilön ikä alle 35 | 9% | 17% |
| Ei yhteistyötä muiden yrittäjien tai tahojen kanssa | 27% | 42% |
| Ei tarvetta yhteistyön lisäämiseen | 25% | 42% |
| Majoitustilat luokiteltu MALO-luokkaan 5 | 36% | 58% |
| Majoituskapasiteettia laajennetaan seuraavan kolmen vuoden aikana | 46% | 67% |
| Lisätään matkailutoiminnan henkilöstöä seuraavan kolmen vuoden aikana | 9% | 17% |
| Keskeisenä haasteena asiakkaiden vaatimustason nousu | 30% | 50% |
| Keskeisenä haasteena Venäjä-matkailuosaaminen | 41% | 67% |
| Keskeisenä haasteena markkinointi ja palvelujen tuotteistaminen | 39% | 17% |

Taulukko 4. Vastausten vertailu kaikkien haastateltujen yrittäjien ja matkailutoiminnasta täysin liikevaihtonsa saavien yrittäjien kesken

7. Asiakkaat, palvelut ja verkostoituminen

7.1. Asiakkaat

Maaseutumatkailua harjoittavista yrittäjistä puolet kohdentaa palveluitaan jollekin erityisryhmälle. Määrä on huomattavasti suurempi kuin viisi vuotta sitten. Markkinoinnin pääasiallisina kohderyhminä mainittiin useimmiten lapsiperheet, venäläiset asiakkaat sekä yritykset ja työyhteisöt. Lisäksi mainittiin päivähoitopäivät, erityislapset, järjestöjen ja yhteisöjen jäsenmatkat, eläkeläisryhmät, luonnossa liikkuvat aktiivilomailijat, kalastusmatkailijat sekä pariskunnat. Pari yrittäjää kertoi huomioineensa mökkien varustelussa liikuntarajoitteiset ja osa nuorisoryhmäläiset. Osa mainitsi kilpailuvalttina erityisesti mökit, joissa myös lemmikkieläimet ovat sallittuja. Muutama painotti myös pitopalveluiden tarjontaa. Uudet rahoituslinjaukset tulevat jatkossa painottamaan entistä selvemmin liike-toiminnan suunnitelmallisuutta.

Vain muutamaa haastateltavaa lukuun ottamatta yrittäjät mainitsivat venäläismatkailijat ylivoimaisesti

suurimpana ulkomaisena matkailijaryhmänä. Venäläismatkailijat mainittiin paitsi mökkivuokraajien toimesta, myös muun tyyppistä matkailutoimintaa tarjoavien yrittäjien haastatteluissa. Venäläisturistien virta näkyi myös esimerkiksi leirintäalueilla, missä telttapaiikkoja oli varusteltu sähkötolpilla heidän palvelemisekseen entistä paremmin.

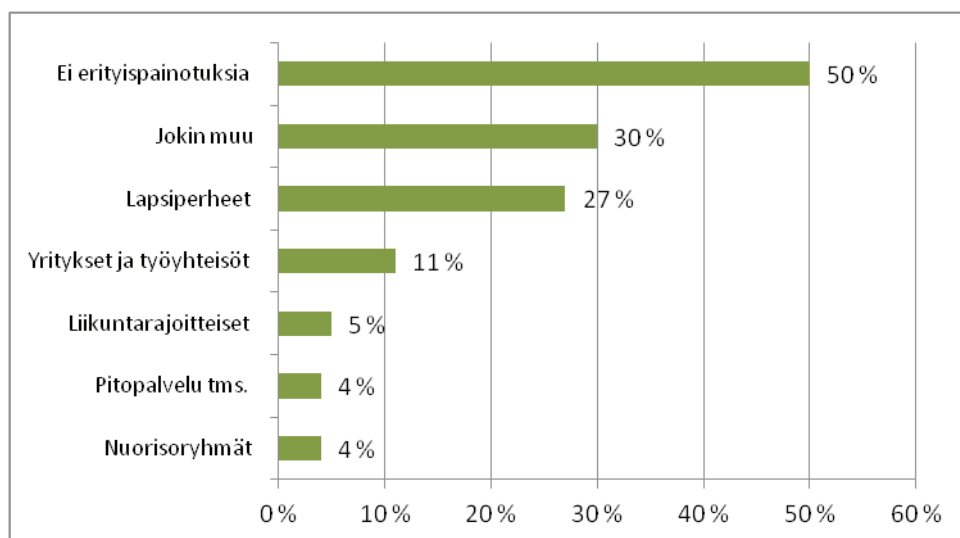
Venäläismatkailijoiden aalto Etelä-Savossa näkyi jo vuonna 2007 tehdyn kyselyn tuloksissa. Valtaosa nyt haastatelluista yrittäjistä kertoi heidän määränsä kasvaneen edelleen voimallisesti viime vuosien aikana. Joukossa oli yrittäjiä, joiden kaikista asiakkaista valtaosa oli jo venäläisiä. Moni yrittäjä myös kertoi jatkossa panostavansa nimenomaan venäläismatkailijoiden palvelemiseen ja markkinoinnin suuntaamiseen entistä voimallisemmin Venäjälle. Tämä näkyi kiinnostuksena lisätä venäjänkielen osaamista joko kouluttamalla itseään tai ostamalla tulkkauspalveluita, ja uusien investointien kohdentamisella vastaamaan nimenomaan venäläisasiakkaiden tarpeita.

Muutama yrittäjä totesi, että vaikka venäläismatkailijoiden määrän trendi on kasvava, sateinen kesä 2012 verotti kuitenkin joitakin venäläisiä kanta-asiak-

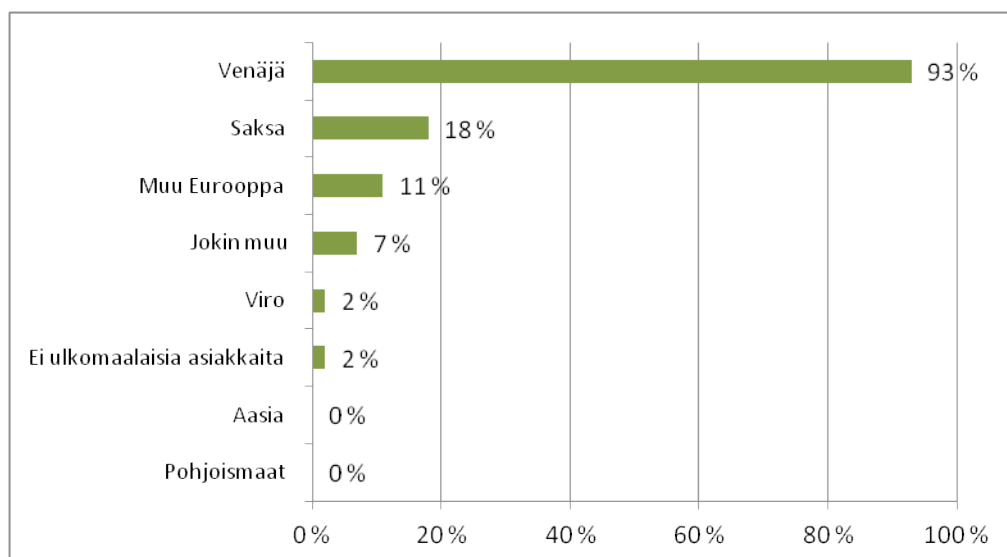
kaita, jotka suuntasivat lomallaan Etelä-Eurooppaan. Lisäksi mainittiin, että osalla venäläisistä asiakkaista oli vuonna 2012 viisumin saantiongelmia uuden viisumikeskusjärjestelyn myötä.

Venäläisten asiakkaiden koettiin lisänneen maa-seutumatkailun ympärivuotisuutta hyvin voimakkaasti: sekä suomalaiset että keskieurooppalaiset matkailijat hyödyntävät mökkejä pääasiassa kesäkaudella, mutta venäläismatkailijoiden osalta kysyntää on myös syksyllä, talvella ja keväällä. He ovat myös valmiita käyttämään erilaisia maksullisia oheispalveluita. Haasteena on tarjota tarpeeksi isoja mökkejä, sillä venäläiset matkailijat haluavat mielellään matkustaa suuremmalla seurueella.

Vaikkakin venäläisasiakkaiden määrä on paikoin ylittänyt kotimaisten matkailijoiden määrän (erityisesti syksyllä ja talvella), edelleen osalla yrittäjistä kotimaiset asiakkaat muodostavat keskeisen osan asiakaskunnasta. Valtaosa kotimaisista asiakkaista tulee matkailuyrittäjien mukaan Etelä-Suomesta (79 %), Itä-Suomen mainitsi 11 prosenttia vastaajista. Osa vastaajista kertoi asiakkaiden tulevan monipuolisesti eri puolilta Suomea. Venäläisten lisäksi muiden ulkomaisen asiakkaiden osalta 18 prosenttia haastatelluista mainitsi Saksan ja 11 prosenttia muun Euroopan. Muutama yrittäjä mainitsi sveitsiläiset uutena matkailijaryhmänä. Kaksi prosenttia vastaajista kertoi, ettei heillä ole lainkaan ulkomaisia asiakkaita.



Kuva 5. Matkailutoiminnan kohdentaminen vastaajyrityksissä



Kuva 6. Ulkomaiset asiakkaat vastaajyrityksissä

7.2. Palvelutarjonta

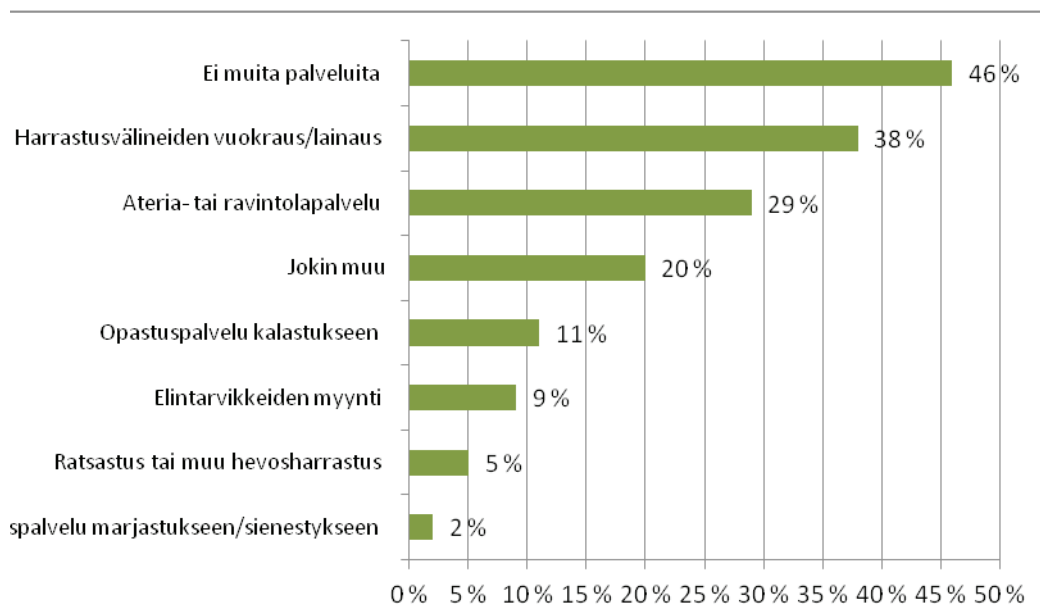
Majoituspalveluiden lisäksi yritykset tarjosivat asiakkailleen ylivoimaisesti eniten harrastusvälineiden vuokrausta tai lainausta (38 prosentissa yrityksistä). Monen mökin perusvarusteluun kuuluu esimerkiksi vene. Yleisimpiä vuokrattavia välineitä olivat perämoottori, kalastusvälineet ja polkupyörä. Ateria- ja ravintolapalveluita oli tarjolla 29 prosentissa yrityksistä. Joukossa oli bed&breakfast -tyyppistä toimintaa ja myös yrittäjiä, jotka asiakkaan erillispyyntöstä tekivät ruoan. Erilaisia opastuspalveluita, lähinnä kalastukseen, tarjosi 11 prosenttia yrityksistä. Nämä oheispalvelut olivat vallitsevia jo vuonna 2007, jolloin kysely toteutettiin ensimmäisen kerran.

Lähes viidennes yrittäjistä mainitsi jonkin muun palvelun olevan tarjolla: hiihtolatu, luistelurata, potkukelkka, kota, ohjatut kävelyt, kotieläinpiha ja maastoautosafarit. Yritystoiminnan luonteesta riippuen tarjolla saattoi olla myös historiallisia kierroksia, erilaisten tapahtumien ja näyttelyiden järjestämistä, oman tilan tuotteiden myyntiä ja kokouspalveluita höystettynä esimerkiksi nuotiokahveilla. Yrityksissä, joissa tällaisia palveluita oli jo tarjolla, oli varsin suurta kiinnostusta kehittää niitä edelleen. Kysyntää varsinkin työyhteisöille ja muille ryhmille suunnatuille teemapaketeille koet-

tiin olevan. Yksi yritys oli erikoistunut erilaisten tapahtumien järjestämiseen.

Suuri osa yrittäjistä ei tarjonnut asiakkailleen majoituspalvelun lisäksi muita palveluita. Osa koki, ettei niille ole riittävästi kysyntää; asiakkaat tulevat mökille rauhoittumaan ja viettämään aikaa luonnonhelmassa eikä kiinnostusta aktiviteetteihin ole, vaan olennaista ovat paikalliset ominaispiirteet ja autenttisuus. Esimerkiksi lähiruoka on kasvattanut kiinnostusta. Merkitystä on myös mökin varustetasolla, hyvillä kulkuyhteyksillä ja lähimpien kauppakeskusten sijainnilla. Joillekin lomailijoille riittää mahdollisuus kalastaa. Haasteena on koko perheen viihtyminen; miesten kalastaessa naisille ja lapsille ei välttämättä riitä mielekästä tekemistä.

Toiset näkivät kysyntää erilaisille aktiviteeteilla olevan jonkin verran, mutta paikallisen tarjonnan olevan sen sijaan riittämätöntä. Kysynnän kausiluonteisuus rajoittaa uusien yrittäjien tuloa alalle oheispalveluita tarjoamaan, sekä myös se, että pitäisi olla todella paljon majoitusta ympärillä, jotta kysyntä olisi riittävä. Ratkaisut matkailijoiden palvelemiseksi eivät myöskään välttämättä ole yhden yrittäjän käsissä: useampi haastateltava mainitsi yhden ison vetonaulan, esimerkiksi kylpylän, tarpeellisuuden matkailijamäärien kasvattamiseksi ja ympärivuotisuuden lisäämiseksi.



Kuva 7. Kyselyyn vastanneiden yritysten tarjoamat oheispalvelut

7.3. Verkostoituminen

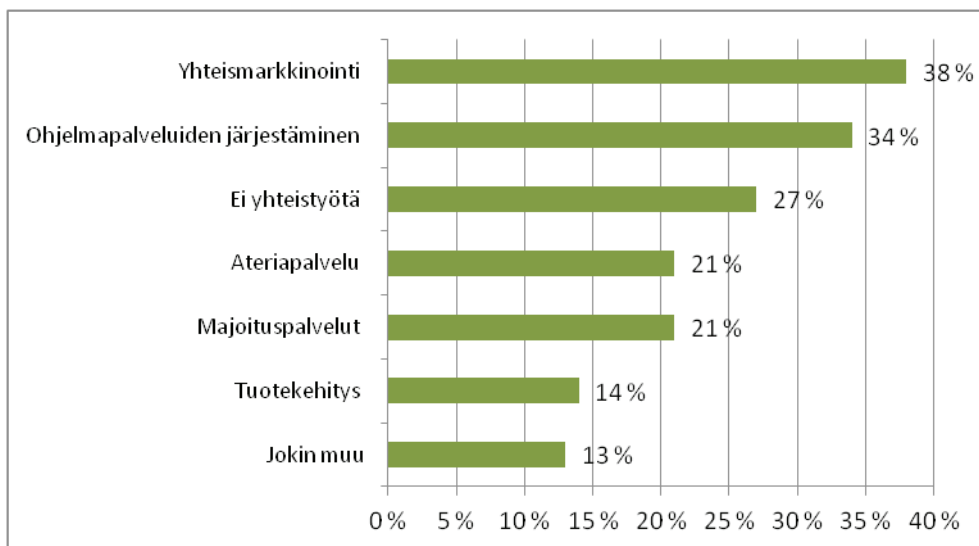
Noin neljänneksellä kyselyyn vastanneista yrityksistä ei ole tällä hetkellä minkäänlaista yhteistyötä muiden matkailuyritysten, muiden yritysten tai tahojen kanssa matkailutoiminnan ollessa kyseessä. Yrityksistä 38 prosentilla oli yhteistyötä markkinoinnissa ja noin kolmanneksella ohjelmanpalveluiden järjestämisessä. Noin viidenneksellä yrityksistä oli yhteistyötä ateriapalvelun tai majoituksen suhteen. Muiden palveluja suositellaan, jos omassa yrityksessä on täyttä tai asiakkaat kysyvät palveluita, joita itsellä ei ole tarjota. Muina tällä hetkellä tehtävinä yhteistyömuotoina yrittäjät mainitsivat retkeilyreittien rakentamisen, latuverkoston parantamisen, saunatilojen vuokraamisen, ohjatut metsäretket ja eräopaspalvelut. Yhteistyössä tehtiin myös tienaurausta ja kiinteistönhuoltoa.

Yrittäjät näkivät, että tarvetta yhteistyön lisäämiselle olisi erityisesti ohjelmanpalvelujen suhteen. Kaikenlaisille harrastus-, elämys- ja ohjelmanpalveluille nähtiin olevan kysyntää, jos vain tarjontaa löytyisi: huskyajelut, moottorikelkkojen vuokraus, mönkijöiden vuokraus, kalastuspaketit. Myös tasokkaille siivouspalveluille ja muille huoltopalveluille nähtiin löytyvän kysyntää. Viime aikoina syntynyt uusi ohjelmanpalvelutarjonta on herättänyt kiinnostusta maaseutumatkailijoissa.

Yrittäjät peräänkuuluttivat lisää yhteistoimintaa ja palveluiden paketoimista. Yhteismarkkinointi, erityi-

sesti erilaisia sähköisiä kanavia hyödyntäen sai vastaajilta monta mainintaa. Yhteismarkkinointia toivottiin erityisesti Venäjän suuntaan. Esille nostettiin myös historiallisten kohteiden ja luonnon tuotteistaminen, sekä tapahtumien järjestäminen yhdessä yhdistysten ja muiden yrittäjien kanssa.

Kiinnostusta yhteistyön lisäämiseen olisi, mutta yrittäjät kokivat, että palveluita ei ole aina saatavilla lähiseudulla eikä itsellä ole välttämättä resursseja tarjota niitä. Monet näkivät, että oma aika ei riitä aktiiviseen verkostoitumiseen. Eräs yrittäjä kommentoi, että paikallaan voisi olla hanke, jossa ulkopuolisen ammattilaisen toimesta asiaa viedään eteenpäin yrittäjien tarpeet tiedostaen. Oheispalveluista tulisi yrittäjien mielestä saada rakennettua esimerkiksi sähköinen työkalu, josta asiakkaat voisivat kiinnostuksensa mukaan varata erilaisia aktiviteetteja. Yhteistyökumppanien olisi oltava ammattimaisia ja resurssien riittäviä. Venäläiset matkailijat lisäävät mahdollisuutta ohjelmanpalveluiden ympärivuotiseen käyttöön. Vetonauloja tarvittaisiin erityisesti syksyille ja talvelle. Kiinnostusta oli myös idealle palkata yksi venäjänkielinen osaaja useamman yrittäjän palvelukseen.



Kuva 8. Kyselyyn vastanneiden yritysten tekemä yhteistyö



Kuva: Station MIR

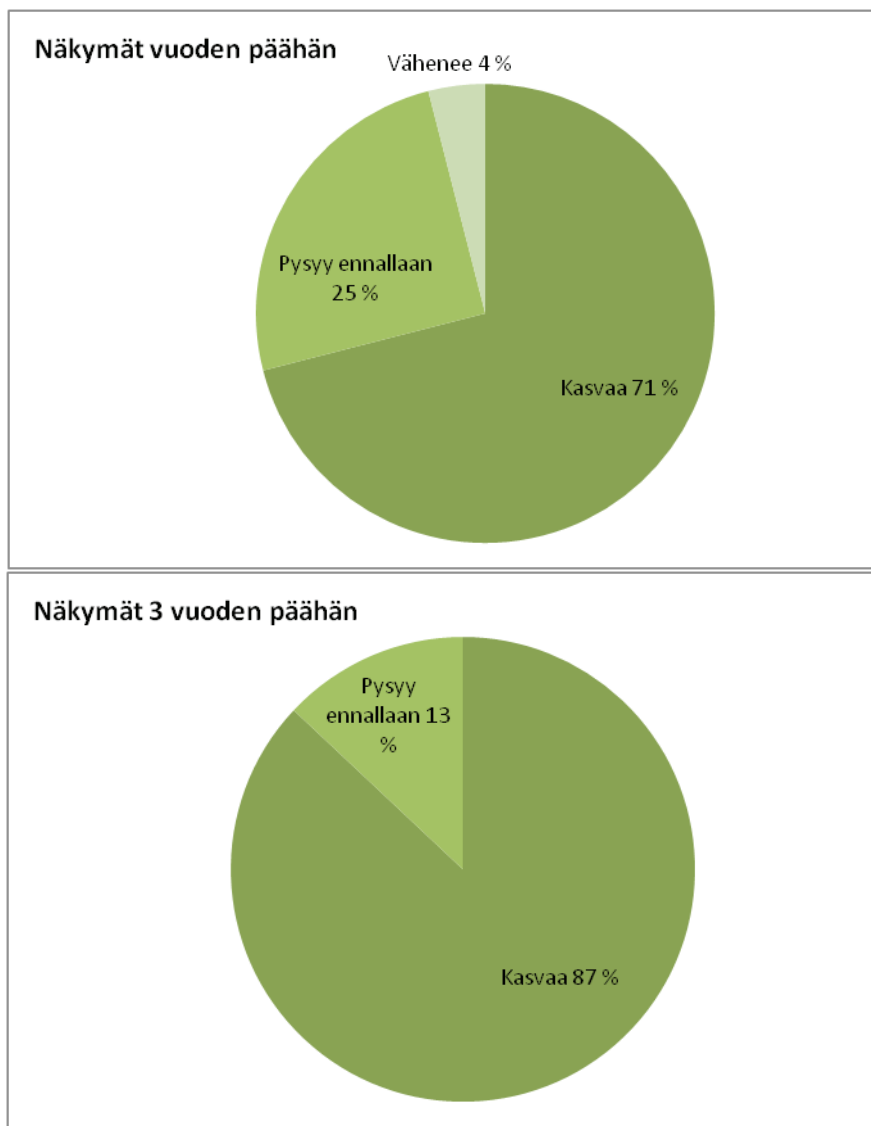
8. Näkymät

8.1. Suhdannenäkymät

Valtaosa matkailuyrittäjistä suhtautui tulevaisuudennäkymiin erittäin positiivisesti asiakasmäärien kehittymisen suhteen. Yli 70 prosenttia vastaajista arvioi asiakkaiden määrän kasvavan seuraavan vuoden aikana. Neljännes vastaajista näki asiakasmäärän pysyvän ennallaan, ja vain 2 yrittäjää arvioi asiakasmäärän vähenevän seuraavan vuoden aikana. Yrittäjiä keskustelutti eniten taloussuhdanteiden kehittyminen ja sen mahdollinen vaikutus omaan matkailutoimintaan. Kuitenkin omaan tuotteeseen ja palvelun laatuun luotetaan. Kysyttäessä matkailuyrittäjiltä heidän näkemyksiään asiakasmäärän kehityksestä pidemmällä aikavälillä seuraavan kolmen vuoden aikana, valtaosa vastaajista (87 %) ennakoi asiakasmäärän edelleen kasvavan ja 13 prosenttia vastaajista arvioi asiakas-

määrän pysyvän ennallaan. Yksikään vastaaja ei arvioinut asiakasmäärien laskevan seuraavan kolmen vuoden aikana.

Näkymät tulevien vuosien suhteen matkailutoiminnan osalta ovat valoisimmat kuin vuonna 2007. Tuolloin kasvua ennakoi kaksi kolmannesta vastanneista. Nyt tehdyssä kyselyssä varsinkin ulkomaisia vieraita pääasiassa vastaanottavat yrittäjät uskovat asiakasvirtojen kasvavan taloustilanteen käännteistä huolimatta. Kasvu toimialalla tulee tällä hetkellä venäläisistä ja ympärivuotisista matkailijoista.



Kuva 9. Haastateltavien arviot asiakasmäärien kehityksestä vuoden ja kolmen vuoden aikajänteellä

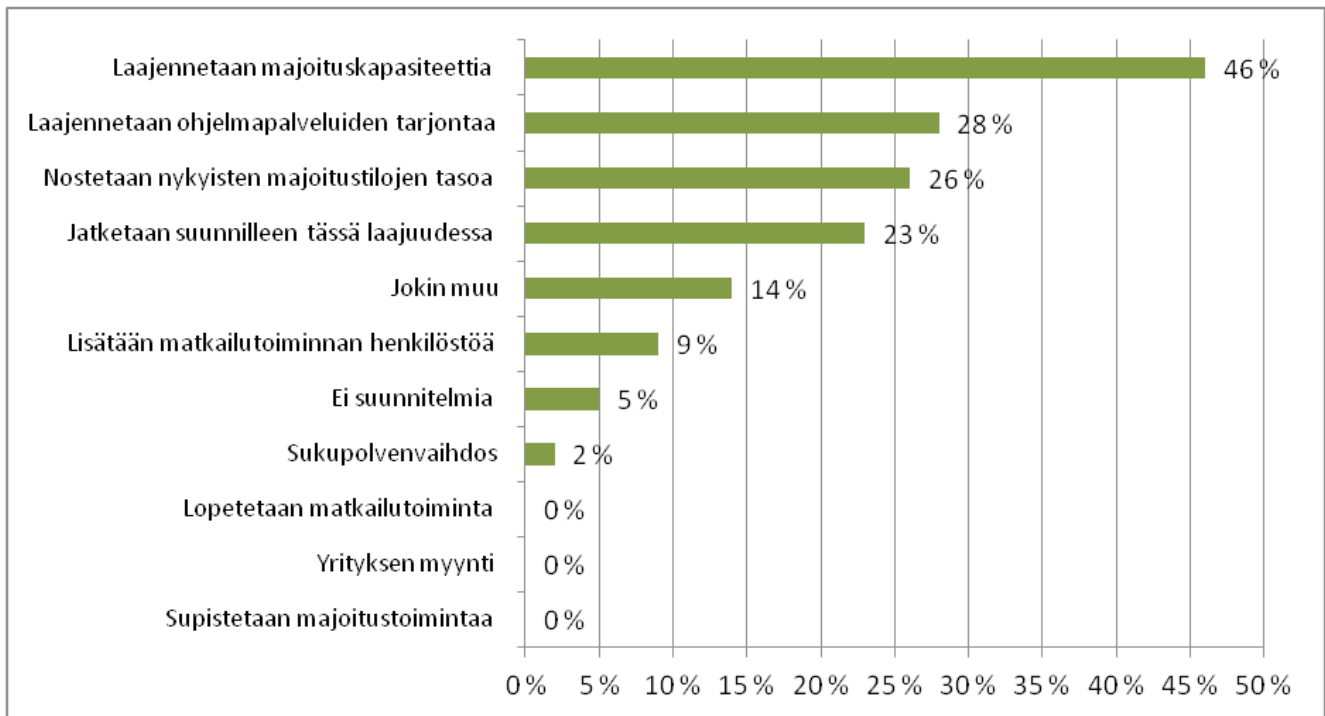
8.2. Yritysten suunnitelmat

Kysyttäessä maaseutumatkailuyrittäjien suunnitelmia seuraavan kolmen vuoden aikana, suurin osa aikoi lisätä majoituskapasiteettia (46 % yrittäjistä), parantaa jo olemassa olevien majoitustilojen tasoa (26 %), ja laajentaa ohjelmalvelujen tarjontaa (28 %). Vajaa neljännes yrittäjistä aikoi jatkaa toimintaa suunnilleen samassa laajuudessa, tehostaen nykyistä toimintaa ja hakemalla siten hallittua kasvua ja käyttöasteen nostoa. 5 yrittäjää (9 %) aikoo lisätä matkailutoiminnan henkilöstöä tulevien vuosien aikana. Yhdellä yrittäjällä oli suunnitelmissa sukupolvenvaihdos.

Aiemman kyselyn toteutusaikaan, vuonna 2007 matkailuyrittäjillä oli hieman enemmän kiinnostusta majoituskapasiteetin lisäämiseen ja myös majoitustilojen tason nostoa suunniteltiin tuolloin enemmän kuin tällä hetkellä. Yrittäjäpolvenvaihdoksia oli huomattavasti enemmän vuoden 2007 suunnitelmissa kuin vuonna 2012, ja matkailutoiminnan henkilöstön lisäämistä suunniteltiin viisi vuotta sitten suuremmassa osassa maaseutumatkailuyrityksiä kuin nyt.

Muita toiminnan kehittämissuunnitelmia oli 14 prosentilla yrityksistä. Näitä olivat markkinoinnin tehostaminen, nettisivujen kääntäminen englannin- ja venäjänkielisiksi, ryhmä- ja kokousmatkailuun panostaminen, tilaussaunan ja juhlatilan rakentaminen, kalalammikon perustaminen, sekä veneilypalvelujen lisääminen palveluvalikoimaan. Yhdellä yrittäjällä oli suunnitelmissa ulkoistaa tarjoamansa ravintolapalvelu. Toinen ohjelmalveluja tarjoava yrittäjä suunnitteli aukioloaikojen pidentämistä.

Matkailutoiminnan rahoitustarpeita lähivuosien aikana oli hieman yli puolella kaikista yrittäjistä. Näistä suurin osa oli majoitusinvestointeihin tai muihin investointeihin liittyviä tarpeita. Viidellä yrittäjällä oli lisäksi tarvetta henkilöstön osaamisen kehittämiseen suunnattuun rahoitukseen ja yhdellä yrityksen toimintaedellytysten parantamiseen. Yksittäisenä tulevaisuuden kehityskohteenä mainittiin yrityksen verkkosivujen mobiilikäytön mahdollistava palvelu.



Kuva 10. Maaseutumatkailuyritysten suunnitelmat seuraavalle kolmelle vuodelle

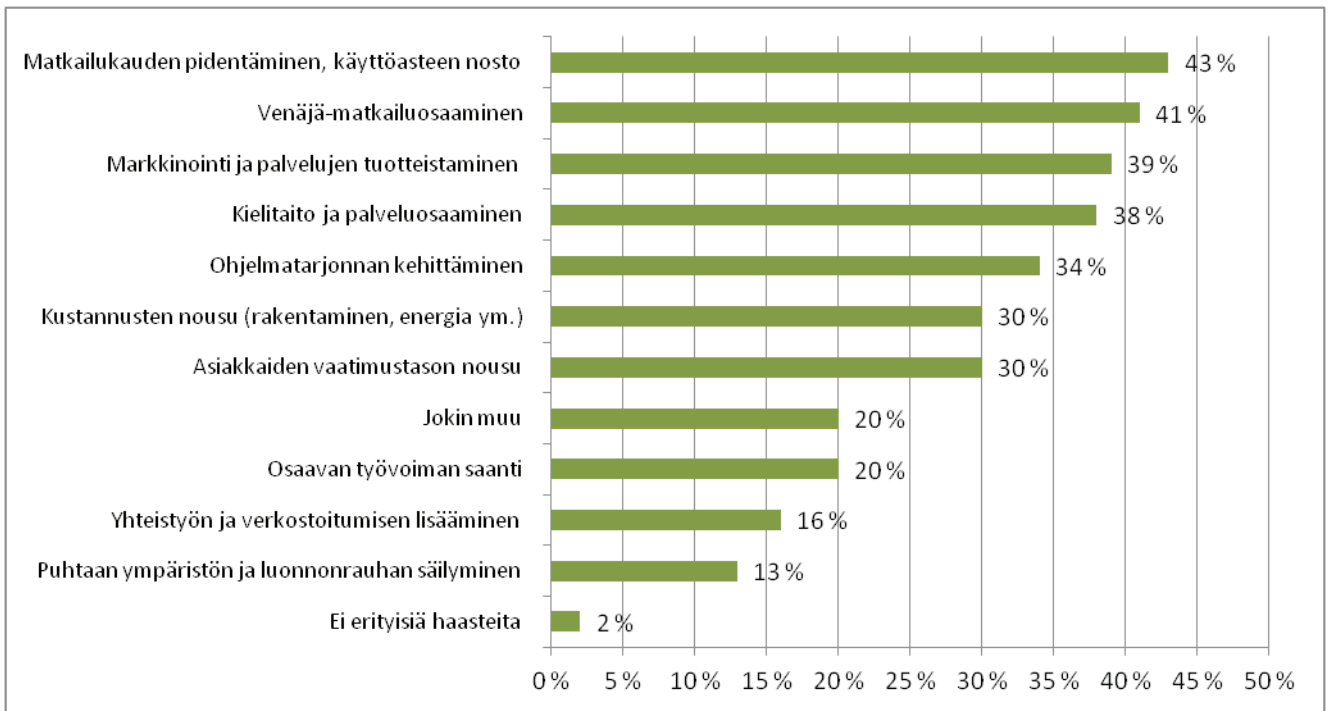
8.3. Matkailutoiminnan haasteet

Vaikka alan tulevaisuudennäkymiä pidettiin varsin valoisina, myös matkailutoiminnan haasteita nähtiin olevan runsaasti ja niiden merkittävyys jakoi yrittäjien mielipiteitä erityisen paljon. Eniten mainintoja alan tärkeimmiksi haasteiksi saivat matkailukauden pidentäminen ja käyttöasteen nosto (43 %), Venäjä-matkailuosaaminen (41 %) sekä palvelujen tuotteistaminen (39 %). Myös ohjelmatarjonnan kehittäminen, asiakkaiden vaatimustason nousu, kustannusten nousu sekä kielitaidon riittämättömyys herättivät huolta vastaajien keskuudessa.

Yrittäjät kommentoivat, että yleinen taloudellinen tilanne on vaikeasti ennakoitavissa. Pienet muutokset kuluttajien kysynnässä voivat aiheuttaa vaikeuksia yrityksissä, joissa toimintaa tehdään suurella lainakanalla. Kustannusten (mm. energia) nousu nähtiin erittäin huonona, asiakkaita karkottavana kehityskulkuna. Haasteeksi koettiin myös se, miten erottua massasta ja houkuttaa asiakkaita: kilpailaanko hinnalla, laadulla vai palveluilla. Useissa vastauksissa maaseudun infrastruktuurin (tiet, verkkoyhteydet, sähkövarmuus, palvelut) rapautuminen koettiin erityisenä uhkana alueen houkuttelevuuden kannalta. Kotieläinpihojen osalta haasteena on eläintenpitomääräysten tiukkenemisen.

Yrittäjien ikääntyminen ja jaksaminen arvelutti myös joitakin vastaajia. Oma aika ei tahdo millään riittää, kun ei ole varaa palkata ulkopuolista apua ja lomittajia on vaikea löytää. Muutamissa kommentoissa mainittiin, että maaseutumatkailuyrittäminen on melkoisen yksinäistä työtä eikä ala ole helppo. Niissä yrityksissä, joissa ulkopuolisen työvoiman käyttöön on taloudellisia resursseja, osaavan henkilöstön rekrytointi sesonkiluonteeseen työhön nähtiin erityisenä haasteena. Mistä löytää keikkaa tekevää henkilöstöä, jolla olisi palvelu- ja myyntiosaamista sekä kykyä tunnistaa asiakkaiden tarpeita? Ne yrittäjät, joilla majoitustilat jo olivat erittäin korkeatasoisia, näkivät asiakkaiden vaatimustason nousun pikemminkin toivottavana asiana kuin haasteena sanan negatiivisessa merkityksessä.

Kasvu maaseutumatkailutoiminnassa on viime aikoina tullut idästä. Suuret yhteiskunnalliset muutokset venäläisessä yhteiskunnassa nähtiin myös Etelä-Savoon heijastuvana uhkana. Keskustelua herätti esimerkiksi se, avautuvatko rajat vai sulkeutuvatko ne tulevaisuudessa ja miten raaka-aineiden hinnan mahdollinen lasku vaikuttaa asiakkaiden matkustuskäyttäytymiseen.



Kuva 11. Yrittäjien kokemat haasteet

9. Ehdotuksia alan kehittämiskohteiksi Etelä-Savossa

Kyselyn kohteena oli siis joukko maaseutumatkailuyrityksiä, jotka olivat saaneet Etelä-Savon ELY-keskuksesta rahoitusta matkailutoimintansa kehittämiseen vuosien 2007-2012 aikana. Tiedusteltaessa yrityksiltä matkailutoiminnan kannalta tärkeimpiä kehittämistoimenpiteitä tähän asti, ylivoimaisesti eniten hyötyä nähtiin olleen juuri rahoitusinstrumenteista. Investointiavustus nähtiin tärkeimpänä porkkanana toiminnan kehittämisessä, sillä rahaa sitoutuu investointeihin paljon ja matkailutoiminnasta sitä saa hitaasti takaisin. Toiminnan kehittäminen olisi erittäin hidasta ilman julkista tukea.

Kun avustuksen myötä on saatu esimerkiksi pelkätään kesäkäytössä ollut mökki uudistettua ympärivuotiseksi, sillä on ollut merkittävä vaikutus majoituskapasiteetin lisäämiseen. Yrittäjät kokivat myös tärkeänä sen, että tuen myötä pystyy työllistämään rakennusvaiheessa rakennusalan ammattilaisia. Eräs vastaaja kommentoi, että rahoituksen myöntökriteereissä tulisi entistä paremmin näkyä se, että tukea suunnataan vain sellaisille yrityksille, jotka tekevät työtä ammatti-, ei harrastelijamaisesti. Investointitukien lisäksi rahoitusta oli saatu myös esimerkiksi yrityksen verkkosivujen kehittämiseen.

Rahoituksen hakuprosessi oli joidenkin yrittäjien mielestä työläs ja byrokraattinen, ja jotkut vastaajista kokivatkin, että tukitason aleneminen edelleen saa

jo harkitsemaan kannattaako tukea ylipäättään hakea. Eräs vastaaja kommentoi, että mökkirakentamisen osalta tonttien hinnat alkavat olla jo sen verran korkeita, että tontin hankintakustannuksiin voisi jo olla jokin tukimuoto. Kritisoiitiin myös sitä, että tukien vaatimuksena on sellaisia rakennusratkaisuja, jotka tuovat lisäkustannuksia ja jotka voisi tehdä kustannustehokkaammin. Kilpailuttamista pienellä paikkakunnalla ei koeta mielekkääksi. Toisaalta osa vastaajista oli sitä mieltä, että rahoituksen hakemisprosessi on ollut joustava ja että heitä on ohjattu hyvin. Myös ProAgria Etelä-Savon neuvontapalvelut saivat kiitosta useilta vastaajilta.

Rahallista panostusta tärkeämpänä kehittämistoinena osa yrittäjistä näki tiedon saannin, konkreettiset neuvot liiketoimintaan ja verkostoitumiseen. Konkreettisina toimenpiteinä mainittiin Aalto-yliopiston koulutus Venäjän tapakulttuurista ja Pro Agria Etelä-Savon järjestämä ekskursio Pohjois-Savon ja Kainuun maaseutumatkailuyrityksiin.

Eryyisenä kehittämiskohteena nähtiin alueen matkailutarjonnan monipuolistaminen, omaan ympäristöön ja paikallishistoriaan tukeutuminen sekä alueen erityispiirteiden esiin nostaminen. Laaja-alaista yhteistyötä peräänkuulutettiin alueen kaikkien mahdollisuuksien hyödyntämiseksi, tarjolla on upeita kohteita mm. luontomatkailuun ja seikkailuun.

Markkinointiin liittyviä kehittämiskohteita nähtiin myös olevan runsaasti. Kotisivujen houkuttelevuutta korostettiin, kuten myös varausjärjestelmän helppoutta ja luottokorttimaksumahdollisuutta. Tärkeää on myös nettimarkkinoinnin laatu: myydyn mielikuvan pitää vastata todellisuutta. Sosiaalista mediaa pidettiin tulevaisuuden markkinointikanavana erityisesti venäläisten asiakkaiden suhteen, ja nopeana välineenä esimerkiksi peruutusten ja vapaiden viikonloppujen markkinointiin.

Mökkilomien paketointiin ja tuotteiden hinnoitteluun kaivattiin lisää koulutusta. Yhtenäisiä toimintamalleja

peräänkuulutettiin ja hyvien käytäntöjen jalkauttamista yrittäjien käyttöön: miten hoitaa järkevästi maksuliikenne, varaaminen jne.

Venäläisten matkailijoiden suhteen yrittäjiä puhutti eritoten liikenneyhteyksien parantaminen Venäjän suuntaan, sekä mahdollisen viisumivapauden tuoma kävijämäärien kasvu. Venäjä-osaaminen ja erityisesti kielitaidon parantaminen nähtiin tulevaisuuden valttikorttina. Talvimatkailun kärkihanketta kaivattiin tuomaan lisää mahdollisuuksia ja palvelutarjontaa erityisesti venäläisille matkailijoille.

| Vahvuudet | Heikkoudet |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - Puhdas luonto, autenttisuus - Korkeatasoinen majoitustarjonta ympäri vuoden - Toiminnan kansainvälistyminen, ammattimaistuminen - Valoisat suhdannenäkymät - Tarjolla julkista rahoitusta toiminnan kehittämiseen | <ul style="list-style-type: none"> - Lyhyet sesongit, paikoin heikko käyttöaste - Työllistää yrittäjiä pääasiassa osa-aikaisesti - Heikot mahdollisuudet työllistää perheen ulkopuolisia - Ammattitaitoisen työvoiman saanti kausiluonteiseen työhön - Yrittäjien aika ei tahdo riittää toiminnan kehittämiseen - Kielitaidon riittämättömyys - Ei saatavilla asiakkaiden toivomaa oheispalvelua - Majoitustarjonta painottuu mökkeihin ja korkeatasoisiin huviloihin (vähän esim. huonemajoitusta) - Etelä-Savon tunnettuus, aluebrändi puuttuu - Tukirahoituksen haun byrokraattisuus |
| Mahdollisuudet | Uhat |
| <ul style="list-style-type: none"> - Paikallisuus, autenttisuus, lähiruoka, lähimatkailu matkailutrendinä - Venäläismatkailijoiden kasvava kiinnostus - Syksy- ja kevätseisongin parempi hyödyntäminen, käyttöasteen nosto - Mökkien lisäksi kysyntää esim. huonemajoitukselle - Palvelujen kohdentaminen erityisryhmille - Oheispalveluista kasvua (esim. ohjatut aktiviteetit, tapahtumat) - Palvelujen paketoiminen, tuotteistaminen (esim. luonto, paikallishistoria) - Uusien markkinointikanavien ja sosiaalisen median hyödyntäminen - Yrittäjien välinen yhteistoiminta (esim. markkinoinnissa, tuotteistamisessa, työllistämässä) - Parhaiden käytäntöjen levittäminen yrittäjien käyttöön - Matkailutoiminnan välilliset työllisyysvaikutukset (esim. kiinteistöhuolto, markkinointi, tulkkaus) | <ul style="list-style-type: none"> - Infran rapautuminen (tieto) - Kustannusten nousu (esim. energia, rakentaminen, tonttima) - Taloussuhdanteiden kehitys vaikeasti ennakoitavissa - Venäjän yhteiskunnallinen epävakaus - Yrittäjien jaksaminen |

Taulukko 5. Maaseutumatkailu Etelä-Savossa SWOT-analyysi

10. Johtopäätökset

Maaseutumatkailuyrittäjien kokemuksia ja näkemyksiä tulevasta selvitettiin nyt Etelä-Savon ELY-keskuksen toimesta toisen kerran. Edellisen katsauksen toteutusajankohtaan (2007) nähden jotkin seikat näyttäisivät pysyneen samana, mutta toimialalla on myös tapahtunut kehitystä, joka osin selittyyneen rahoitettujen yritysten muuttuneella luonteella, mutta varmasti myös toimintaympäristössä tapahtuneilla muutoksilla. Ilmeistä kuitenkin on, että maaseutumatkailu on kasvussa; asiakasmäärien odotetaan kasvavan ja omaan liiketoimintaan ollaan valmiita panostamaan investoimalla ja kehittämällä omaa osaamista.

Taulukossa 5 esitetään aineiston perusteella laadittu SWOT-analyysi maaseutumatkailutoimialan vahvuuksista, heikkouksista, mahdollisuuksista ja uhkista Etelä-Savossa. Matkailutoiminta on viidessä vuodessa kansainvälistynyt. Lähes kaikilla yrittäjillä on venäläisasiakkaita ja monet kertovat heidän lisänneen positiivisella tavalla toiminnan ympärivuotisuutta. Matkailutoiminnan harjoittaminen näyttäisi myös ammatti- ja maistuneen ja sen taloudellinen merkitys kasvaneen. Yrittäjissä on kuitenkin suurta vaihtelua: osa saa kaikki tulonsa matkailusta, toiset vain murto-osan. Niinpä myös yrityksiä hyödyttävä tuki ja kehittämistoimet poikkeavat jossain määrin toisistaan. Yrittäjät kokevat saamansa julkisen rahoituksen auttaneen oman liike-

toiminnan kehittämisessä, mutta sen anomiseen liittyvä byrokraatia ei saisi enää kasvaa.

Matkailumarkkinointi on siirtynyt Internetiin: ammatilliset kotisivut ja oikeiden sähköisten markkinapaikkojen löytäminen on elinehto. Asiakkaisiin pidetään sähköpostilla yhteyttä ympäri vuoden. Haasteena on massasta erottuminen, ja siinä auttavat mm. majoitus-tilojen monipuolisuus, paikallisuuden tuotteistaminen ja oheispalveluiden saatavuus. Etelä-Savon yleinen tunnettuuden lisääminen ja selkeämpi brändääminen niin kotimaassa kuin itärajan takana auttaisi myös maaseutumatkailuyrittäjiä. Muun muassa upea luonto, paikallishistoria ja lähellä tuotettu ruoka tarjoavat tähän erinomaisia mahdollisuuksia.

Perusteltu matkailu- ja muiden yrittäjien sekä muiden tahojen välinen yhteistyö tuo lisäarvoa alalle ja auttaa yksittäisiä yrittäjiä kehittämään toimintaansa. Haastatellut yrittäjät ovat omien aikaresurssiensa puitteissa valmiita lisäämään yhteistyötä esimerkiksi ohjelmapalveluiden tarjonnassa, tapahtumien järjestämisessä ja markkinoinnissa. Kohtaamiset muiden alan yrittäjien kanssa ja kokemusten vaihto koetaan erittäin antoisana, sillä haasteet ovat kaikilla pitkälti samankaltaisia. Käytössä olevat hyvät käytännöt ja toimivat ratkaisut pitäisi saada laajempaan tietoisuuteen. Yhteinäiset käytännöt helpottaisivat asiakkaiden asiointia, mutta myös yrittäjien jaksamista tilanteissa, joissa toiminnan kausiluonteisuus ei mahdollista ulkopuolisten työntekijöiden palkkaamista. Apukäsien palkkaamiseksi tilausta olisi myös uudelle yrityksiyhteistyölle.

Liitteet

Liite 1. Vastajille esitetyt kysymykset

Maaseutumatkailua Etelä-Savossa 2012

TAUSTATIEDOT

1. Yhtiömuoto

- maatila
- yksityinen elinkeinonharjoittaja (toiminimi)
- kommandiittiyhtiö, avoin yhtiö
- osakeyhtiö
- Jokin muu, mikä _____

2. Kuinka monta vuotta yrityksellänne on ollut säännöllistä matkailutoimintaa? _____

3. Maatilanne/yrityksenne on Etelä-Savon ELY-keskuksen rekisterin mukaan saanut rahoitustukea matkailutoimintaan vuosien 2007-2012 aikana. Mikä on matkailutoiminnan harjoittamisen tilanne ELY-keskukselta saadun rahoituksen jälkeen tällä hetkellä?

- sama yrittäjä jatkaa matkailutoimintaa
- matkailutoiminta on loppunut
- sukupolvenvaihdos on tehty
- muu yrittäjänvaihdos on tehty
- Jokin muu, mikä _____

4. Maatilan/yrityksen matkailutoiminnasta vastaavan henkilön ikä

- alle 35
- 35-49
- 50-64
- yli 65

5. Yrityksen/tilan matkailutoiminnasta vastaavan henkilön sukupuoli

- mies
- nainen

MAJOITUSTILOJEN KAPASITEETTI

1. Montako pelkästään kesäaikaiseen käyttöön tarkoitettua vuokramökkiä maatilallanne/yrityksessänne on? _____

2. Kuinka monta vuodepaikkaa näissä kesäkäyttöön tarkoitetuissa mökeissä on yhteensä? _____

3. Montako ympärivuotiseen käyttöön tarkoitettua vuokramökkiä maatilallanne/yrityksellänne on? _____

4. Kuinka monta vuodepaikkaa näissä ympärivuotiseen käyttöön tarkoitetuissa vuokramökeissä on? _____

5. Montako vuodepaikkaa maatilallanne/yrityksessänne on muuta kesäkäyttöön soveltuvaa majoitustilaa (esim. aittamajoitus)?

6. Montako vuodepaikkaa maatilallanne/yrityksessänne on ympärivuotiseen käyttöön soveltuvaa muuta majoitustilaa (esim. huoneita päärakennuksessa)?

7. Jos teillä on karavaanialue, kuinka monta vaunupaikkaa siellä on? _____

8. Kuinka monta viikkoa pelkästään kesäkäyttöön tarkoitettujen majoitustilanne ovat olleet varauskirjan mukaan käytössä viime vuonna (täysiksi viikoiksi arvioituna)? _____

9. Kuinka monta viikkoa ympärivuotiseen käyttöön tarkoitettujen majoitustilanne ovat olleet varauskirjan mukaan käytössä viime vuonna (täysiksi viikoiksi arvioituna)? _____

10. Onko majoitustilojanne tai osaa niistä luokiteltu?

Malo-luokitus, luokka 1

Malo-luokitus, luokka 2

Malo-luokitus, luokka 3

Malo-luokitus, luokka 4

Malo-luokitus, luokka 5

Mitään majoitustiloja ei ole luokiteltu millään luokituksella

Jokin muu, mikä _____

TYÖLLISTÄMINEN JA TALOUDELLINEN MERKITYS

1. Kuinka monta perheenjäsentä (yrittäjä mukaanlukien) maatilanne/yrityksenne matkailutoiminta työllistää (sekä osa- että kokoaikaisesti)?

Huom. Normaalin matkailutoiminnan pyörittämisestä syntyvä työmäärä, ei investointivaiheen rakentaminen

2. Kuinka monta kuukautta on perheenjäsenten yhteenlaskettu vuotuinen työpanos matkailutoiminnassa (kk/v)? _____

3. Kuinka monta perheen ulkopuolista työntekijää yrityksenne/maatilanne matkailutoiminta työllistää? _____

4. Kuinka monta kuukautta on perheen ulkopuolisten työntekijöiden yhteenlaskettu vuotuinen työpanos matkailutoiminnassa (kk/v)? _____

5. Paljonko matkailutoiminnan liikevaihto oli viimeisellä päättyneellä tilikaudella maatilallanne/yrityksessänne? _____

6. Paljonko oli matkailutoiminnan liikevaihdon osuus maatilanne/yrityksenne koko liikevaihdosta viimeisellä päättyneellä tilikaudella (arvio %)? _____

PALVELUT JA VERKOSTOITUMINEN

1. Oletteko kohdentaneet toimintaanne jollekin tietylle ryhmälle?

ei erityispainotuksia

lapsiperheet

nuorisoryhmät

yritykset ja työyhteisöt

pitopalvelu tms.

liikuntarajoitteiset (esteettömyys majoitustiloissa, kulkureiteillä tms.)

Jokin muu, mikä _____

2. Tarjoatteko asiakkaillenne majoituspalvelun lisäksi muita palveluita?

ateriat- tai ravintolapalvelu

elintarvikkeiden myynti

opastuspalvelu kalastukseen

opastuspalvelu marjastukseen tai sienestykseen

harrastusvälineiden vuokraus tai asettaminen asiakkaiden käyttöön

ratsastus tai muu hevosharrastus

Jokin muu, mikä _____

3. Mistä osasta Suomea kotimaiset matkailijanne tulevat pääasiassa?

- ei kotimaisia matkailijoita
- Itä-Suomi
- Länsi-Suomi
- Etelä-Suomi
- Keski-Suomi
- Pohjois-Suomi
- en osaa sanoa

4. Mistä maasta/maanosasta yrityksenne ulkomaalaiset asiakkaat tulevat pääasiassa?

- ei ulkomaalaisia asiakkaita
- Venäjä
- Saksa
- Viro
- Pohjoismaat
- Muu Eurooppa
- Aasia
- Jokin muu, mikä _____

5. Millaista yhteistyötä teette muiden matkailuyrittäjien, muiden yrittäjien tai muiden tahojen kanssa?

- ei yhteistyötä
- majoituspalvelut
- yhteismarkkinointi
- ohjelmapalveluiden järjestäminen
- ateriapalvelu
- tuotekehitys
- Jokin muu, mikä _____

6. Onko teillä tarvetta aloittaa tai lisätä yhteistyötä alueen muiden yrittäjien kanssa seuraavien yhteistyömuotojen osalta?

- ateria- /ravintolapalvelu
- elintarvikkeiden myynti
- opastuspalvelu kalastukseen
- opastuspalvelu marjastukseen tai sienestykseen
- harrastusvälineiden vuokraus tai asettaminen asiakkaiden käyttöön
- ratsastus tai muu hevosharrastus
- Jokin muu, mikä _____

7. Onko kunnassanne tai sen lähetyvillä tarjolla tarvitsemianne yhteistyökumppaneita, oheispalveluita tms.?

- kyllä
- ei
- en osaa sanoa

TULEVAISUUS JA KEHITTÄMISNÄKYMÄT

1. Kuinka arvioitte asiakkaidenne määrän kehittyvän seuraavan vuoden aikana?

- kasvaa
- pysyy ennallaan
- vähenee

2. Kuinka arvioitte asiakkaidenne määrän kehittyvän seuraavan kolmen vuoden aikana?

- kasvaa
- pysyy ennallaan
- vähenee

3. Millaisia suunnitelmia teillä on matkailutoiminnan suhteen maatilallanne/yrityksessänne seuraavan kolmen vuoden aikana?

- laajennetaan majoituskapasiteettia
- nostetaan nykyisten majoitustilojen tasoa
- jatketaan suunnilleen tässä laajuudessa
- supistetaan majoitustoimintaa
- sukupolvenvaihdos
- yrityksen myynti
- laajennetaan matkailutoiminnan ohjelmalveluiden tarjontaa
- lisätään matkailutoiminnan henkilöstöä
- lopetetaan matkailutoiminta
- Jokin muu, mikä _____

4. Millaisia rahoitustarpeita teillä on matkailutoiminnan kehittämisen osalta lähivuosina?

- ei rahoitustarpeita
- uusi majoitusinvestointi
- muu investointi
- henkilöstön osaamisen kehittäminen (esim. markkinointi, tuotekehitys, kieliopinnot)
- yrityksen toimintaedellytysten parantaminen (esim. internet-sivujen kehittäminen, käännökset)
- Jokin muu, mikä _____

5. Millaisista hankkeista, tukitoimenpiteistä tai muista kehittämistoimista katsotte olleen eniten hyötyä oman matkailutoimintanne kannalta?

6. Mitkä ovat mielestänne matkailutoiminnan keskeiset haasteet seuraavien 5-10 vuoden aikana?

- asiakkaiden vaatimustason nousu
- kielitaito ja palveluosaaminen
- yhteistyön ja verkostoitumisen lisääminen
- ohjelmatarjonnan kehittäminen
- markkinointi ja palvelujen tuotteistaminen
- puhtaan ympäristön ja luonnonrauhan säilyminen
- matkailukauden pidentäminen, käyttöasteen nosto
- Venäjä-matkailuosaaminen
- kustannusten nousu (rakentaminen, energia ym.)
- osaavan työvoiman saanti
- Jokin muu, mikä _____

| | | | | |
|--|---------------------------------|---|-----------------|------------------------------------|
| Julkaisusarjan nimi ja numero Raportteja 22/2013 | | | | |
| Vastuualue Elinkeinot, työvoima, osaaminen ja kulttuuri | | | | |
| Tekijät Hanna Kautiainen Hanna Tarvainen | | Julkaisuaika Maaliskuu 2013 | | |
| | | Kustantaja / Julkaisija Etelä-Savon elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus | | |
| | | Hankkeen rahoittaja / toimeksiantaja TENHO / ennakointi | | |
| Julkaisun nimi Maaseutumatkailusta uutta kasvua Etelä-Savoon Selvitys Etelä-Savon ELY-keskuksen vuosina 2007 - 2012 rahoittamista maaseutumatkailuyrityksistä | | | | |
| Tiivistelmä <p>Etelä-Savon ELY-keskuksessa laaditusta ”Maaseutumatkailusta uutta kasvua Etelä-Savoon” –selvityksestä ilmenee, että maaseutumatkailu on selkeä kasvuala maakunnassa. Valtaosa matkailuyrittäjistä suhtautuu alan tulevaisuudennäkymiin hyvin luottavaisesti. Talouden epävarmasta tilanteesta huolimatta omaan tuotteeseen ja palvelun laatuun uskotaan vahvasti. Selvityksen kohdejoukkona oli 75 Etelä-Savon ELY-keskukselta rahoitusta saanutta maaseutumatkailuyrittäjää. Haastattelut tehtiin loppuvuodesta 2012. Vastaava selvitys on toteutettu aiemmin vuonna 2007.</p> <p>Yrittäjien haastattelut osoittavat, että maaseutumatkailutoiminnan harjoittaminen Etelä-Savossa näyttää ammattimaistuneen, kansainvälistyneen ja sen taloudellinen merkitys on kasvanut. Lisäksi toiminnan ympärivuotisuutta on saatu lisättyä: ympärivuotisessa käytössä olevien majoitustilojen käyttöaste on noussut keskimäärin 5 viikkoa vuodessa vuoden 2007 selvitykseen verrattuna. Yrityksissä on tehty paljon työtä majoitustilojen tason nostamiseksi, ja parhaillaan rakenteilla tai suunnitteilla olevat tilat rakennetaan kooltaan ja varustukseltaan hyvin korkeatasoisiksi. Kasvu alalla tulee Venäjältä tulevista matkailijoista. Venäläisten asiakkaiden määrä on kasvanut voimakkaasti viimeisen viiden vuoden ajan, ja he näkyvät erityisen vahvasti vuodenvaihteen sesongissa ja myös muuten hiljaisina kausina syksyllä ja keväällä.</p> <p>Selvityksen mukaan ala työllistää pääasiallisesti yrittäjäperheiden jäseniä, perheen ulkopuolisten henkilöiden työllistäminen on vähäisempää. Ammattitaitoisen työvoiman saanti kausiluonteiseen työhön koetaan ongelmana ja uudelleenlaisille, joustavammille työllistämistavoille olisi yrittäjien mielestä tarvetta. Matkailutoiminnan haasteiksi yrittäjät kokevat käyttöasteen noston nykyisestä, kustannusten nousun, oman ajan ja jaksamisen riittämättömyyden sekä maaseudun infrastruktuurin rapautumisen. Yrittäjät näkevät alan kehittämis-kohteina erityisesti Venäjä-matkailuosaamisen, kielitaidon ja palveluosaamisen, yhteismarkkinoinnin ja palvelujen tuotteistamisen, sekä ohjelmatarjonnan kehittämisen.</p> | | | | |
| Asiasanat (YSA:n mukaan) Etelä-Savo, maaseutumatkailu, aluekehittäminen | | | | |
| ISBN (Painettu) | ISBN (PDF) 978-952-257-742-9 | ISSN-L 2242-2846 | ISSN (painettu) | ISSN (verkkopainettu) 2242-2854 |
| www www.ely-keskus.fi/julkaisut www.doria.fi | | URN URN:ISBN:978-952-257-742-9 | | Kieli Suomi |
| Sivumäärä 26 | | | | |
| Julkaisun tilaukset Julkaisu on ladattavissa ylläolevista www-osoitteista. | | | | |
| Kustannuspaikka ja -aika Mikkeli maaliskuu 2013 | | | Painotalo | |

Maaseutumatkailu on kasvava toimiala Etelä-Savossa

Loppuvuoden 2012 aikana Etelä-Savon ELY-keskuksessa toteutetusta maaseutumatkailuyrityksiä koskevasta selvityksestä ilmenee, että maaseutumatkailu on selkeä kasvuala maakunnassa. Maaseutumatkailuyrittäjät odottavat asiakasmäärien kasvavan edelleen nykyisestä, ja he ovat valmiita panostamaan alaan investoimalla ja kehittämällä omaa osaamistaan. Matkailutoiminnan harjoittaminen on ammattimaistunut ja sen taloudellinen merkitys on kasvanut. Matkailutoiminta on selvästi myös kansainvälistynyt, ja kasvu toimialalla tuleekin venäläisistä matkailijoista, jotka lisäävät toiminnan ympärivuotisuutta.

RAPORTEJA 22 | 2013
MAASEUTUMATKAILUSTA UUTTA KASVUA ETELÄ-SAVOON
SELVITYS ETELÄ-SAVON ELY-KESKUKSEN VUOSINA 2007 - 2012
RAHOITAMISTA MAASEUTUMATKAILUYRITYKSISTÄ

Etelä-Savon elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus

ISBN 978-952-257-742-9(PDF)

ISSN-L 2242-2846

ISSN 2242-2854 (verkkójulkaisu)

URN:ISBN:978-952-257-742-9

www.ely-keskus.fi/julkaisut | www.doria.fi/ely-keskus

Vipuvoimaa
EU:lta
2007–2013



Euroopan unioni
Euroopan sosiaalirahasto