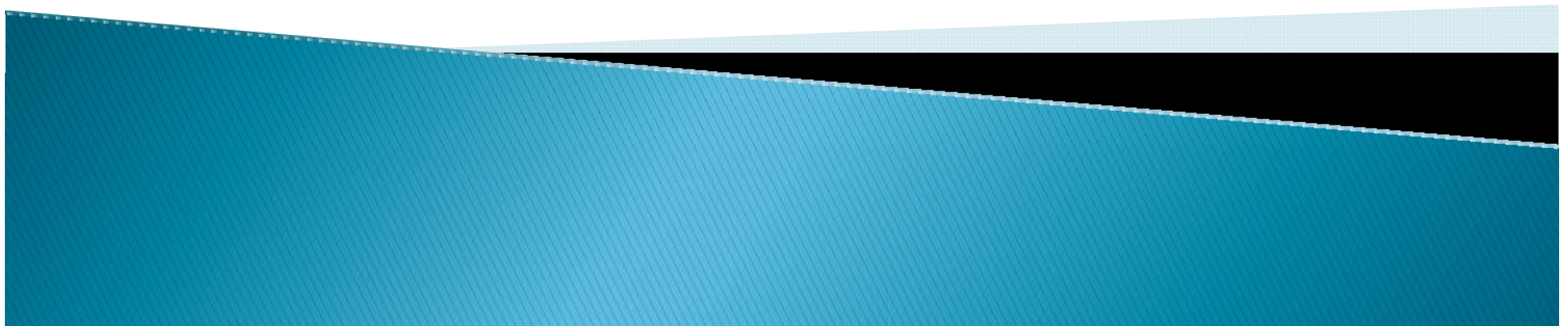


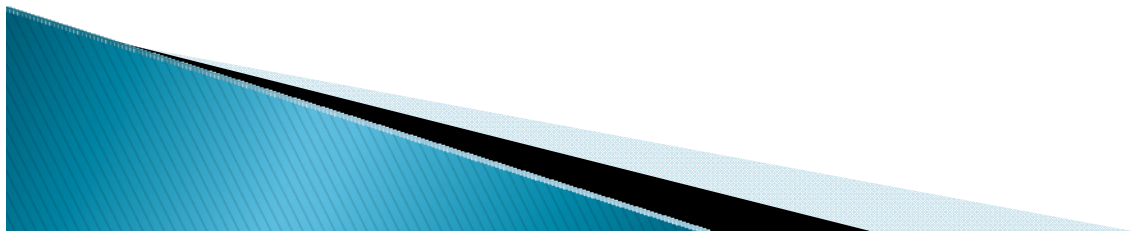
Matkailun alueorganisaatiot Suomessa 2010 –tehtävät, rakenne ja rahoitus

SUOMA ry selvitys



Taustaa

- ▶ Perinteisesti matkailun alueorganisaatio on toiminut eri alueilla tahona, joka kokoaa matkailuyritykset yhteistyöhön
- ▶ -70 luvulla riitti, että alueelta löytyi matkailuneuvontaa tarjoava toimisto, joka samalla hoiti alueen kehysmarkkinointia
- ▶ Nyt tarvitaan toimistoa, jonka kautta saa myös laaja-alaisesti ja mielellään vielä sähköisesti ostettua palveluita



Taustaa

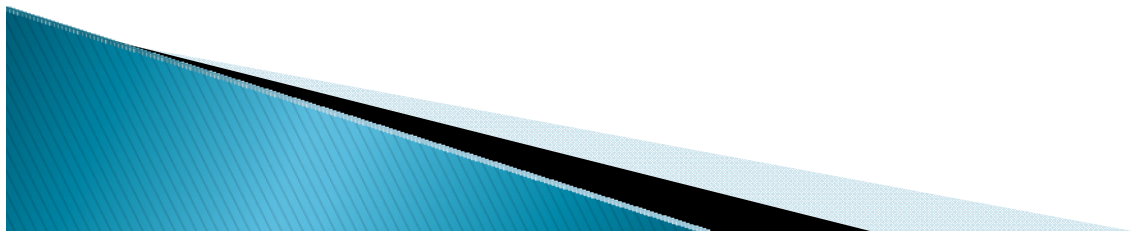
Matkailun toimintaympäristön muutokset:

- Asiakas: mm. perheeseen muutokset, uusriikkaat, maahanmuuttajat, eri sukupolvien kulutustottumukset, matkailun voimakas läsnäolo netissä, mobiilissa...
- Kuntasektori: kuntien yhdistymiset – organisaatioiden sulautumiset ja muutokset, ylittyneet sosiaali- ja terveystarpeet – mitkä ovat lakisääteisiä palveluita ja mitkä ei...
...julkisen rahoituksen väheneminen...

Selvitys

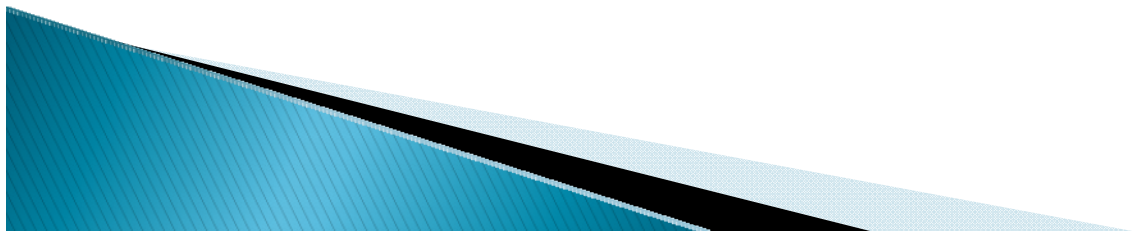
Tutkimuksen avulla etsittiin vastauksia:

- Mitkä ovat matkailun alueorganisaation tehtävät Suomessa?
- Mikä on matkailun alueorganisaation rakenne?
- Miten matkailun alueorganisaatio rahoittaa toimintaansa?
- Teoreettisessa tarkastelussa matkailun alueorganisaation määritelmä ja alueorganisaatioiden kehittyminen 1930– 2010 sekä kansainväliset esimerkit



Kysely

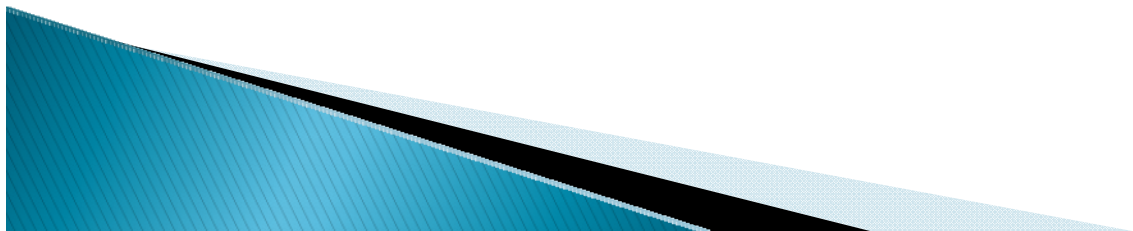
- ▶ Osoitettiin SUOMA ry:n alueorganisaatio jäsenille 2010 kesällä ja syksyllä tehostetusti (N=24)
- ▶ Vastauksia saatiin 19:ta toimistolta



Matkailuorganisaation muoto

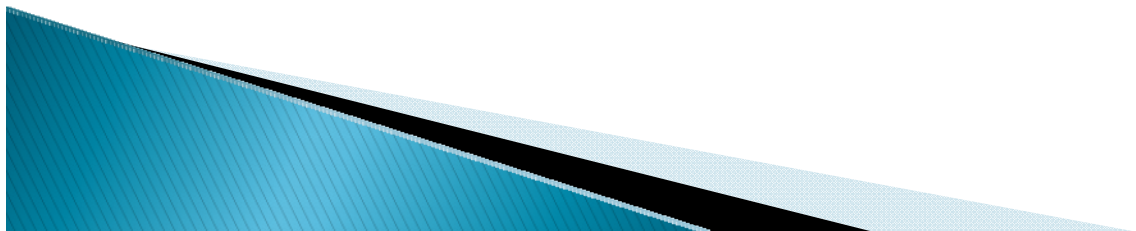
N=19

- ▶ Osakeyhtiö 47% (9)
- ▶ Yhdistys 16 % (3)
- ▶ Maakuntaliiton yhteydessä toimiva 16 % (3)
- ▶ Jokin, muu... 16 % (3)
 - Alueorganisaatio + osakeyhtiö
 - Eipä ole oikein selvyyttä
 - Kaupungin elinkeinoyhtiön osa
- ▶ Osa kunnan organisaatiota 5 % (1)
 - osana keskushallintoa



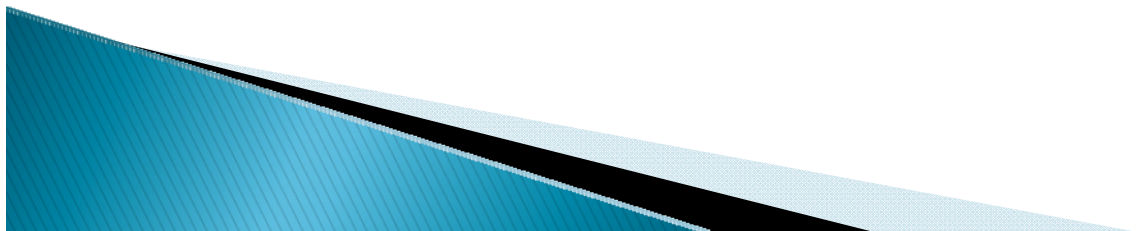
Kokonaisbudjetti N=17

- ▶ 100 000 – alle 200 000 24 % (4)
- ▶ 200 000 – alle 300 000 11 % (2)
- ▶ 300 000 – alle 1 milj. 24 % (4)
- ▶ 1 milj. – alle 2 milj. 11 % (2)
- ▶ 2 milj. – yli 2 milj 30% (5)



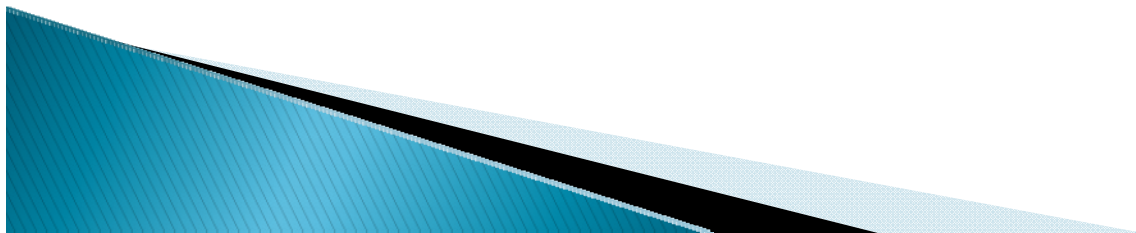
Budjetin suunta...

- ▶ Vakiintunut 70 % N=12
- ▶ Nouseva 18 %, N=3
nousua 10 %
- ▶ Laskeva 12 %, N=2
laskua 10 tai 20 %



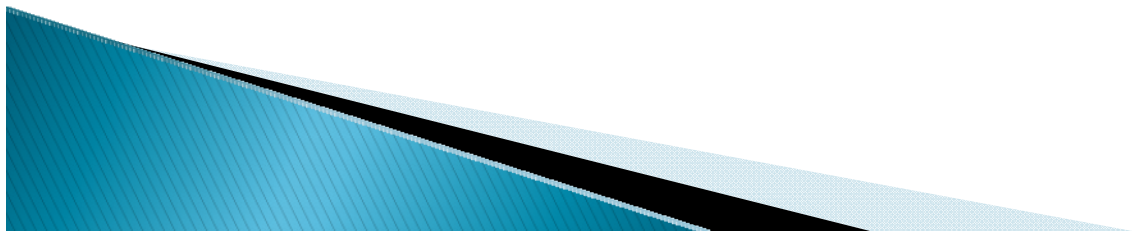
Liikevaihdon suuruus N=17

- ▶ 50 000 – alle 100 000 12 % (1)
- ▶ 100 000 – alle 300 000 12 % (1)
- ▶ 300 000 – alle 1 milj 23 % (4)
- ▶ 1 milj – alle 2 milj 23 % (4)
- ▶ Yli 2 milj 30 % (5)



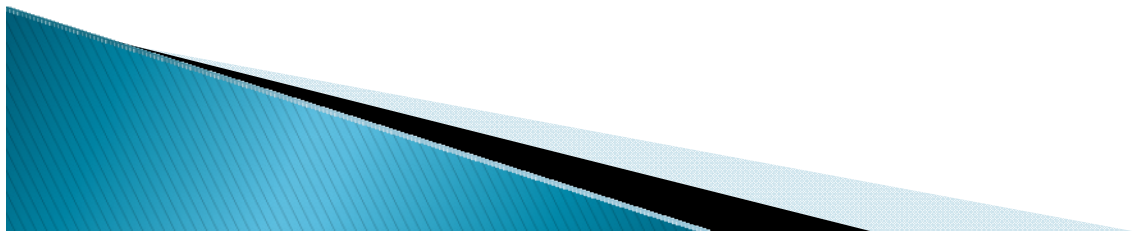
Oman matkailupalvelumyynnin osuus liikevaihdosta N=14

Vastaus	% vastanneista	
▶ alle 10 %	50,00 %	(7)
▶ 10 %	7 %	(1)
▶ 30 %	7 %	(1)
▶ 40 %	7 %	(1)
▶ 50 %	7 %	(1)
▶ 60 %	7 %	(1)
▶ 70 %	7 %	(1)
▶ 80 %	7 %	(1)



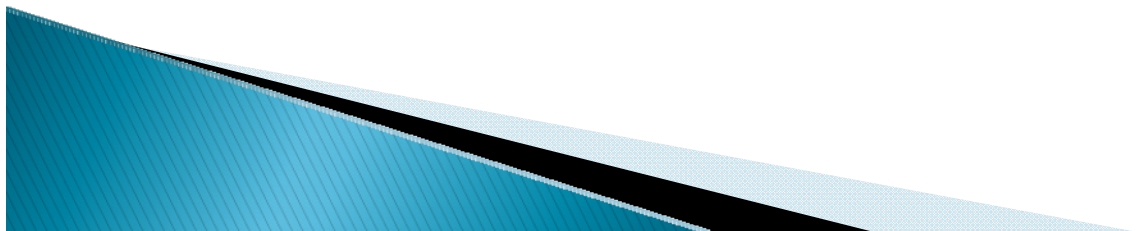
Markkinointipalveluiden myynnin osuus liikevaihdosta N=17

Vastaus	% vastanneista	
▶ alle 10 %	30 %	(5)
▶ 10 %	18%	(3)
▶ 20 %	18 %	(3)
▶ 30 %	12 %	(2)
▶ 40 %	6 %	(1)
▶ 60 %	6 %	(1)
▶ 80 %	12 %	(2)



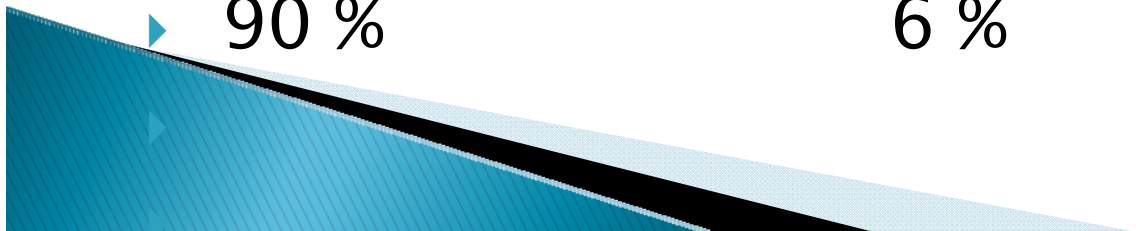
Välitystoiminnan osuus liikevaihdosta N=12

Vastaus	% vastanneista	
▶ alle 10 %	42 %	(5)
▶ 10 %	8 %	(1)
▶ 20 %	16 %	(2)
▶ 60 %	16 %	(2)
▶ 70 %	8 %	(1)
▶ 80 %	8%	(1)



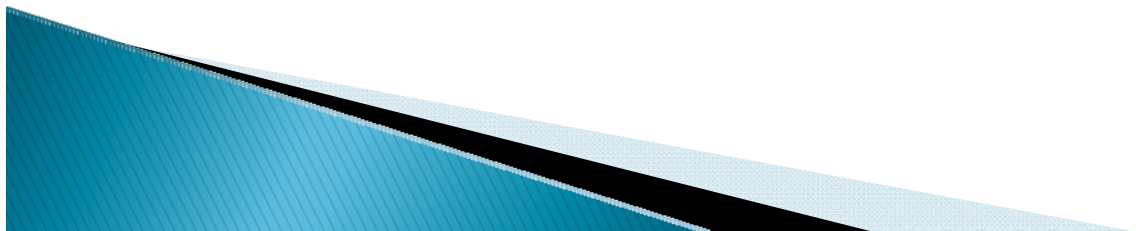
Julkisen rahoituksen osuus liikevaihdosta

Vastaukset	% vastanneista	
▶ alle 10 %	24 %	(4)
▶ 10 %	6 %	(1)
▶ 20 %	6 %	(1)
▶ 30 %	12 %	(2)
▶ 40 %	6 %	(1)
▶ 50 %	18 %	(3)
▶ 70 %	18 %	(3)
▶ 80 %	6 %	(1)
▶ 90 %	6 %	(1)



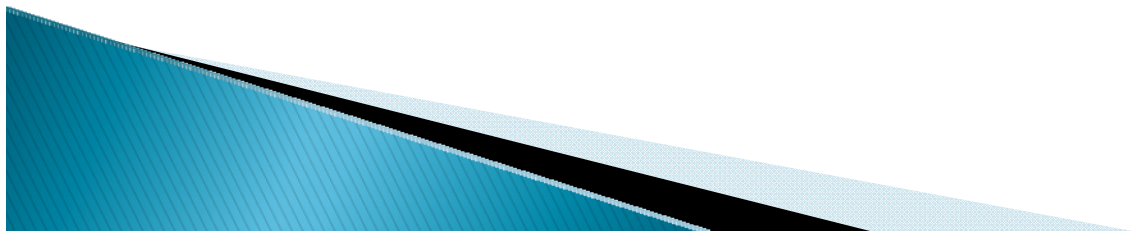
Muun rahoituksen osuus liikevaihdosta N=12

▶ Alle 10 %	84 %	(10)
▶ 30 %	16 %	(2)



Toiminnan rahoitus

- ▶ ...muodostuu usealla organisaatiolla yhdistelmästä, jossa on mukana myyntituloja ja julkista rahaa.
- ▶ Julkinen raha tulee joko ostopalvelusopimuksella kaupungin kassasta tai vuosimaksu sopimuksen kautta.
- ▶ Verovaroista on kuitenkin molemmissa tapauksissa kyse. Kuntarahoituksen vähentyminen lisää epävarmuustekijöitä matkailun alueorganisaatioiden toiminnassa. Rahoituspohjan epävarmuus heijastuu siten organisaatioiden toimintaan ja toimenpiteisiin.



Henkilöstön määrä

Vastaus

- ▶ 1 vakituinen
- ▶ 2 vakituista
- ▶ 3–4 vakituista
- ▶ 5–9 vakituista
- ▶ 10–19 vakituista
- ▶ 20 vakituista tai enemmän

% vastaajista

23 %

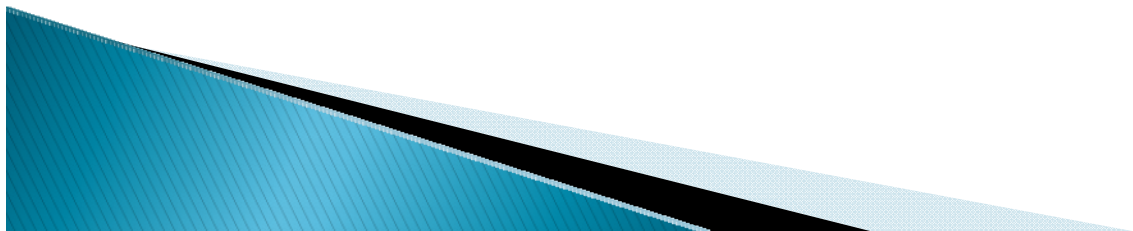
11 %

11%

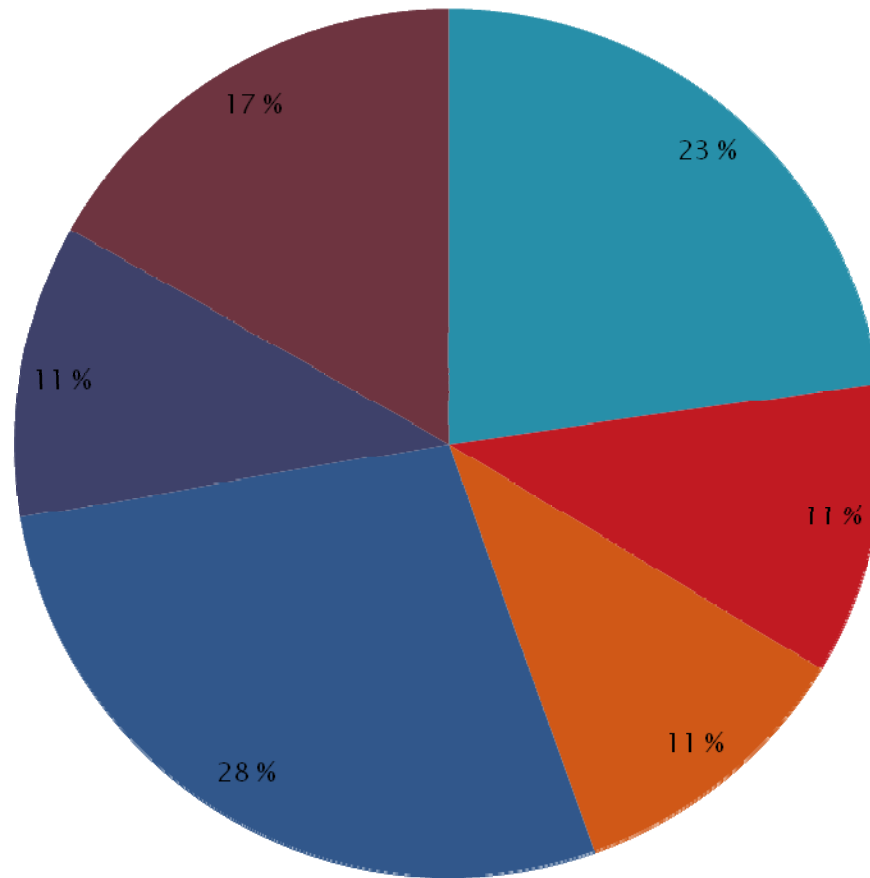
28 %

11%

17 %



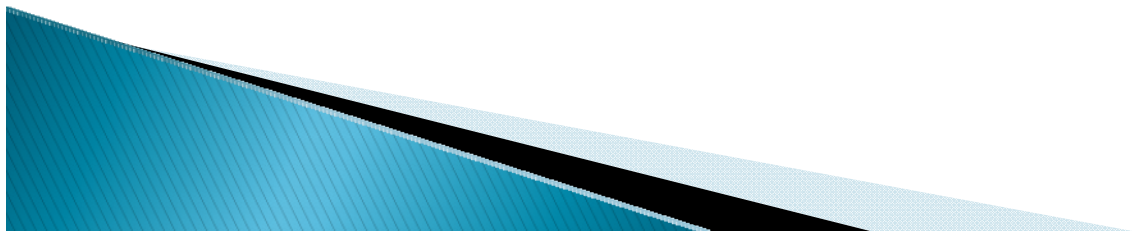
Henkilöstömäärä N=18



- 1 vakituinen
- 2 vakituista
- 3-4 vakituista
- 5-9 vakituista
- 10-19 vakituista
- 20 vakituista tai enemmän

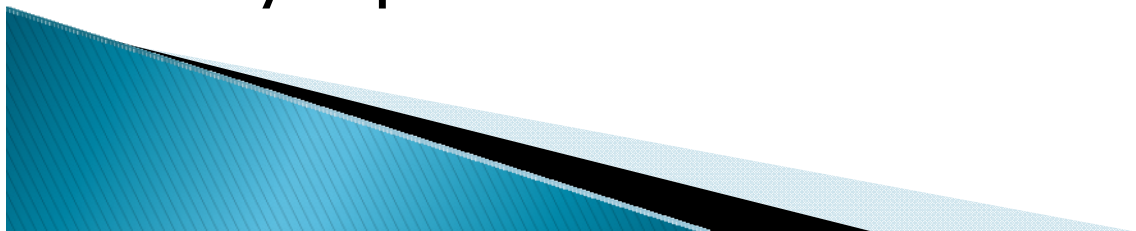
Alueorganisaation koulutustarve

- | | | |
|----|--------------------|-------|
| 1) | Sähköiset palvelut | N= 14 |
| 2) | Sosiaalinen media | N= 11 |
| 3) | Myynti | N= 7 |
| 4) | Viestintä | N= 6 |
| 5) | Markkinointi | N= 5 |
| 6) | Kielet | N=1 |




Organisaation tärkeimmät tehtävät (valitse viisi)

- 1) Alueellinen markkinointi
- 2) Matkailuneuvonnan antaminen, kunnan matkailumarkkinointi yrittäjien kanssa yhteistyössä
- 3) Matkailupalvelujen välitystoiminta, edunvalvonta, matkailuhankkeiden työstäminen, varaus- ja tietojärjestelmien ylläpito



Organisaation tärkeimmät tehtävät (valitse viisi)

- 4) Matkailupalvelujen myynti
 - 5) Tuotekehitystyö, jokin muu, mikä?
(alueorganisaatiomallin selkeyttäminen,
matkailun strategiatyön koordinointi, sisäinen
tiedotus, tapahtumien järjestäminen,)
 - 6) Kunnan oma imagomarkkinointi,
tutkimuksellisten tietojen välittäminen yrittäjille
ja päättäjille
 - 7) Palautteen kerääminen tuotekehitystyöhön
- 

Teoreettinen tarkastelu

- ▶ Matkailun alueelliset organisaatiot ovat kokeneet monet muutokset vuosien aikana. Kotiseutumatkojen järjestämiseen perustetut toimistot ottivat vastuulleen alueellisen markkinoinnin ja Herrasmiessopimusten kautta aloittivat matkailuinformaation maksuttoman jakelun Suomen suurimmissa kaupungeissa. Esitejakelusta siirryttiin matkailupalvelun välitystoiminnan kautta myynnin tekemiseen, joka näyttää olevan tämän ajan pääasiallinen toiminnan muoto; myydä matkailupalveluita vähintään sähköisesti.



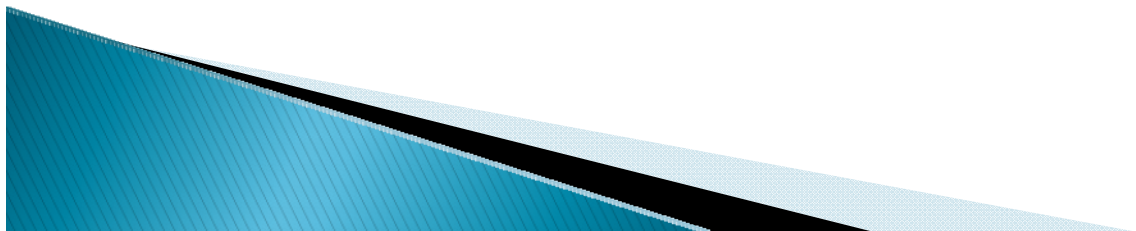
Vuodet

- ▶ Herääminen 1930 – luvulla
- ▶ Organisaatiot 1950– 1960 luvuilla
- ▶ Alueiden eli ”Reginoonien” Suomi 1970 – luvulla
- ▶ Suuralueiden ja alueiden Suomi 1980–luku
1980 luvulla alkanut suuralueiden aikakausi on taittumassa. Viimeinen suuralueorganisaatio Lapin Matkailumarkkinointi Oy teki vuoden 2010 keväällä konkurssin. Palataan jälleen karttaan, joka muodostuu alueellisista organisaatioista ilman suuralueen kokoavaa voimaa. Poikkeus, Pohjanmaa ?



Alueorganisaation rooli

- ▶ kotimaan matkailumarkkinoinnissa ja tuotteistamisessa
- ▶ vastaavat oman alueensa matkailun markkinointi- ja tuotekehitystehtävistä, matkailupalvelujen välityksestä ja myynnistä sekä varaus- ja tietojärjestelmien kehittämisestä ja ylläpidosta.
- ▶ vastaavat kahden tai useamman paikkakunnan matkailun kehittämisestä.
- ▶ (Pesonen, Mönkkönen & Hokkanen 2000, 44 – 45.)



KTM, alueellinen työnjako ja vastuut...alueorganisaation rooli...

- ▶ ”asiakaslähtöisen tuotteistuksen, markkinoinnin ja myynnin katkeamattoman ketjun varmistaminen yhteistyöllä olisi ensisijaisen tärkeää ratkaista maakunnissa. Alueorganisaatiolla tulisi olla vastuu asian koordinoinnista. Samalla tulisi tarkistaa tieto- ja varausjärjestelmien tekninen yhteensopivuus ja valmiudet kansainvälisiin ja kansallisiin matkailun sähköisiin portaaleihin”.
- ▶ (Kauppa- ja teollisuusministeriö 2004, s.64)



Matkailun alueorganisaatio, Uusi Seelanti

- ▶ Matkailun alueorganisaatiot ovat Uudessa Seelannissa vastuussa alueensa markkinoinnista.
- ▶ Markkinoinnin kohderyhmänä ovat sekä kotimaiset matkailijat että ulkomailta saapuvat matkailijat.
- ▶ Uudessa Seelannissa on 29 toimistoa, jotka tekevät matkailun alueorganisaation toimintaan. Ne vaihtelevat kooltaan, toiminnan muodoltaan ja toimintojen aktiivisuudeltaan ja moninaisuudeltaan. Kaikki toimistot ovat kuitenkin siltana matkanjärjestäjien, kansallisen matkailutoimiston sekä alueellisen että paikallisen hallinnon välillä (Ministry of Economical Development 2010).



Alueorganisaation määritelmä

- ▶ Jos matkailun alueorganisaatiota määritellään sen mukaan, mitä sillä on tehtävänä, niin selvitykseni mukaan *matkailun alueorganisaatio on taho, joka tekee alueellista markkinointia, antaa matkailuneuvontaa ja hoitaa kunnan matkailumarkkinoinnin yhteistyössä yrittäjien kanssa. Se hoitaa myös edunvalvontaa, työstää matkailuhankkeita, ylläpitää varausta- ja tietojärjestelmiä ja hoitaa matkailupalvelujen välitystoimintaa.*




Ulkomaiset toimintamallit

- ▶ Suomen matkailun organisoituminen poikkeaa merkittävästi yleiseurooppalaista malleista, jopa muiden pohjoismaiden vastaavista järjestelmistä, sillä Suomen ylin taso edustaa valtionhallintoa (TEM–MEK).
- ▶ Yleisin eurooppalainen on se, että paikallistason matkailuyhdistykset muodostavat valtakunnan tason keskusliittoja, jotka kuitenkin saavat ”valtion matkailutoimiston” virallisen roolin ja keskusliittotasolla pääasiallisen rahoituksen ministeriöltä silloinkin kun matkailutoimistojen operatiivista toimintaa hoitavat yksityisen sektorin palkkaamat toimihenkilöt. Matkailusta voivat tällöin vastata matkailuministeriön sijasta myös liikenne-, elinkeino- ja kauppaministeriö
- ▶ Tanska, Itävalta, Iso-Britannia ja Irlanti

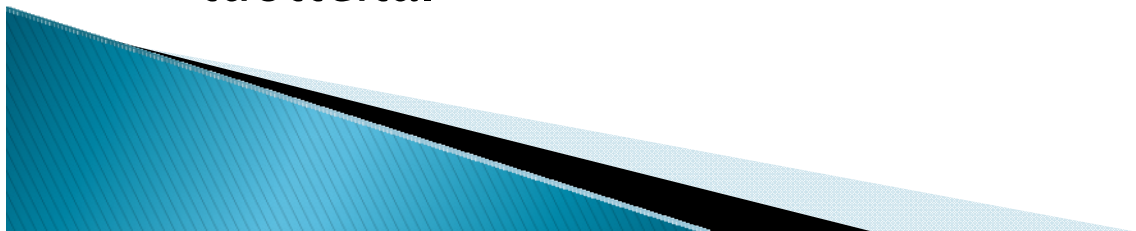


Tanska

- ▶ Tanskassa on poliittishallinnollisia maakuntia 14. Matkailun alueorganisaatioita, jotka ovat yhden tai useamman maakunnan alueella on kahdeksan kappaletta.
 - ▶ Alueorganisaation toiminnan rahoittavat maakunnat. Vuosittain määritellään rahoitusosuuden suuruus, joka perustuu alueorganisaation tekemään toimintasuunnitelmaan
 - ▶ Kunnat eivät rahoita alueorganisaation toimintaa, mutta yritykset maksavat osallistumisestaan mm. markkinointikampanjoihin.
- 

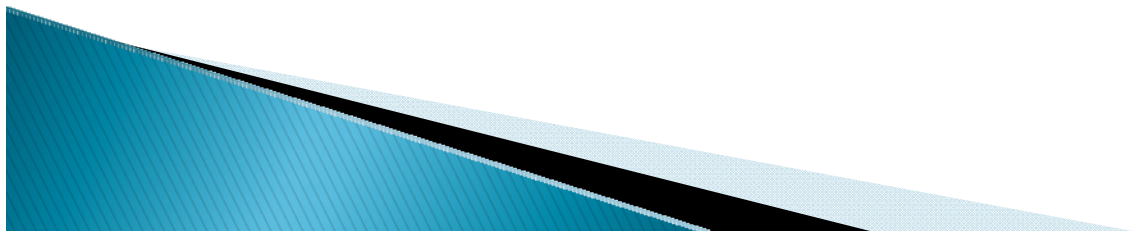
Tanska

- ▶ Alueorganisaatio (Midt–Nord Turisme) osallistuu tuotekehitykseen ja paketointiin sekä koordinoi sitä.
- ▶ Pääasiallisesti tuotekehitykseen käytetään julkista rahoitusta, jota saadaan maakunnilta ja EU:lta. Ilman julkista rahoitusta ei olisi ollut mahdollisuuksia kehittää uusia tuotteita ja tuoda niitä markkinoille.
- ▶ Yhteismarkkinointia hoitaa pääasiassa alueorganisaatio (Midt–Nord Turisme). Myös alueen matkailukeskittymät, destinaatiot ovat aktiivisia tällä osa-alueella.
- ▶ Markkinointi rahoitetaan pääosin yksityisin varoin, esim. yritysten osallistumismaksuilla. Ulkomaanmarkkinointia hoidetaan myös Danish Tourist Boardin kampanjoiden kautta. Yrittäjät myyvät suoraan omia tuotteitaan. Alueella ei ole matkanjärjestäjää tai incomingtoimistoa, joka myisi alueen tuotteita.



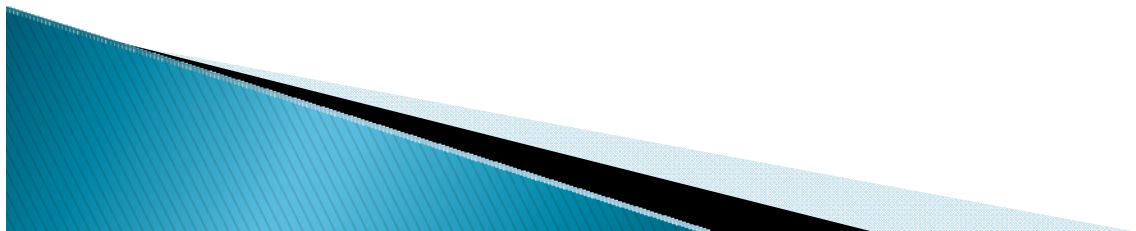
Itävalta

- ▶ Itävallassa matkailu kuuluu maakuntien lainsäädäntö- ja toimeenpanovaltaan. Maakuntatasolla on yhdeksän autonomista matkailuorganisaatiota sekä alue- ja paikallisyhdistyksiä.
- ▶ Maakuntalait määräävät miten julkisia varoja kerätään esim. yöpymiseen kohdistuvilla ja matkailusta aiheutuvilla veroilla. Näillä tuloilla maakunta rahoittaa oman toimintansa.




Itävalta

- ▶ Paikallistasolla matkailutoiminnan on tuettava sekä maakunnan että liittotason tavoitteita.
- ▶ Paikallistason vastuulla ovat markkinointi, tapahtumien koordinointi, infrastruktuurin ylläpito ja kehittäminen, paikallisverojen kerääminen sekä tilastojen laadinta.
- ▶ Nämä toimenpiteet hoitaa matkailuyhdistys, joka toimii lain puitteissa. Yhdistykset ovat erityismuoto maakunnan ja kuntien välillä. Yhdistysten jäseninä ovat yksittäiset kunnat, joilla ei yksinään olisi kovinkaan suurta matkailupotentiaalia.

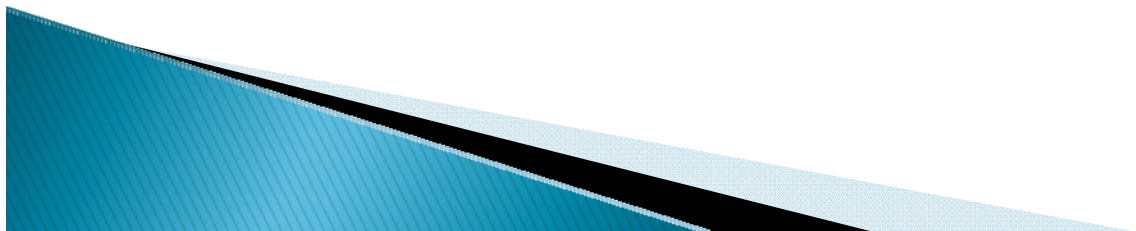


Itävalta

- ▶ Matkailualan laki määrittää maakuntien tehtävien lisäksi myös maakuntahallituksen myöntämät budjetit.
 - ▶ Jokainen kunta, alue ja yritys maksaa osan verotuloista, 10% –15%, matkailun edistämiseen.
 - ▶ Maakunnan hallinnon matkailuosasto keskittyy matkailuja vapaa-ajantoiminnan kehittämiseen ja tukemiseen. Kohteita ovat esimerkiksi pyöräilytiet, ratsastusmahdollisuudet, musiikkiyhdistykset ja urheilu. Maakunnanhallinnon matkailuosaston tehtäviin kuuluu myös projektien arviointi ja hyväksyminen sekä Interreg-hakemusten valmistelu.
- 

Iso-Britannia

- ▶ Iso-Britanniassa päävastuu matkailun kehittämisestä on kulttuuri-, media- ja urheiluministeriöllä (Department for Culture, Media and Sports - DCMS) sekä kauppaa- ja teollisuusministeriöllä (Department of Trade and Industry - DTI).
- ▶ The British Tourist Authority (BTA) ja English Tourism Council (ETC) yhdistettiin ja 1.4.2003 syntyi VisitBritain. Uudella organisaatiolla on tärkeä rooli Englannin markkinoinnissa sekä e-matkailun kehittämisessä
- ▶ Rahoitus, joka meni ennen alueellisille matkailutoimistoille (Regional Tourist Board), kulkee nyt alueellisten kehittämistoimistojen (DMO) kautta. Vastuu alueellisen matkailualan kehittämisestä on siirretty maakuntien alueellisille kehittämistoimistoille



Iso-Britannia

- ▶ Alueellisten kehittämistoimistojen lakisääteisiä tehtäviä ovat taloudellisen kehityksen edistäminen, liike-elämän tehokkuuden, investointien ja kilpailukyvyn tukeminen, työllisyyden tukeminen, osaamisen kehityksen lisääminen ja yhteensovittaminen työhön, sekä myötävaikuttaminen jatkuvaan kehitykseen.
- ▶ DMO:t ovat yhteistyöelimiä alueellaan, ja näiden vastuulla ovat matkailualan hallinto ja markkinointi, yhteydet elinkeinoon sekä tutkimuksen ja projektien toteuttaminen.
- ▶ Yksityissektorin osallistuminen alueelliseen tuotekehitykseen on tärkeää onnistumiselle



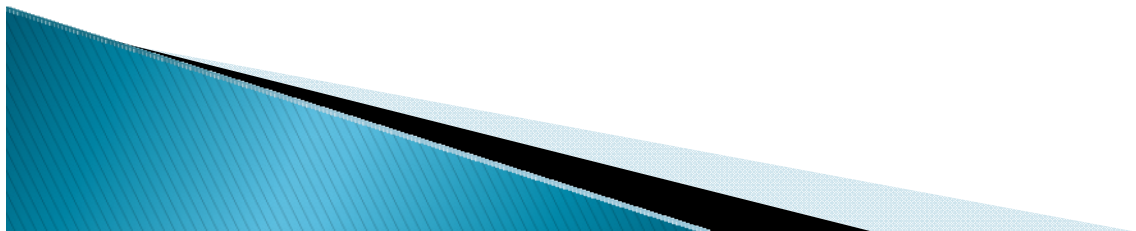
Iso-Britannia

- ▶ Sähköisen informaatio- ja jakelukanavan kehittämiseksi DMO on laatinut yhteisen strategian liikenneyhtiöiden kanssa.
- ▶ Markkinoinnissa tämä on huomioitu siten, että tarjolla oleva tieto on kattavaa ja ajantasaista. Tuotteiden osto- ja tilausmahdollisuus on 24 tuntia vuorokaudessa siinä muodossa, että potentiaaliset vierailijat voivat rakentaa eri komponenteista omat pakettinsa. DMO:t käyttää VisitBritainin palveluja hyväkseen



Irlanti

- ▶ Maassa toimii kaksi kansallista matkailualan organisaatiota. Kansallinen matkailualan kehitysviranomainen Fáilte Ireland (National Tourist Development Authority) ja Tourism Ireland joka on luotu osana Pohjois-Irlannin ja Irlannin tasavallan välistä sopimusta



Irlanti

- ▶ Alueorganisaatiotasoa on Irlannissa vahva.
- ▶ Alueelliset viralliset matkailuorganisaatiot (Regional Tourism Authorities RTA), joita on kuusi kappaletta, ovat yksityisiä osakeyhtiöitä, joiden omistajina voivat olla kunnat, paikalliset matkailukeskukset, matkailu- ja muiden alojen yritykset, yksityishenkilöt sekä yhdistykset.
- ▶ RTA:n rahoitus muodostuu kaupallisesta toiminnasta ja jäsenmaksuista sekä kuntien ja Fáilte Irelandista avustuksista




Irlanti

- ▶ Maakunnan matkailualan komiteat (County Tourism Committees) on asetettu edustamaan ja kehittämään matkailualaa maakuntatasolla. Niiden jäsenet kutsutaan RTA:n omistajista
- ▶ Lisäksi ministeriö on nimittänyt tuotekehitystoimikunnat (Product Development Management Boards), jotka vastaavat matkailutuotteiden kehittämisohjelmaan (Tourist Product Development Scheme) kuuluvista investointipäätöksistä



Irlanti

- ▶ Yhtenä päätehtävänä alueellisilla virallisilla matkailuorganisaatioilla on matkailutoimistojen hallinta ja toiminnan ylläpitäminen.
 - ▶ Matkailutoimistoja toimii kansallisella, alueellisella sekä paikallisella tasolla riippuen tarjolla olevista palveluista ja toimikaudesta
 - ▶ Matkailutoimistoilla on majoitus- ja muiden palveluiden välitystoimintaa sekä pienimuotoista myyntitoimintaa (karttoja, oppaita, matkamuistoja ja paikalliskäsityötä)
- 

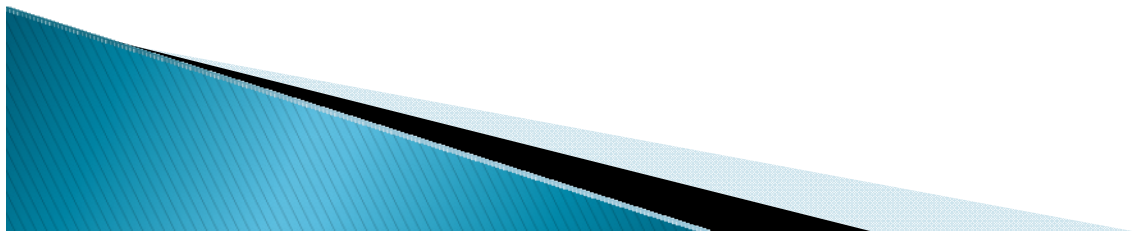
Irlanti

- ▶ Fáilte Ireland ja Tourism Ireland antavat merkittävän tuen alueellisten organisaatioiden markkinointikampanjoihin. Kansalliset organisaatiot hoitavat kansainvälisen markkinoinnin alueiden puolesta.
- ▶ Alueet itse kuitenkin koordinoivat myynninedistämistä maakunta- ja paikallisorganisaatioiden puolesta ja työskentelevät läheisesti paikallisen elinkeinon kanssa



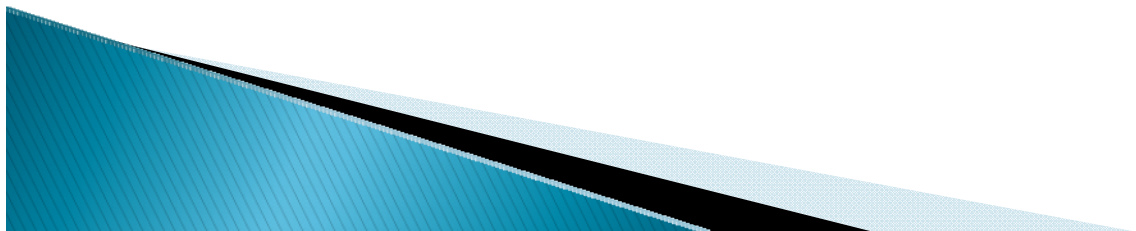
Terveiset SUOMA ry:lle

- ▶ Kiitos toiminnasta
- ▶ Kiitos kyselystä
- ▶ SUOMA ry:n toiminta on ollut aktiivista kotimaan markkinointia tehostavaa. Samalla linjalla jatkakaa!
- ▶ SUOMA tekee hyvää työtä matkailun ja toimijoiden yhteistyön edistämiseksi
- ▶ Uskottavuus jäsenorganisaatioihin päin tärkeää!



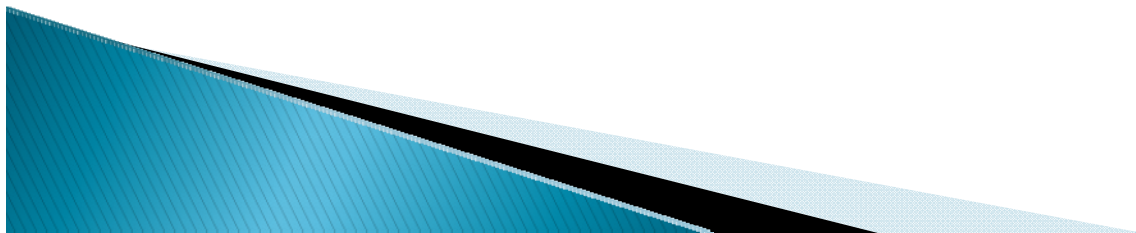
Ideoita ja toiveita SUOMA ry:n toimintaan

- ▶ Kerran vuodessa toivoisi SUOMA ry:n järjestävän rahoittajien ja alueorganisaatioiden yhteisen tilaisuuden. Siinä voisi myös olla mukana poliittiset päättäjät, eri maakuntien kansanedustajat...
- ▶ Alueorganisaatioiden pitäisi antaa vahva panos toimintaan ja nähdä se omana edunvalvojana!
- ▶ Olisiko mahdollista että perustaisitte toimihenkilöille s-postiosoitteet muotoa etunimi.sukunimi@suoma.fi ?



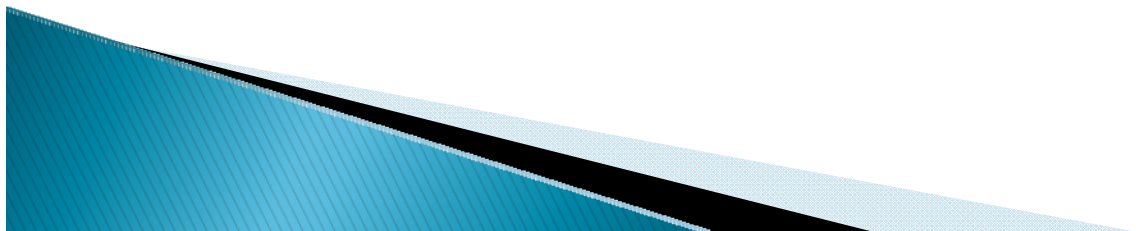
Pohdittavaa jatkossa...

- ▶ Alueorganisaatioiden toiminnan rahoitus
- ▶ Ulkomaan esimerkit vahvistavat sen, että julkisen rahoituksen suunnitelmallinen käyttö ja markkinointipanostukset näkyvät markkinoilla, miten käy Suomen?
- ▶ Alueorganisaatioiden suhde valtakunnan toimijoihin
- ▶ Tarvitaanko Suomessa matkailun koordinoitua? SUOMA ry? MEK? TEM?



Jatkotutkimuksen aiheita

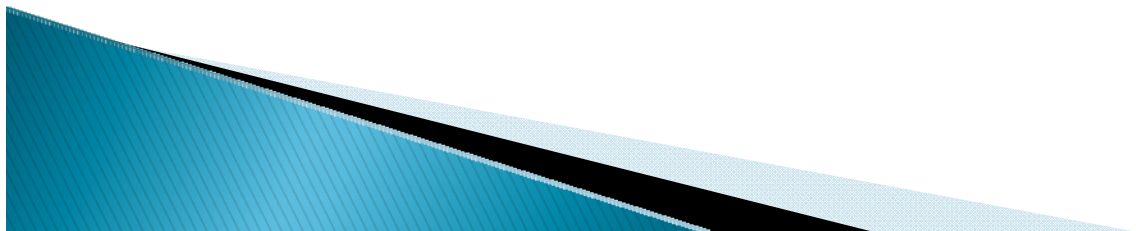
- ▶ Millainen matkailun alueorganisaatio olisi parhaimmillaan? Sen organisaatiomuoto, tehtävät ja rahoitus. Millaisessa toimintaympäristössä se voisi toimia?
- ▶ Matkailun alueorganisaation toiminnan rahoitus. Matkailueuro?
- ▶ Kuluttajien käyttäytymisen muutokset, olemmeko valmiita palvelemaan mahdollisesti uusilla tavoilla ja keinoilla?



Mistä sen saa ladattua?

- ▶ ...pysyvä verkko-osoite on:

<http://www.urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2010122218871>



Kiitos 😊

Aija Laukkanen
Ilmarisenkatu 24 E
57200 SAVONLINNA

aija.laukkanen@suoma.fi

Puh. 040 5462 444

